

ID: 0612

RECENSIONI

ALESSANDRA VACCARI, LA MODA NEI DISCORSI DEI DESIGNER

Marco Pecorari

PAROLE CHIAVE

design della moda, discorsi, Moda, scrittura

La Moda dei discorsi dei designer, a cura di Alessandra Vaccari, Bologna:
Clueb, 2012. 177 pp. ISBN 978-88-491-3725-5. € 16.



Il libro *La moda nei discorsi dei designers*, scritto dalla storica e teorica della moda Alessandra Vaccari, è uno dei primi testi a indagare il ruolo dei fashion designer come attivi commentatori della cultura e storia della moda. Se già in passato altri studi hanno “dato la parola” ai fashion designer^[1], il lavoro di Vaccari spinge verso una prima sistematizzazione dei loro discorsi, allineandosi con altri ambiti di studio, come l’arte, l’architettura o studi di design, che, al contrario dei Fashion Studies, hanno già da tempo incluso le riflessioni dei propri autori nella discussione teorica e storica della disciplina. Come hanno dimostrato studi in architettura, arte e più recentemente in industrial design e soprattutto graphic design, le testimonianze dei creatori non servono solo a capire le loro creazioni ma anche a formare il sistema culturale e disciplinare^[2]. In questo senso, il libro rappresenta un passaggio importante negli studi sulla moda, aprendo nuove prospettive teoriche, metodologiche e storiche.

Uno degli aspetti più importanti del saggio di Vaccari è la capacità di restituire attenzione alle pratiche di auto-riflessione della moda, mettendo in evidenza il ruolo dei designer non solo nel fare ma anche nel pensare e spiegare la moda. Vaccari denuncia come la tendenza agiografica e celebrativa che ha costruito il fashion designer come figura centrale nel XX secolo abbia paradossalmente portato a una “discriminazione culturale” (p. 7) nei confronti di quello che i fashion designer hanno raccontato, scritto o detto sulla moda. Allo stesso tempo, l’autrice ricorda come questa mancanza sia anche dovuta alla “svalutazione” delle “parole nell’industria della moda rispetto alle immagini” (p. 13) e, in ambito accademico, al mancato riconoscimento dello storytelling come pratica storiografica della moda (p. 155).

La moda nei discorsi dei designer risponde a tale carenza, discutendo il ruolo del fashion designer in un momento storico in cui questa figura (e le pratiche novecentesche della moda) è in crisi o perlomeno in un processo di ridefinizione^[3]. In questo senso, il saggio aiuta a tracciare delle traiettorie interpretative sul passato ma anche sul presente e futuro dei designer, dando voce ai loro discorsi e privilegiando la loro messa in mostra^[4]. Come Vaccari ricorda, il saggio nasce dall’esigenza “di documentare la natura dei discorsi dei designer, ancor prima che analizzarli” (p. 155). Per questo motivo, il testo è strutturato come una collezione di citazioni (riportate in lingua originale e spesso in forma estesa) organizzate in tre tematiche principali - autorialità del designer, la discussione dei processi creativi, la questione morale in relazione alle pratiche di produzione e comunicazione della moda - su cui si sviluppano rispettivamente i tre capitoli di analisi - “Il fashion designer”, “La moda”, “Il sistema della moda”, preceduti da un capitolo teorico intitolato “Il discorso del fashion designer”.

La scelta metodologica di *mostrare i discorsi* non solo manifesta la centralità data alle parole dei designer ma offre inoltre al lettore una relazione diretta con testi non facilmente fruibili. Se dal punto di vista visuale il testo è modesto (le immagini sono poche e in bianco e nero), la varietà e la ricchezza delle citazioni trasformano questo saggio in un utilissimo archivio di ricerca e ispirazione per studenti di moda e non solo. Infatti, Vaccari aggrega una moltitudine eterogenea di materiali, estrapolando i discorsi dei designer da interviste nei magazines, autobiografie, blogs, social networks, interventi in conferenze, documentari, progetti di curatela. Si trovano così riunite testimonianze di couturier celebratissimi come Paul Poiret, Christian Dior o Pierre Balmain; fashion designer e art director contemporanei come Raf Simons o Hedi Slimane; stilisti italiani passati o recenti come Gianfranco Ferré o Marco Zanini; designer indipendenti, meno conosciuti come l'italiana Francesca Iaconisi; e addirittura testimonianze di studenti di corsi in fashion design. Tale eterogeneità rispecchia le molteplici e distanti figure (in termini tempo, geografia e ruolo) che l'autrice decide di raggruppare all'interno della categoria "fashion designer". Questo termine è scelto dato il "suo essere convenzionalmente accettato in questi anni", nonostante l'autrice riconosca "gli evidenti limiti che esso presenta a livello storiografico" (p. 9). Tale scelta, in un primo momento, può sembrare problematica perché mette sullo stesso piano testimonianze appartenenti ad attori che hanno - e continuano a esercitare - ruoli molto differenti nella moda e nella sua storia. Nonostante ciò, questa eterogeneità diventa una risorsa. Se da un lato la varietà delle fonti aiuta a comprendere il cambiamento della figura e della pratica del fashion designer durante il secolo scorso, dall'altro lato permette di notare la costanza delle preoccupazioni di questa figura della moda. Tali distanze e vicinanze diventano particolarmente evidenti quando Vaccari, discutendo i riferimenti autoriali nella moda, mette in relazione un estratto dall'autobiografia di Jean Philip Worth (figlio del famoso couturier Charles Fredrick Worth) scritta nel 1928, e un saggio, scritto nel 2012, da due studentesse (Flavia Del Bon e Michael Aerni) dell'Istituto di moda e design della Hochschule für Gestaltung und Kunst di Basel. Se Worth racconta come la pittura e il disegno siano stati un necessario elemento di continuità autoriale tra il mondo dell'arte e la professione di designer, le studentesse problematizzano vecchi modelli d'autorialità nella moda, proponendo il concetto di "prosumer" per identificare come il designer e il consumatore siano, nel XXI secolo, parte di un unico processo autoriale (pp. 36-37). Il confronto di esperienze molto diverse tra loro suggerisce inoltre le molteplici forme identitarie del fashion designer, ricordandoci come questa figura sia strumento dei discorsi che lui/lei stesso articola. È in questa reciprocità che va letta la definizione di "discorso" che Vaccari sviluppa brevemente nel primo capitolo denominato "Il discorso dei fashion designer". A differenza di altri studiosi della moda, come Agnès Rocamora nel suo

Fashioning the City per esempio^[5], Vaccari utilizza il termine “discorso” in maniera – ancora una volta – più inclusiva, facendo emergere una discussione riguardante l’intenzionalità (in inglese *agency*) nella moda. Se Rocamora rimane fedele alla posizione di Michel Foucault e individua il discorso come un apparato *media-specific* che aliena il soggetto-autore, Vaccari sembra muoversi più liberamente, proponendo un’interpretazione meno disciplinata del termine “discorso” ma non per questo meno rigorosa. Anche se Vaccari utilizza il lavoro di Foucault e la sua idea di “autore-funzione”, riconosce l’importanza di affermare come il fashion designer sia allo stesso tempo “strumento di circolazione di certi discorsi all’interno di una società” e “individuo-reale” (p. 21). Nel sostenere tale dualità, Vaccari sembra problematizzare la visione di autore come semplice veicolo/automa di discorsi, proponendo una visione più ibrida del soggetto nella moda. Non solo strumento inconscio o dittatore cosciente, ma piuttosto una figura camaleontica capace di riconoscere la strumentalità della personificazione della moda. Il designer è portatore sano dei discorsi della moda, in una pratica che diventa un “intreccio tra la costruzione del sé e l’essere costruito dalle istituzioni della moda” (p. 56). Questa simbiosi diventa particolarmente chiara quando Vaccari propone il concetto di “essere la moda”, per spiegare come la moda, le sue istituzioni, e le sue idee possano impossessarsi del corpo del designer. Il designer inglese John Galiano spiega questo processo chiaramente: “Quando lavoro su un soggetto, ho bisogno d’immergermi completamente, d’impregnarmi della mia intuizione. [...] Alla fine è come un processo d’osmosi creativa, si diventa ciò che si crea” (p. 58). Un altro aspetto fondamentale che emerge da *La moda nei discorsi dei designer* riguarda l’analisi del processo creativo e i suoi esiti. Nonostante l’idea di creazione dell’abito e le collezioni siano state al centro di diversi studi, pochi studiosi hanno delineato in modo chiaro le varie sfaccettature del processo creativo. In questo senso, il libro di Vaccari contribuisce a una migliore comprensione della fenomenologia dei processi creativi nella moda, tracciando alcuni tratti distintivi e combattendo alcune visioni stereotipate. Per esempio, Vaccari spiega come sia “limitante [...] pensare il processo creativo come logica progressiva che sviluppa un’idea in modo ordinato, cioè dal foglio bianco alla sfilata” (p. 89). Le citazioni selezionate raccontano i luoghi (l’atelier, il tavolo da lavoro), le metodologie di ricerca, le terminologie (creazione, ispirazione, idea) e gli esiti del processo creativo, mostrando ancora una volta le pluralità degli approcci al fashion design e i suoi cambiamenti nel tempo. Se le parole di Ferré ricordano come negli anni novanta “le idee di partenza e le ispirazioni più affascinanti, vengono dalla vita quotidiana”, il designer francese Nicolas Ghesquière denuncia come le esigenze del calendario della moda stiano portando sempre di più a un percorso auto-referenziale che trascura le dimensioni della ricerca. In questo senso, le testimonianze dei designer indipendenti suggeriscono nuovi luoghi

d'indagine e nuovi scenari per diversificare i processi di creazione e produzione. Se la designer svedese Maja Gunn mutua metodologie e riferimenti teorici "dalla ricerca accademica su questioni di identità, corpo e genere" (p. 78), il designer Fabio Quaranta propone l'idea di "progettazione inversa" (pp. 88-89) per combattere "l'unidirezionalità della progettazione" che può portare a inibire una visione contemporanea del design della moda. La messa in discussione dei canoni e pratiche della moda da parte dei designer è ancora più centrale nell'ultimo capitolo - "Il sistema moda" - dove Vaccari discute la capacità dei designer di sostenere, accettare o criticare l'apparato di produzione, commercializzazione e comunicazione della moda. Il capitolo si focalizza su tre tematiche: il rapporto della moda con la morale in ambito di produzione e lavoro; la questione del copyright; e quello che Vaccari definisce "le regole del gioco". Questo capitolo è cruciale perché dimostra come la moda sia stata la "prima artefice della propria cattiva fama" (p. 106), ma anche la prima a denunciarne le pratiche, riconoscendone le potenzialità culturali. Già nel 1908, ricorda Vaccari, la creatrice di moda e attivista politica Rosa Genoni denunciava affinché la moda non dovesse essere vista come un luogo frivolo di ghettizzazione femminile, bensì debba diventare uno spazio per la rivendicazione sociale della donna. Il capitolo continua la sua esplorazione attraverso altre testimonianze che permettono di discutere concetti di sostenibilità non solo in relazione alle importanti problematiche di sfruttamento minorile nei paesi del Terzo mondo, ma anche alle problematiche interne a prodotti *made in* occidente. Il capitolo riporta denunce ma anche molte esperienze di designer che hanno intrapreso un processo di sensibilizzazione all'interno del sistema moda, come nel caso del brand Honest by del designer belga Bruno Pieters che mette in vendita i propri capi accompagnandoli con una scheda che ne racconta storia (provenienza, materiale usato, nomi produttori, calcolo del prezzo, trasporto, ecc.).

Se Vaccari ha il grosso merito di mostrare l'importanza di ascoltare criticamente la moda aprendo future discussioni su altre figure (stylists, fotografi, make-up artists, tagliatori, modellisti ma anche stagisti) e pratiche riflessive della moda, *La moda nei discorsi dei designer* stimola inevitabilmente una mia riflessione finale sull'educazione dei designer. Ciò non avviene solamente attraverso il racconto delle attività formative di designer famosi ma, come racconta l'autrice, anche attraverso la presentazione di alcune esperienze formative innovative - come nel caso dei corsi universitari in moda allo Iuav (dove Vaccari è professore associato) - che si propongono come alternative ai celebrati modelli internazionali (come Central Saint Martins o l'Accademia di Anversa) che, per storia e appartenenza disciplinare, sono ancora radicati su un'idea superata di moda e fashion designer. In questo senso, nuovi modelli educativi permettono, attraverso la localizzazione ma anche la formazione di nuove poliedriche

figure della moda, di rispondere all'attuale momento di crisi, pensando sinergicamente le dimensioni della teoria e pratica della moda che, per troppo tempo, sono state distinte, originando pregiudizi che il libro di Vaccari aiuta a superare.

Riferimenti bibliografici

de Bondt, S., & de Smet, C. (a cura di). (2012). *Graphic Design: History in the Writing (1983-2011)*. London: Occasional Papers.

Edelkoort, L. (2015). *Anti-Fashion. A Manifesto for the Next Decade. Ten Reasons Why the Fashion System Is Dead*. Ultimo accesso 20 luglio 2015, <http://www.edelkoort.se/seminar>.

Frisa, M. L. (a cura di). (2006). *Gianfranco Ferré: Lezioni di moda*. Venezia: Marsilio.

Miglietti, F. A. (2006). *Fashion Statements: Interviews with Fashion Designers*. Milano: Skira.

Rocamora, A. (2009). *Fashioning the City: Paris, Fashion and the Media*. London: IB Tauris.

.
.
.
.

NOTE (← returns to text)

1. In particolare si veda Miglietti (2006) e Frisa (2006)←
2. Si veda per esempio de Bondt & de Smet (2012)←
3. Si veda Edelkoort (2015)←
4. L'idea del metter in mostra allude anche alla mostra *MODA. A Designer's View*, tenutasi allo Spazio Punch di Venezia (22-29 Marzo 2013) curata da Vaccari in occasione dell'uscita del libro←
5. In particolare si veda il capitolo "Fashion Media Discourse" in Rocamora (2009)←