

LA RECENTE INIZIATIVA AL "PINO PASCALI" DI POLIGNANO A MARE HA MANIFESTATO LA NECESSITÀ DI UNA NUOVA MODALITÀ

■ VITO GALLOTTA

Non sono una novità. Ce ne sono in Italia e nel mondo. Anche in Puglia, come il Museo del Poggio di Mola di Bari, il Museo del Costume al Castello di Conversano, le sale dedicate del Museo Pomarici Santomasi di Gravina. Ma il nodo culturale del convegno "La Moda al Museo", ottima iniziativa di Patrizia Calefato, svoltosi il 5 maggio al Museo Pino Pascali a Polignano, è stato diverso. E l'inversione dei termini indica una precisa traccia su cui lavorare.

Quale "moda" in quale "museo"?

Qui emerge il solidissimo retroterra culturale su cui Patrizia Calefato ha elaborato le sue ricerche sull'argomento. E si scopre che gli studi sul fenomeno moda ne hanno messo in evidenza una struttura complessa, che è sociale ed individuale, artistica e socio-culturale, nella cui nervatura si legano impresa, marketing, fotografia, cinema.

Lo scettico dirà, piano ragazzi, non mi vorrete far credere che il guardaroba delle donne di casa ha tutti questi significati! E invece è proprio così. Infatti, elaborando l'insegnamento dei grandi maestri delle scienze sociali, si distingue fra costume come fenomeno sociale ed abbigliamento come scelta individuale, che si esercita su quello che la produzione industriale mette a disposizione di ognuno di noi e che è intermediato per il grande pubblico dalle riviste di moda e dalle vetrine della distribuzione specializzata. L'artigianato sartoriale ha visto drasticamente ridursi i suoi spazi; questione di costi e di formazione professionale. C'è però una nuova forma di creatività, che nasce dalla fusione di prodotti industriali e prodotti artigianali, che è stata illu-



La Moda una storia da Museo

Patrizia Calefato ha aperto il dibattito sulla valenza culturale e sociale di un fenomeno che intreccia industria allo street fashion: perché non fare di questa iniziativa un progetto concreto?

strata al meglio da grandi fotografi nelle strade delle grandi metropoli, a partire da New York, lo street fashion. La moda di strada è la creazione unica, l'unicità del capo di abbigliamento è un mito che non muore mai, di giovani che si ispirano alla cultura, alla musica, ai comportamenti sociali del loro tempo, al loro mood di quel momento. E creano così un capo di abbigliamento che è unico. Ci vogliono fotografi dall'occhio molto allenato e dallo scatto rapido, come lo fu Bill Cunningham, per saperli cogliere.

Questo scenario è la necessaria premessa culturale del convegno "La Moda al Museo". Il cui esito più importante è che, nell'articolazione fra sistema della moda e del costume e

scelte individuali di abbigliamento, ci sono tanti filoni, tendenze, creazioni che vanno conservate in un museo perché costituiscono un aspetto significativo del loro tempo. Questa visione è condivisa da studiosi italiani ed europei ed è merito di Patrizia Calefato aver reso disponibili le loro testimonianze di studio.

La prof.ssa Louise Wallenberg, dello Stockholm Costume and Fashion Institute, ha sottolineato che la moda è parte importante della nostra eredità culturale. Infatti nelle diverse epoche storiche e nelle diverse società l'abbigliamento ha testimoniato cultura e artigianalità e la loro connessione con i diversi ceti sociali. I costumi di scena per il teatro e per il cinema hanno

sempre costituito un'intelligente cerniera fra sensibilità culturali, ispirazione artistica, gruppi sociali e specifici periodi storici. Questa loro caratteristica spiega il successo di mostre sui grandi costumisti teatrali e cinematografici. In Svezia questo fiorire di studi ha costituito lo stimolo culturale per la realizzazione del Costume and Fashion Institute. In esso sono confluiti finanziamenti pubblici e delle imprese. Il suo compito è quello di "racogliere, restaurare e conservare costumi e di svolgere mostre in collaborazione con altri musei".

La stilista montenegrina Andrijana Popovic ha illustrato un aspetto particolare che lega la moda al passato, al presente ed al futuro del suo Paese.

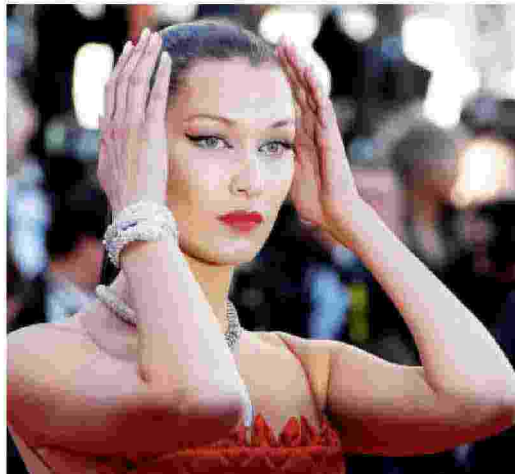
Dopo la recente indipendenza del suo Paese, a seguito della dissoluzione della Repubblica di Jugoslavia, la moda ha costituito un elemento per il recupero dell'identità del Montenegro. I costumi della tradizione hanno costituito un riferimento preciso; si è parlato a questo proposito di un "passato che ci attende". E quindi, conservare la memoria storica della tradizione è stata la premessa per il suo rinnovamento. La documentazione museale di moda ha costituito perciò un elemento del dialogo culturale fra passato, presente e futuro.

La stilista Florisa Scianamea ha messo a fuoco nel suo intervento il processo di decostruzione e ricostru-



DI RECUPERARE I FILI DI UN'ARTE CHE HA FORGIATO LA NOSTRA IDENTITÀ**L'ANNUNCIO / IL MARCHIO HA SCELTO LA HADID PER IL NUOVO PROFUMO**

La **Bella** ambasciatrice di Bulgari



■ La modella Bella Hadid in questi giorni protagonista a Cannes

È l'icona-fashion e dei social Bella Hadid, la testimonial di Goldea The Roman Night, nuovo profumo femminile della maison Bulgari. A presentare ieri alla stampa, nei saloni della Casina Valadier, l'elegante top model 21enne già contesa da tutte le griffe internazionali per la sua classe ed eleganza, era presente tutto il vertice di Bulgari: il ceo Jean-Christophe Babin, Luis Miguel Gonzalez Sebastiani, responsabile della divisione fragranze di Bulgari, Alberto Morillas, naso spagnolo che ha firmato il nuovo profumo, fragranza "ipnotica e misteriosa come Roma, la città Eterna" spiega lui "a base di luscious mulberry, peonia nera, gelsomino notturno, tuberosa, black musk, patchouli, vetiver rose, muschio, bergamotto, pepe nero". Il nuovo spot, firmato dal regista Glen Luchford, vede la top model già testimonial degli accessori Bulgari, nei panni dell'annoziata ragazza che fugge da un concerto sui tetti di Roma dopo essersi avvolta nel profumo.

zione che ha caratterizzato la moda internazionale negli ultimi decenni del '900. Epocale fu la mostra "Breaking the mode. Contemporary Fashion from the Permanent Collection", che si tenne a Los Angeles nel 2006 e si trasferì poi a Firenze e a Indianapolis. Essa fece conoscere al pubblico occidentale le nuove tendenze ed i nuovi stilisti del resto del mondo. I suoi contenuti divennero punti di riferimento per i nuovi stilisti francesi, italiani ed americani. La ricostruzione della moda si manifestò con l'uso di nuovi materiali, come la plastica, la carta, la lana e il vinile, l'acciaio e il cotone termosaldati a mano. Che queste novità non siano state bizzarrie del momento, la

Sciannamea lo ha affermato nelle sue conclusioni ricordando l'insegnamento di Gianni Versace, chi cambia il modo di vestire della donna cambia il suo modo di vivere. Si può postillare che questo è uno dei canali attraverso cui cambia la società.

Infine il giovane studioso ed esperto di vintage, Luciano Lapadula, ha presentato uno studio sulla costruzione dell'identità di una star del cinema attraverso la storia del costume.

Il convegno ha mostrato, quindi, la profonda valenza multi-livello della moda. Essa è un linguaggio di espressione della creatività artistica e dei cambiamenti sociali e culturali vissuti nelle diverse epoche, che ha raggiunto una dimensione di massa at-

traverso l'intreccio fra industria, marketing, distribuzione, editoria, fotografia e cinema. Perciò essa è una identità/eredità che non va persa e che va recuperata in ambienti particolari in cui fare esposizione, ricerca, formazione.

"La Moda al Museo" ha costituito, quindi, il titolo efficace di una brillante iniziativa culturale, ma potrebbe diventare anche un progetto condiviso di enti pubblici, imprese del settore, studiosi. Per fare di questa tipologia di museo, come ha incisivamente concluso Patrizia Calefato, "un ponte fra passato, presente e futuro, fra tradizioni culturali ed elaborazioni degli artisti".

Perché non provarci?