

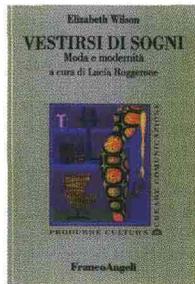
don the hieratic and frontal pose of "rock-hard bodies" – their eyes and muscles carrying all the stratifications of Rome, both ancient and modern – and dance the odd samba or boogie-woogie, the American drainpipe trousers emphasised a "forceful and factious virility" (P.P. Pasolini, *Notte sull'ES*, 1951) that weighed on still immature bodies, and the taut T-shirts and the red scarves, knotted cockily at their throats, all heralded the appearance of "working-class dandyism" (P.P. Pasolini, *Appunti per un poema popolare*, 1952). More than a following of fashion, which was still far from being accepted in those days as a dominant and standardising language of appearance, the proletarian youths' dandy style indicated the presence of an "absolute beginner" on the metropolitan scene. The physicality and dress codes of this presence no longer adhered to folkloristic canons or ethnographic registers, and nor could they continue to remain spontaneous, "ritualised or celebrated in the rhythmic alternation of partying/working".

Style is therefore an urgent expression of experience that *resists* all invisibility, cancellation or translation.

When working-class dandyism re-emerged in the image of the young, demonstrating, left-wing militant of the late 1960s, the style was already inscribed in the fashion regime: "The new youth came out already in pose for a Toscani photograph." The gradual codification of styles became a harbinger of the present vintage culture. In 1990s' Rome, suburban youths earned the nickname of "old jobs" and, in the autumn of 2007, pictures of young people marching through the streets of Paris in 1968 were used to advertise Alexander McQueen's collection.

In the sections entitled "Iconografie ingiallite", this book boasts a rich and surprising visual testimony of these cultural passages and more, with a composite collage of pictures, photos and stills alongside written words in a totally independent and effective narrative. **VITTORIA CATERINA CARATTOZZOLO**

TEACHER OF FASHION DESIGN



MODA E MODERNITÀ
VESTIRSI DI SOGNI. MODA E MODERNITÀ
 ELIZABETH WILSON
 A CURA DI LUCIA RUGGERONE
 FRANCO ANGELI, MILANO 2008 (PP. 312, € 24,00)

Publicato in prima edizione nel 1985, *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity* di Elizabeth Wilson si è imposto come un lavoro pionieristico, fondato su un assunto teorico che non è stato mai smentito: la moda – come afferma la stessa autrice – è un fenomeno così proteiforme, quasi da renderne inafferrabile l'essenza. Come la fotografia, la moda corre su territori al confine tra arte e non arte. "Entrambe sono ambigualmente sospese tra presente e passato: il fotografo congela l'essenza dell'istante, mentre la moda cristallizza il momento nel gesto eterno dell'unica maniera-giusta-di-essere", scrive la Wilson.

Come ci ricorda l'autrice il ruolo dell'abbigliamento nella nostra vita è straordinariamente importante e gli indumenti in quanto oggetti così vicini al nostro corpo esprimono anche la nostra anima. Questi i presupposti del saggio di Elizabeth Wilson, un classico degli studi sulla moda, che è stato finalmente tradotto in Italia, ventitré anni dopo la sua pubblicazione. Un dato non trascurabile e indicativo sullo stato degli studi dedicati alla moda nel nostro Paese, che solo recentemente ha mostrato un crescente interesse verso un approccio più scientifico e sistematico alla moda.

In quest'ottica la traduzione di questo volume rappresenta un passo importante, mostrando come la moda sia un fenomeno così complesso da non poter essere esaminato in un'unica prospettiva. L'analisi di Elizabeth Wilson ha, infatti, il grande merito di spaziare dalla prospettiva e analisi storica, al commento sui mutamenti nel costume attraverso differenti epoche, fino ai complessi legami con le categorie sociologiche come la classe sociale, il genere e l'identità sessuale. Tutti temi affrontati nei diversi capitoli con la comune consapevolezza che gli abiti in epoche e contesti socio-culturali differenti restano sempre "gli oggetti più carichi di significato nel mondo materiale delle cose, dal momento che sono così strettamente legati al corpo umano e al ciclo della vita umana". Ogni individuo è un collage vivente di pezzi messi insieme per creare un'apparenza finta, qualcosa di simile a un'installazione d'arte contemporanea che cambia interagendo con il suo

pubblico. Un quadro più complesso di quanti molti avrebbero pensato, visto che la moda è da sempre al centro di analisi semplicistiche. Colpisce nella lettura di questo saggio proprio lo sguardo dell'autrice, che rivela un metodo intriso di estetica, teoria sociale e politica, un approccio "che riscatta la moda dai margini del dibattito accademico e la presenta come un oggetto di cui vale la pena tentare un ritratto, vista la sua rilevanza nella vita sociale delle persone" (Lucia Ruggerone).

Un altro dato che deve essere rilevato è da un lato la complessità e la ricchezza dei riferimenti che rendono avvincente la lettura a un pubblico di accademici, dall'altro la fluidità della prosa e l'utilizzo delle immagini che mostrano i cambiamenti socio-culturali in modo immediato e fruibile anche da un pubblico più ampio di appassionati e non solo di addetti ai lavori. Illuminanti in tal senso sono gli *excursus* sulla storia della moda (dal primo editto di Diocleziano al New Look di Dior), sulle relazioni tra moda ed erotismo fino ai capitoli dedicati alla ridefinizione continua dell'identità sessuale e dei generi. Un *fil rouge* che percorre il libro è una concezione della moda come un fenomeno strettamente legato all'identità, un elemento capace di contribuire alla sua costruzione ed espressione, grazie alla possibilità di giocare con codici e stili diversi.

Nel leggere oggi la traduzione del saggio si deve infine considerare il contesto in cui è stato scritto, un momento in cui si discuteva in modo appassionato sulla questione femminista, entrando nel vivo di alcuni dibattiti come la discussione sul potenziale sovversivo dell'abbigliamento, l'impatto politico delle subculture, o contro l'idea che gli uomini siano al di fuori della moda, secondo un modo di trattare la storia del costume come un regno esclusivamente femminile. Proprio per colmare il gap temporale l'autrice ha aggiunto un nuovo capitolo a questa edizione: "Tempi che cambiano/situazioni che mutano", ovvero una considerazione sui mutamenti avvenuti nella moda dal 1985 a oggi (tempo che ha visto il boom di chi si vestiva per il successo come gli yuppie), oltre che una valutazione sullo sviluppo degli studi in questo settore. **FEDERICO POLETTI**

RICERCATORE UNIVERSITARIO

First published in 1985, Elizabeth Wilson's *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity* made its mark as a pioneering work. It was founded on a thesis that has never been overturned, i.e. that fashion is so protean a phenomenon that its essence is almost totally elusive. Like photography, fashion exists on the boundaries of art and non-art. As Wilson says, "Both are poised ambiguously between present and past: the photograph congeals the essence of the now, while fashion freezes the moment in an eternal gesture of the-only-right-way-to-be."

The author reminds us that the role of clothing in our lives is highly significant: clothes, as the objects closest to our bodies, express our inner selves. These are the presuppositions of this book, which is a classic in the study of fashion and has now finally been translated into Italian 23 years after its first publication. This fact is in itself indicative of the state of critical thought dedicated to fashion in Italy, a country which has only recently started to adopt a more scientific and systematic approach to the subject.

From this perspective, the book's translation represents a milestone. It demonstrates that fashion is such a complex phenomenon that it cannot be examined from a single viewpoint. The great advantage of Elizabeth Wilson's analysis is that it moves from a historical overview and analysis of fashion, through a commentary on the changes that have taken place in different eras, to a discussion of its complex connections with class, gender and sexual identity. All the areas covered in the different chapters share the common awareness that, irrespective of era and socio-cultural context, clothes are always "the

The London Cut



THE LONDON CUT

SAVILE ROW BESPOKE TAILORING
 JAMES SHERWOOD
 MARSILIO, VENEZIA 2008 (PP. 256, \$ 24,95)

Per oltre duecento anni la storica via londinese conosciuta come Savile Row è stata la sede dei più esclusivi sarti del mondo. Creatori di abiti unici preparati su misura per uomini e donne straordinari.

Le icone del passato di Savile Row includono l'ammiraglio Lord Nelson, il Duca di Windsor, Sir Winston Churchill, Fred Astaire, Cary Grant e John Lennon.

For more than 200 years, the famous London street known as Savile Row has been the home of the world's most exclusive tailors, creators of unique made-to-measure clothing for extraordinary men and women.

The iconic figures in the history of Savile Row include Admiral Lord Nelson, the Duke of Windsor, Sir Winston Churchill, Fred Astaire, Cary Grant and John Lennon.

most fraught objects in the human world of things, since they are so closely involved with the human body and the human life cycle."

Each individual is like a living collage made up of pieces put together to create an outward show. A person is like a contemporary art installation that changes as it interacts with its audience. It is a more complicated picture than many people would have thought, since fashion has always been the victim of simplistic analyses. The author's method, steeped in aesthetics and socio-political theory, is a striking feature of the book. Her approach "recovers fashion from the margins of academic debate and presents the attempt to describe it as something worth pursuing, given the importance of clothes in people's social lives" (Lucia Ruggerone).

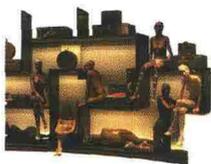
The book will engage academic audiences with its extensive and complete references. But with the smooth writing style and the use of images to bring the socio-cultural changes to life, the book is also accessible to a wider, non-specialist audience. This is particularly true for the extended discussion of fashion history – from Diocletian's first edict to Dior's New Look – the relationship between fashion and eroticism, and the chapters on the continual redefinition of sexual and gender identities. A common thread that runs through the book is a conception of fashion as a phenomenon closely tied to identity. Fashion can contribute to the construction and expression of identity due to its ability to play with different codes and styles.

We should not forget the context in which the book was first written. It was a time of passionate disputes on the question of feminism, a period that saw animated debates on such issues as the subversive potential of clothing, the political impact of counter-culture, or against the idea that men were outside fashion and that costume history should be treated as a wholly feminine domain. To bring the book up to date, the author has added a new chapter to this edition, "Changing Times/Altered States". This discusses the changes that have taken place in fashion from 1985 to today – a period that has seen a boom in dressing for success, as the yuppies did – and also assesses the development of studies in this field. **FEDERICO POLETTI**

ARCHITECT

Da Fiorucci ai guerrilla stores

Moda, architettura, marketing e comunicazione



Marsilio

TEMPORARY STORES

DA FIORUCCI AI GUERRILLA STORES
 MODA, ARCHITETTURA, MARKETING E COMUNICAZIONE
 CLAUDIO MARENCO MORES
 MARSILIO, VENEZIA 2008 (PP. 176, € 16,00)

Jean Baudrillard ne *La société de consommation*, analizzando il consumo come un processo di comunicazione che trasforma gli oggetti in simboli, afferma: "La società medievale era bilanciata tra Dio e il Diavolo, la nostra è in equilibrio tra il consumo e la sua denuncia". Il bel libro di Claudio Marenco Mores si apre con la considerazione che lo shopping è diventato l'attività che maggiormente definisce la vita pubblica. Questa tendenza dell'economia del mercato globale ha fatto sì che, già da alcuni decenni, lo star system della moda si sia reso conto di quanto sia importante esprimere la propria visione estetica in più di una direzione per mettere a fuoco un'immagine unitaria e riconoscibile. Il testo riguarda il rapporto tra moda e architettura e i modi attraverso cui la seconda ha assunto per la prima un ruolo sempre più importante nella localizzazione di un marchio o di un prodotto nell'immaginario collettivo del consumatore medio. Architetti del calibro di Norman Foster, Rem Koolhaas, Renzo Piano, Frank Gehry e Claudio Silvestrin disegnano i concept dei punti vendita rispettivamente di Esprit, Prada, Hermès, Issey Miyake e Giorgio Armani. In questi casi la dinamica progettista-committente ricorda l'idea della committenza rinascimentale per il fatto che il meccanismo di rappresentazione di un elemento effimero e intangibile viene reso fisico attraverso forme e ambienti tangibili. Un ampio capitolo è dedicato a Fiorucci che è stato tra i primi a comprendere la portata mediatica dell'ibridazione dei linguaggi e l'antesignano di tutti i negozi di cui si parla nel libro. Lo stilista con l'apertura del suo primo punto vendita a Milano nel maggio del 1967 istituzionalizza il concetto di lifestyle, nelle sue parole "contro l'autorità e la noia". Qualche anno dopo apre quello che oggi si definirebbe un negozio postmoderno, in cui sotto lo stesso tetto si trovano un negozio, un mercatino di vintage, un ristorante e un teatro. Nel 1984 invita Keith Haring a trasformare il negozio di Galleria Passarella in un'estemporanea opera d'arte ricoprendo pareti e mobili di graffiti. Senza dimenticare che qualche anno prima Andy Warhol aveva lanciato nello store di New York la nota rivista *Interview*. I negozi/galleria di Fiorucci promuovono la cultura della combinazione, della creatività e del gioco, diventando in più occasioni spazi per le performance come l'azione *Arredo Vestitivo* di Alessandro Mendini e dello Studio Alchimia che ha luogo nelle vetrine del negozio di Milano nel 1982. Una parte molto interessante del libro riguarda Rei Kawakubo, la mente di Comme des Garçons che, in aggiunta ai negozi tradizionali, apre a partire dal 2004 i cosiddetti "guerrilla stores". Si tratta di punti vendita grezzi che sorgono lontani dalle vie dello shopping, restano aperti un anno e poi chiudono, comunque siano andate le vendite. L'unico modo per sapere dove sono è visitare il sito internet, www.guerrilla-store.com, dove un'immagine sgranata in bianco e nero di un interno dimesso ha l'elenco dei negozi in tutto il mondo. Nei temporary stores lo shopping diventa un evento, se si ha la fortuna di capitarci, si può acquistare un pezzo di un'edizione limitata, prima che lo store scompaia o si trasformi in

qualcos'altro. Lo si potrebbe definire una sorta di shopping dada.

Nonostante l'alto livello dei designer, il grande impiego di capitali e le sperimentazioni formali e materiche – spesso trasferite nei progetti "seri" –, larga parte del mondo accademico non attribuisce alcun significato culturale agli edifici di architettura contemporanea, tacciandoli di superficialità. La presunta leggerezza del contenuto viene attribuita anche al contenitore e quindi il progetto per la moda viene definito alla moda, con una connotazione del tutto negativa. La questione è complessa ma l'idea classica dell'architettura come riparo non è più sufficiente, oggi l'edificio architettonico si carica di altre funzioni. In un mondo in cui la conoscenza viaggia in modo veloce e reticolare, l'architetto deve essere regista di competenze molteplici per aggiungere valore al progetto e venire incontro ai gusti mutevoli dei fruitori.

CECILIA GUIDA

RICERCATRICE UNIVERSITARIA

In *The Consumer Society*, Jean Baudrillard analysed consumerism as a communication process that transforms objects

into symbols, stating: "Medieval society hovered between God and the Devil; ours sits midway between consumerism and its condemnation." Claudio Marenco Mores's fine book begins with the idea that shopping has become the activity that most defines public life. Because of this trend in the global market economy, a few decades ago the fashion-star system realised the importance of expressing a personal aesthetic vision in more than one direction in order to develop a single recognisable image. The book addresses the relationship between fashion and architecture and how the latter has played an increasingly important role in the localisation of brands or products in the imagination of the average consumer. Architects of the calibre of Norman Foster, Rem Koolhaas, Renzo Piano, Frank Gehry and Claudio Silvestrin have designed the shop concepts of Esprit, Prada, Hermès, Issey Miyake and Giorgio Armani, respectively. In such cases, the designer-client dynamic harks back to the idea of the Renaissance clientele, in that the mechanism adopted to represent something ephemeral and intangible is made physical by tangible forms and surroundings.

A long chapter is devoted to Fiorucci, who was one of the first to realise the media power of hybrid languages. His was the forerunner of all the shops discussed in the book. When he opened his first shop in Milan, in May 1967, this fashion designer institutionalised the lifestyle concept, in his words "countering authority and boredom". A few years



I FALSI DI MODA

LE VULNERABILITÀ DEL MERCATO ITALIANO DELLA MODA ALLA CONTRAFFAZIONE
 A CURA DI BARBARA VETTORI
 FRANCO ANGELELLI, MILANO 2009 (PP. 234, € 21,00)

L'industria dei falsi di moda rappresenta, in ambito europeo e nazionale, una minaccia per le imprese del settore e la società nel suo complesso. L'Italia è ai primi posti in Europa sia tra i Paesi consumatori sia tra quelli produttori di beni contraffatti. A fronte del pesante impatto della contraffazione sul sistema socio-economico, l'anticontraffazione è ancora sottovalutata.

In Europe and Italy, the counterfeit-fashion industry poses a threat to companies in the sector and to society as a whole. Italy is one of the European leaders both in terms of consumer countries and of those producing imitation goods. In light of the serious impact that forgery has on the socio-economic system, the fight against it is still being underrated.