Gli stilisti nel tempo della moda in Italia: 1966, 1977

Alessandra Vaccari

Come sembrava lontano il '68, quando un intellettuale in odore di terrorismo come Giangiacomo Feltrinelli non aveva avvertito la stranezza di farsi fotografare da Ugo Mulas in pelliccia di lontra per il primo numero di L'Uomo Vogue, o forse aveva gustato proprio la stranezza di quella foto. Tutta la gramsciana incomunicabilità tra il presente e il passato della cultura nazionale. Una retorica così dura a morire che nel 1998 il numero celebrativo dei trent'anni della rivista ancora parlerà dell'immagine "assolutamente rivoluzionaria" dell'uomo in pelliccia.

Paola Colaiacomo, *Fatto in Italia. La cultura del made in Italy*[1]

La peculiare relazione della moda con il tempo è qui presa in esame attraverso la figura della/o stilista, focalizzando l'attenzione sul momento iniziale della sua definizione in Italia, intorno alla metà degli anni Sessanta. Se c'è un periodo da riconsiderare nella moda italiana del secondo dopoguerra è forse quello che coincide con gli anni in esame, tra il 1966 e il 1977, spesso interpretati in modo limitato come momento preparatorio del grande successo mediatico e commerciale del Made in Italy degli anni Ottanta. Divergendo da questa visione storiografica, il contributo inquadra l'emergere della figura dello stilista nella cultura italiana come "laboratorio" stesso del cambiamento che si esprime nella sperimentazione di un nuovo genere di moda, il prêt-à-porter; di una nuova identità professionale, lo stilista; e nell'invenzione di una nuova capitale della moda, Milano. Alcuni dei nomi di stilisti cui si fa riferimento in queste pagine sono poco conosciuti o in parte dimenticati e in attesa di un lavoro storico che ne riesamini gli apporti. Stilista è qui inteso non solo come manifestazione di un individuo reale, ma anche – rispetto alla lettura che Michel Foucault ha dato della "funzione-autore"[2] – come espressione di un insieme di fenomeni storici e sociali rispondenti al sistema che li regola e istituzionalizza. Nel caso degli stilisti italiani del periodo analizzato, la "funzione" include le visioni culturali, gli ambiti creativi, le strategie

imprenditoriali e comunicative e il loro stesso modo di rappresentarsi. Buona parte della letteratura recente sulla moda concorda nel ritenere che la figura dello stilista sia emersa in Italia per "cesura"[3] e non per evoluzione rispetto alla figura del sarto d'alta moda. Partendo da questa prospettiva, il contributo pone un quesito storiografico, interrogandosi su quale visione del tempo il modello della "cesura" propone e su come tale visione abbia agito sulla concezione della moda italiana. L'ipotesi è che tale modello abbia funzionato in quegli anni per promuovere il ruolo sperimentale degli stilisti nella cultura italiana del tempo e possa essere oggi analizzato storicamente per capire il ruolo della moda in quanto agente attivo di trasformazione culturale, sociale e politica[4]. In accordo con la visione dello stilista come "cesura", è parso coerente organizzare il discorso intorno a due momenti di svolta, o comunque di tensione al cambiamento, nella cultura italiana del tempo. La scelta è caduta sul 1966 e il 1977, che simbolicamente e materialmente hanno creato un'interruzione nella trasmissione della memoria della moda italiana, facendo posto a un radicale cambio di scena. Per tale ragione le due date prese in esame sono restituite graficamente nel titolo omettendo il trattino di congiunzione, evitando cioè di suggerire a priori ogni presunta omogeneità temporale compresa al loro interno.

1966

Durante la grande alluvione di Firenze del 4 novembre 1966 va distrutto l'archivio del Centro di Firenze per la moda italiana, che era stato creato dal 1954 per supportare e coordinare le presentazioni di moda di Palazzo Pitti e poi di Palazzo Strozzi. Con l'alluvione termina simbolicamente la stagione dell'"High Fashion" italiana, così come era stata concepita da Giovanni Battista Giorgini all'inizio degli anni Cinquanta e la cui immagine era stata centrale per la prima fase di esportazione del Made in Italy. Sebbene le passerelle di Firenze non fossero mai state esclusivamente di alta moda, era questo l'ambito ideale al quale l'iniziativa di Giorgini faceva riferimento. Giorgini si era dimesso dalla direzione delle manifestazioni fiorentine nel 1965 per cause non ancora del tutto chiarite, come spiega Neri Fadigati, nipote di Giorgini e curatore dell'archivio di quest'ultimo, in un suo articolo del 2018. L'articolo mette in discussione l'ipotesi storiografica più diffusa che vede le dimissioni in relazione a un "contrasto tra alta moda e

moda pronta"[5]. Fadigati invita a considerare con maggior cautela tale contrapposizione, notando come entrambi i settori fossero già presenti nella visione strategica di Giorgini. Ciò che forse non era presente, e che potrebbe spiegare le sue dimissioni, è il prêt-à-porter, nel suo porsi come qualcosa di nuovo sia rispetto all'alta moda, sia rispetto alla moda pronta. Il 1966 è il primo anno in cui le manifestazioni di Firenze non si svolgono sotto l'egida di Giorgini ed è anche l'anno della scissione dell'alta moda che comincia a sfilare a Roma. In quello stesso anno a Firenze si mette a fuoco il dibattito sul prêt-à-porter femminile e sulla figura dello stilista. E, infine, è sempre intorno a questa data che il prêt-à-porter comincia a essere considerato in Italia come una nuova espressione della moda.

La distruzione causata dalla grande alluvione di Firenze del 1966 è stata spesso utilizzata come artificio storiografico per segnare l'emergere della scena dell'architettura radicale nel capoluogo toscano, a partire dalle esperienze di Archizoom Associati e Superstudio, entrambi fondati ufficialmente in quell'anno. La narrativa dell'alluvione è la storia di un'idea che inizia con un articolo di Arata Isozaki dedicato a Superstudio, apparso su "Toshi jūtaku" nel settembre del 1971 e poi divulgato a più riprese dagli stessi esponenti dell'architettura radicale. Secondo questa narrativa, l'alluvione ha funzionato come una "tabula rasa"[6] e un punto zero dal quale ripartire con "nuove energie per costruire un nuovo futuro", come per esempio scrive la curatrice Maria Cristina Didero[7]. Lo stesso artificio storiografico sembra funzionare nel campo della moda[8]. La distruzione dell'archivio del Centro di Firenze per la moda italiana cancella simbolicamente le precedenti diatribe tra alta moda e moda pronta, per fare spazio al nuovo prêt-à-porter. Quest'ultimo si configura in quel frangente come un ripartire da zero perché – a differenza dell'idea di Giorgini di moda come portabandiera dell'"italianità" – comincia a promuovere un gusto sovranazionale che non permette più di distinguere "a prima vista un vestito italiano da uno francese o inglese"[9], come si legge in un articolo del 1966. Secondo l'articolo, la novità sovranazionale del fenomeno dipende in parte da ragioni strutturali – per esempio il fatto che i tessuti sono italiani anche nel caso del prêt-à-porter francese – e in parte da ragioni commerciali: a quelle date molte boutique italiane comprano in Francia. Ma la ragione più importante, scrive Giulia Borgese, autrice dell'articolo, è che "le idee viaggiano e chi le fa viaggiare sono gli

stilisti sia esportandole direttamente come fa la francese Emmanuelle Khanh che disegna per tre ditte italiane, sia andandole a cogliere qua e là: in Marocco o alle Hawaii, a Carnaby Street o ai mercatini di roba americana, all'uscita delle scuole o nei *clubs* frequentati dai giovanissimi"[10]. A sostegno della tesi della fluidità geografica del prêt-à-porter (che in realtà è soprattutto tra Italia e Francia) e del pendolarismo degli stilisti tra questi due paesi, si può ricordare che il 1966 è l'anno in cui lo stilista Jean Baptiste Caumont si trasferisce in Italia dalla Francia e che in quelle stesse date Krizia (Mariuccia Mandelli) presenta le sue collezioni contemporaneamente sia nei Salon del prêt-à-porter di Parigi, sia sulle passerelle di Firenze[11]. Anche Walter Albini, che nella storiografia della moda italiana viene pressoché unanimemente indicato come iniziatore di questa professione[12], quando comincia la sua carriera in Italia ha alle spalle un lungo soggiorno a Parigi, svoltosi durante i primi anni Sessanta[13]. La situazione appare così ibrida che una stilista italiana come Graziella Fontana è a volte erroneamente indicata dalla stampa del tempo come francese, probabilmente confusa dal fatto che lavorasse per il marchio francese Chloè[14]. Riguardo al caso citato di Khanh è documentata la sua collaborazione per Max Mara, Missoni e Krizia, tutte aziende italiane centrali nello sviluppo del prêt-à-porter negli anni Sessanta. Nel 1967, Gabriella De Marco, stilista e titolare di Gulp!, boutique milanese dalle luci psichedeliche e dagli arredi sperimentali disegnati dell'artista Amalia Del Ponte, analizzava dal punto di vista del buyer i punti deboli del prêt-à-porter italiano. Nell'analisi, la comparazione era con quello francese che evidentemente era considerato un modello di riferimento: "[Parigi] a ogni stagione ci mostra le nuove tendenze con una faccia piuttosto unitaria, mentre andando a Firenze che cosa vediamo? C'è una ditta che ha fatto l'op, un'altra lo stile 1930, un'altra la donna dello spazio, un'altra ancora una bella contadinella. Così non sappiamo bene che cosa scegliere"[15]. L'intervento evidenzia come, in quei primi anni, i temi centrali del nuovo prêt-à-porter fossero la ricerca di una maggiore coesione e il tendere a obiettivi comuni che comprendevano in modo esplicito anche obiettivi commerciali. Interpretando questi dati è possibile immaginare che, oltre alla questione sovranazionale, l'altro punto centrale del prêt-à-porter fosse il netto contrasto con la prospettiva autoriale dell'alta moda, basata sull'individualità del creatore. Quest'ultima era espressa attraverso il concetto di linea che, a ogni

nuova stagione, caratterizzava la proposta di ciascuna casa di moda in competizione con le altre. In una dichiarazione apparsa su "Vogue Italia" nell'ottobre del 1967, Albini chiarisce la diversità del suo punto di vista in quanto stilista. Albini spiega di non essere interessato a imporre una nuova moda e di volere, invece, proporre uno stile o – come spiega Enrica Morini commentandone le parole – "tanti stili per tutte le donne, in una specie di generosità creativa ricca di sperimentazione e di entusiasmo"[16]. Il collettivismo che sostiene il lavoro degli stilisti e la loro idea di stile in opposizione alla moda riguarda il processo di progettazione, ma non riguarda invece il modo di comunicare la moda, ambito nel quale si continua a prediligere la sfilata, cioè una forma di spettacolo nata alla fine dell'Ottocento proprio in seno all'haute couture[17]. Sebbene il prêt-à-porter sia realizzato industrialmente, o forse proprio per questo, chiede fin dall'inizio di essere riconosciuto come parte della moda, non della produzione industriale d'abbigliamento, e il ricorso alla sfilata doveva sembrare il modo più immediato per ottenere tale riconoscimento. Questo spiega forse anche la preferenza che questa prima generazione di stilisti ha per le passerelle di Firenze invece che per il Samia, il Salone Mercato Internazionale dell'Abbigliamento che dalla metà degli anni Cinquanta si teneva a Torino e che era promosso dall'Ente italiano della moda[18]. Ma non solo agli stilisti interessava la sfilata, interessava anche poterne accentuare l'aspetto spettacolare, mostrando più modelli e in forma più personale. In un primo momento, questo era avvenuto evadendo le regole create a suo tempo da Giorgini e, dal 1971, con la scissione di Albini dalle passerelle di Firenze a favore di Milano[19]. Già nel 1970 a Firenze le collezioni "da pedana" degli stilisti erano concepite per avere un valore comunicativo, per offrire cioè un'immagine coerente delle ultime tendenze della moda. In un articolo del 1970 la giornalista Elisa Massai spiega che in quell'anno a Firenze sfilarono le "collezioni 'vedette' [che sono] solo in parte vendibili, ma servono a orchestrare la campagna della stampa"[20]. Le collezioni "vedette" in questione erano disegnate da stilisti come Albini, Alberto Lattuada, Karl Lagerfeld, Silvana Belli, Graziella Fontana e Christiane Bailly. L'articolo evidenza soprattutto il lavoro di coordinamento in atto in quel periodo, quando lavorare per temi comuni, rinunciare a una parte della propria individualità creativa e aprire alle richieste del pubblico[21] erano obiettivi perseguiti come prioritari.

1977

Il 1977 è l'anno in cui è soppresso l'Ente italiano della moda di Torino, istituzione governativa che era nata con la finalità di promuovere e coordinare la moda italiana, ma che le recenti trasformazioni del sistema della moda avevano reso progressivamente marginale. L'Ente era stato creato dal regime fascista a metà degli anni Trenta con il nome di Ente nazionale della moda, sempre allo scopo di promuovere la moda italiana e soprattutto di limitare l'importazione o la copia di quella francese[22]. Alla caduta del fascismo l'Ente era stato prima soppresso e poi rifondato con il nuovo nome di Ente italiano della moda, nello stesso anno in cui Giorgini aveva organizzato a Firenze la prima edizione dell'Italian High Fashion Show. L'anno della chiusura definitiva dell'Ente è anche l'anno del celebre accordo tra Giorgio Armani e il GFT (Gruppo Finanziario Tessile), segno del nuovo interesse della grande industria per il prêt-à-porter degli stilisti e della portata che tale fenomeno sta per assumere[23]. È inoltre l'anno in cui risultano attivi quasi tutti i nomi che di lì a poco parteciperanno alla marcia trionfale della moda italiana degli anni Ottanta, a cominciare da Armani, Gianni Versace (che disegna Callaghan) e Gianfranco Ferré (Baila e Courlande)[24]. Anche se l'istituzionalizzazione della settimana della moda milanese avverrà solo nel 1978 con la definitiva apertura del Modit e del Centro sfilate presso la Fiera di Milano, già da qualche stagione la sua competitor non era più Firenze, ma direttamente Parigi. Lo conferma un articolo del "Corriere della Sera" del 1977 che annuncia "Passa da Parigi a Milano il primato della moda"[25]. Nel vortice di tali eventi, non stupisce che la chiusura dell'Ente e la conseguente dispersione dei suoi archivi sia avvenuta in silenzio e nel disinteresse generale[26].

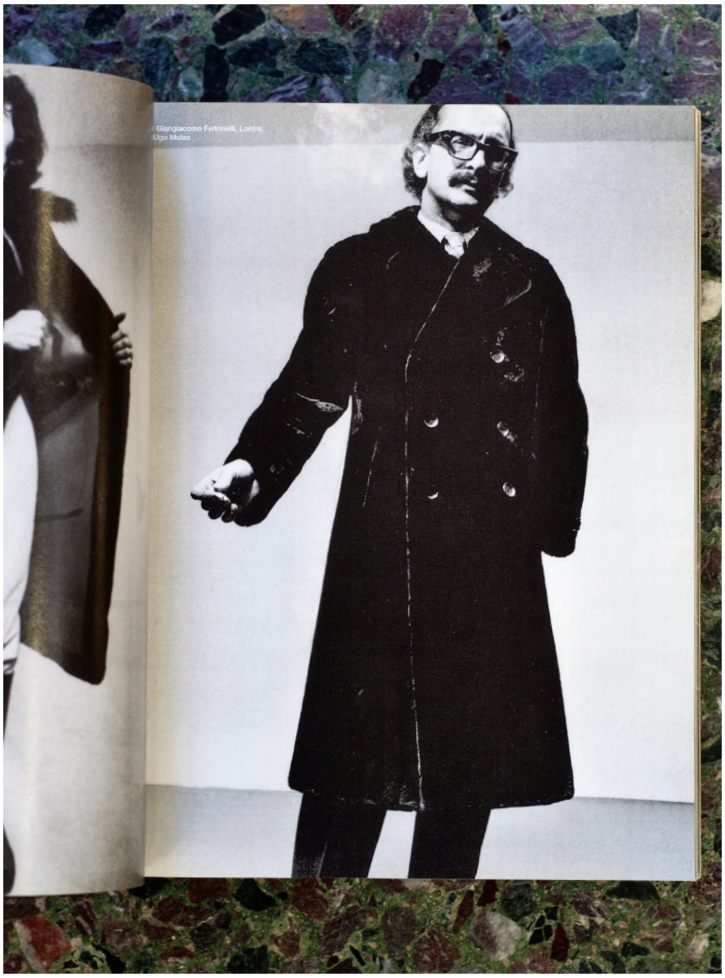
Dalla data della sua fondazione l'Ente aveva raccolto informazioni e materiali delle case di moda italiane poste sotto la sua tutela. Così facendo aveva costituito un centro di documentazione sulla moda italiana che, nelle intenzioni, avrebbe dovuto essere il "primo stadio di formazione di un museo", il cui archivio è descritto dall'Ente come "con cura catalogato e classificato" e impaginato in una forma così precisa "da poter resistere al tempo"[27]. Gli eventi tuttavia hanno dimostrato il contrario.

In base alla testimonianza di Guido Gentile, soprintendente ai Beni archivistici per il Piemonte e la Valle d'Aosta dal 1978 al 1999, ciò che dopo la liquidazione dell'Ente restava dell'archivio venne da lui

rinvenuto accatastato in un magazzino della Regione Piemonte, in piazza Bernini a Torino. Si trattava di una serie di libri e di circa dieci scatole contenenti materiale fotografico. I libri furono recuperati da Bianca Gera, funzionaria dell'Assessorato cultura della Regione Piemonte, che insieme a Gentile aveva fatto il sopralluogo nei locali della Regione; per il restante materiale fotografico il soprintendente aveva fatto richiesta che fosse portato presso l'Archivio di Stato di Torino. Purtroppo, nel lasso intercorso tra il rinvenimento e l'organizzazione del trasporto, scomparve ciò che Gentile definisce nella sua testimonianza come le ultime "reliquie di un increscioso sgombero". Non si conoscono le dinamiche e il motivo che portarono alla scomparsa delle scatole[28], ma certo è che la loro perdita avvenne in un momento in cui i riflettori erano tutti puntati sulla città di Milano.
L'esempio dell'archivio dell'Ente mostra come il processo di trasformazione della moda, nel periodo in esame, sia stato caratterizzato da lapsus, cesure temporali e dall'ansia di cancellare il passato. Sebbene non ci sia nessuna correlazione tra la storia dell'archivio e il nuovo corso della moda degli stilisti a Milano, l'esempio fa riflettere sul peculiare rapporto che la cultura italiana intrattiene con il tempo.

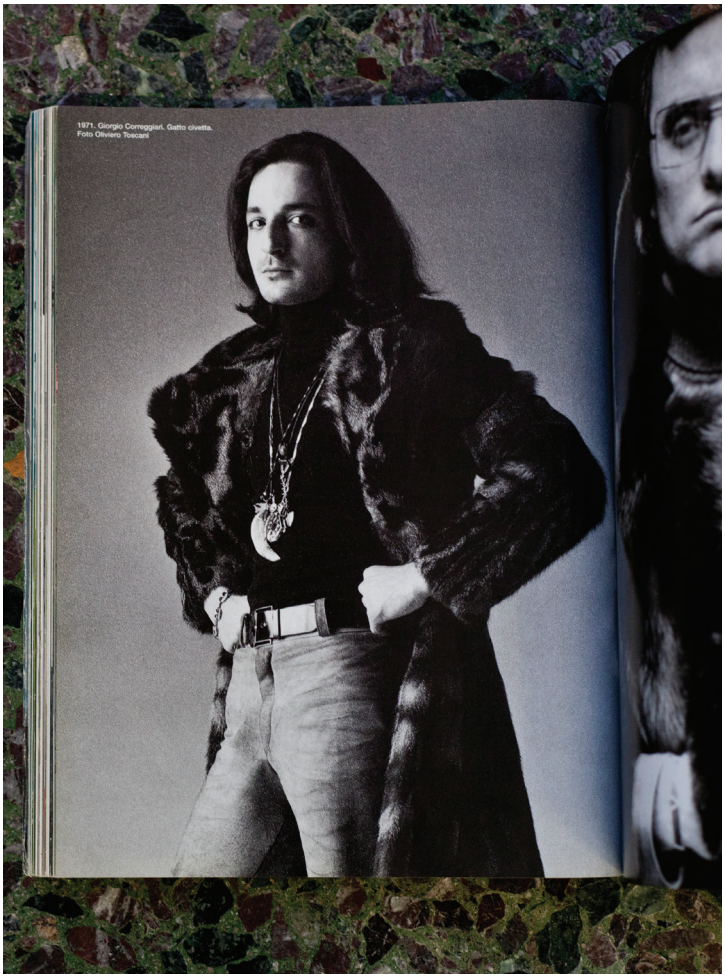
Loop temporali

Paola Colaiacomo, facendo riferimento al pensiero di Antonio Gramsci, ha inquadrato il rapporto della cultura italiana con il tempo in termini di "incomunicabilità" tra il presente e il passato, spiegando come sia sempre la mancanza di un presente che impedisce al passato di diventare storia[29]. Si può chiarire questo passaggio con la citazione posta in esergo a questo contributo e in cui Colaiacomo riflette sull'immagine dell'editore Giangiacomo Feltrinelli imprigionato in un *loop* temporale, tra il 1967 e il 1998. Il 1967 è l'anno in cui Feltrinelli posa in pelliccia sulle pagine del numero che sancisce la nascita della rivista "L'Uomo Vogue". È il mese di settembre, la fotografia è di Ugo Mulas e la pelliccia di Jole Veneziani. Il 1998, invece, è la data in cui l'immagine di Feltrinelli in pelliccia è ripubblicata nell'uscita dedicata al trentesimo anniversario de "L'Uomo Vogue"[30], celebrato in coincidenza con l'anniversario del '68.
L'immagine del 1967 mostra i cambiamenti dei costumi (la pelliccia da uomo); l'espansione dei consumi (l'arrivo de "L'Uomo Vogue" in edicola) e una forte spinta al cambiamento nella cultura italiana. A



Giangiacomo Feltrinelli fotografato da Ugo Mulas,
per “L’Uomo Vogue”, n. 1 settembre 1967 e n. 292 luglio-agosto 1998

questo proposito, la didascalia all'immagine spiega che Feltrinelli è un editore che "ha fiducia nei giovani, è pronto ad appoggiare ogni nuova iniziativa, ad aprire la sua libreria in via Manzoni ai loro dibattiti accesi come alle loro manie più frivole"[31]. Se il numero del 1967 è proiettato al futuro, ci si aspetterebbe che "L'Uomo Vogue" del 1998 debba fare i conti con la memoria. Al contrario, il testo di Roberta Rotta che accompagna il servizio – nota Colaiacomo – presenta al pubblico di fine millennio l'immagine dell'uomo in pelliccia come "assolutamente rivoluzionaria", come presente, come se i trent'anni che separano le due immagini non fossero mai stati metabolizzati. La stessa riflessione si potrebbe fare sullo stilista Giorgio Correggiari, di cui il servizio del trentennale de "L'Uomo Vogue" rimette in circolo l'immagine, ma senza menzionare la sua storia di insider critico della moda italiana. Una storia che al 2018 risulta misteriosamente ancora poco studiata. Come nel caso di Feltrinelli, un buon esercizio per apprezzare la distanza storica è paragonare la pagina del 1998 con quella del febbraio 1971, quando la fotografia di Correggiari – si tratta di uno scatto di Oliviero Toscani – fu pubblicata per la prima volta su "L'Uomo Vogue". Qui Correggiari appare all'età di ventisette anni e con uno stile esuberante e anticonformista. L'inquadratura a figura intera (quella del 1998 ha invece il taglio di un piano americano) permette di apprezzare quanto siano invecchiati i suoi pantaloni di camoscio a zampa d'elefante, indossati con dolcevita scuro e pelliccia lunga fino ai piedi. I capelli sono lunghi, le sopracciglia disegnate e gli occhi scuriti dal kajal. Nel testo che accompagna l'immagine, lo stilista viene definito "filosofo della moda"[32] spiegando come la sua filosofia consista nel "rifiutare il ruolo specializzato e magari teorico dello stilista che disegna il figurino, ma nell'abbracciare tutto l'arco di ogni idea"[33]. Diversamente dall'immagine dello stilista come designer industriale, che per esempio ispirerà Giorgio Armani[34], Correggiari si propone come capace di lavorare manualmente su ogni capo, dal filato grezzo alle rifiniture. Il suo ingresso ufficiale nella moda risale al 1968, data di fondazione della boutique Pam Pam di Riccione che, si legge sempre nell'articolo di "L'Uomo Vogue" del 1971, era un progetto animato dal "rifiuto dell'alta moda" e dal desiderio di produrre idee per i "giovani all'avanguardia"[35].



Giorgio Correggiari fotografato da Oliviero Toscani,
per “L’Uomo Vogue”, n. 10 febbraio 1971 e n. 292 luglio-agosto 1998

Stilisti e "anomalia italiana"

Come si è visto, esistono molti aspetti innovativi e di rottura col passato che accompagnano l'emergere in Italia di una nuova cultura della moda. Resta ora da chiarire in che modo gli stilisti si autodefiniscano in relazione a tale cultura e che tipo di sensibilità o visione del tempo rappresentino e contribuiscano a promuovere in quanto "soggetti produttori di storia"[36]. L'idea di cesura col passato, da cui parte questo contributo, affonda le sue radici nella logica dialettica che da Hegel arriva a Marx e che si basa sull'idea che bisogna negare per poter creare, vale a dire bisogna negare il presente prima che il futuro possa compiersi[37]. Tale concezione – che immagina il tempo muoversi principalmente in una direzione, dal passato al futuro – è stata largamente condivisa tanto dalle politiche rivoluzionarie quanto dalle estetiche moderniste. Essa inoltre non è morta insieme alle avanguardie e ha continuato a essere modello di riferimento per i movimenti sociali e artistici incentrati sull'attivismo[38]. Anche la moda occidentale degli ultimi secoli ha avuto una certa familiarità con questo procedere per negazione del presente al fine di fare spazio al futuro. Un procedimento che tocca sia le capacità amnesiche della moda teorizzata da Roland Barthes come pura logica del cambiamento[39], sia il modo in cui l'intero sistema della moda si è periodicamente reinventato. Riguarda anche – e soprattutto in questo contesto – il modo in cui tale reinvenzione è stata fatta oggetto di discorso: spiegata in quanto inizio di una storia e per contrapposizione a quella che si sta per chiudere. Tutto questo non appartiene solo alla moda italiana, eppure in questa prospettiva sembra essere particolarmente leggibile. Negli anni in esame lo stilista è un esempio di come sia stato definito e si sia autodefinito nei termini di "un inizio a partire da niente"[40], mutuando questa espressione dalle riflessioni di Rosalind Krauss sull'originalità dell'avanguardia come mito dell'origine. Nel caso dello stilista è anche interessante sottolineare la resistenza di tale idea della nuova origine, che ritorna immutata nelle letture storiografiche basate sulla cesura con l'alta moda.

Sono molti gli esempi che si possono fare per verificare questa prospettiva teorica e, tra questi, l'ansia della nuova generazione di stilisti di distruggere "Firenze" prima ancora dell'avvenuta creazione della settimana della moda di Milano. Una giornalista attenta come Adriana Mulassano, in un suo articolo del 1974, guardava con preoccupazione la scissione in atto e il desiderio degli stilisti di cambiare non tanto

una moda, quanto l'"intero sistema". Benché Mulassano capisse le ragioni di tale "scissione"[41] e fosse molto critica nei confronti di ciò che lei stessa considerava un appiattimento di Firenze verso il basso, tuttavia considerava deleterio lasciare Firenze senza che Milano fosse già strutturata. Così facendo accusava il gruppo di stilisti che stavano guidando la scissione, e che comprendeva i nomi di Caumont, Krizia e Missoni, di un atteggiamento contestatore e autodistruttivo. La scissione, concludeva Mulassano ancora nel 1974, "rischia di compromettere la solidità di Firenze senza dare un'alternativa che nasca all'insegna della sicurezza"[42].

Un altro esempio riguarda l'"invenzione dello stilista"[43] ovvero il fatto che gli stilisti siano stati l'asse intorno al quale si è organizzato il cambiamento della moda italiana, rendendo particolarmente esplicito tale cambiamento attraverso l'adozione di un nuovo nome[44]. La parola stilista, in relazione alla progettazione del prêt-à-porter, suonava all'epoca come un neologismo, come suggerisce l'aneddoto frequentemente citato di Nino Cerruti della Hitman che racconta di come la gente fosse confusa quando presentava loro Armani come suo stilista, dopo averlo chiamato nel 1964 a collaborare alla messa a punto della propria linea di moda maschile[45]. La storia di questo neologismo ha una sua cronologia ufficiale in Italia che – come si è detto – tende ad attribuire un ruolo centrale a Albini in quanto "primo stilista"[46], oltre che "inventore dell'Italian look"[47] e precursore dello spostamento del prêt-à-porter a Milano. L'aura di eroismo che circonda la sua figura è aumentata dal fatto di essere purtroppo morto giovane, nel 1983, e senza cioè avere avuto la possibilità di raccogliere appieno i frutti del suo lavoro, diversamente da altri protagonisti della stessa stagione.

La parola stilista, come ha suggerito Simona Segre Reinach, "è una chiave in sé per comprendere l'elemento centrale dell'identità italiana, ossia la creazione del sistema del prêt-à-porter che si è sviluppato a Milano"[48]. In virtù di questa specificità si tratterebbe di una parola "impossibile da tradurre", assunto quest'ultimo che è emerso in modo chiaro e con forza in occasione della mostra del Victoria & Albert Museum di Londra intitolata "The Glamour of Italian Fashion" e tenutasi nel 2014. La proposta di mantenere stilista in italiano è stata utilizzata in quell'occasione per sottolineare le sue diverse sfumature di senso rispetto a fashion designer, come è spiegato nel testo introduttivo al catalogo della mostra[49]. La parola inglese fashion designer ha assunto

col tempo il ruolo di un termine ombrello ed è correntemente applicata a esperienze che coprono un arco temporale vasto: dal XIX secolo e dall'origine dell'haute couture fino al contemporaneo[50]. È un termine che unifica (o ingloba), piuttosto che dividere, diversamente dalla parola stilista che l'Italia presumibilmente mutua dal francese (*styliste*). Il termine di prêt-à-porter – ugualmente mutuato dal francese – si è diffuso nella lingua italiana senza traduzione, mentre stilista ha subito fin dall'inizio un processo di appropriazione.

La scelta della mostra di Londra offre alcuni vantaggi per l'analisi storica e culturale, ma anche alcuni svantaggi. Vantaggi perché, come si è detto, mette in luce la specificità storica e culturale del fenomeno. Svantaggi perché corre il rischio di isolare concettualmente una vicenda, quella dell'emergere degli stilisti, che invece è profondamente intrecciata a ciò che è avvenuto in altri paesi, come la Francia, in un momento di profonda internazionalizzazione della moda. Così facendo, il termine stilista tende a ribadire il mito modernista dell'"originalità" come origine[51] e di accentuare quella pericolosa inclinazione italiana all'"incomunicabilità" del presente con il passato[52]. Il rischio è che il fenomeno dello stilista finisca nella gabbia dorata, ma in fondo irreale, dell'esperienza tanto "originale" da rendere impossibile una sua traduzione. Se è vero che il fenomeno dello stilista è stato nelle fasi iniziali di gestazione un esperimento di confronto culturale e un "laboratorio" stesso del cambiamento, questo è accaduto anche in virtù della sua capacità di tradurre qualcosa e di essere tradotto. In questo il fenomeno dello stilista si è proposto contemporaneamente come un po' in ritardo (inizialmente per esempio rispetto alla Francia) e un po' in anticipo sui propri tempi, con un lieve disassamento e dilatazione temporale simile a quella "anomalia italiana"[53] che ha caratterizzato l'ambito sociale per il protrarsi delle tensioni generate dal '68 fin dentro il 1977. Invece di inquadrare il fenomeno nella sua impossibilità di essere tradotto, forse è più utile cercare di lavorare sulle tensioni, non solo linguistiche, ma anche temporali, culturali e politiche che ogni processo di traduzione comporta[54], così come è già avvenuto nella riflessione sul Made in Italy, all'interno della quale anche la vicenda dello stilista si colloca.

Note

1. P. Colaiacomo, *Introduzione*, in Id. (a cura di), *Fatto in Italia. La cultura del made in Italy*, Meltemi, Roma 2006, pp. 7-25, qui p. 15.

2. M. Foucault, *Qu'est-ce qu'un auteur?*, in "Bulletin de la Société Française de Philosophie", a. LXIII, n. 3, 1969, pp. 73-104; tr. it. *Che cos'è un autore?*, in Id., *Scritti letterari*, a cura di C. Milanese, Feltrinelli, Milano 1971, pp. 1-21.

3. P. Volonté, *La figura dello stilista*, in M. L. Frisa, G. Monti, S. Tonchi (a cura di), *Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971-2001*, catalogo della mostra (Palazzo Reale, Milano 22 febbraio-6 maggio 2018), Marsilio, Venezia 2018, pp. 263-9, qui p. 264; S. Segre Reinach, *The Italian Fashion Revolution in Milan*, in S. Stanfill (a cura di), *The Glamour of Italian Fashion Since 1945*, catalogo della mostra (Victoria & Albert Museum, Londra 5 aprile-27 luglio 2014), V&A, Londra 2014, pp. 58-71; S. Stanfill, *Introduction*, in Id. (a cura di), *The Glamour of Italian Fashion Since 1945*, cit., pp. 8-29. M. L. Frisa, S. Tonchi, *La bellezza utile*, in M. L. Frisa, G. Monti, S. Tonchi (a cura di), *op. cit.*, pp. 3-19.

4. C. Breward, C. Evans, *Introduction*, in Id. (a cura di), *Fashion and Modernity*, Berg, Oxford-New York 2005, pp. 1-7. M. Barnard, *History and Fashion. Five Positions*, in Id., *Fashion Theory. An Introduction*, Routledge, Londra-New York 2014, pp. 56-72.

5. N. Fadigati, *Giovanni Battista Giorgini, la famiglia, il contributo alla nascita del Made in Italy, le fonti archivistiche*, in "ZoneModa Journal", vol. VIII, n. 1, 2018, doi.org/10.6092/issn.2611-0563/8385ZoneModaJournal.

6. M. C. Didero, *Il design radicale non è mai esistito*, in P. Brugellis, G. Pettena, A. Salvadori (a cura di), *Utopie radicali. Archizoom, Remo Buti, 9999, Gianni Pettena, Superstudio, UFO*, catalogo della mostra (Palazzo Strozzi, Strozzina, Firenze 20 ottobre 2017-21 gennaio 2018), Quodlibet, Macerata 2017, pp. 61-78, qui p. 63.

7. *Ibidem*.

8. E. Desiderio, *Il centro di Firenze per la moda italiana*, in M. L. Frisa, A. Mattirolo, S. Tonchi, *Bellissima. L'Italia dell'alta moda, 1945-1968*, catalogo della mostra (MAXXI, Museo nazionale delle arti del XXI secolo, Roma 2 dicembre 2014-3 maggio 2015), Electa-MAXXI, Roma 2014, pp. 328-31.

9. G. Borgese, *Diritto all'eleganza. Il prêt-à-porter e il costume oggi*, in "Corriere della Sera", 19 novembre 1966, p. 11.

10. *Ibidem*.

11. G. Borgese, *Perché tanti italiani si vestono alla francese, Tavola rotonda sul prêt-à-porter*, in "Corriere della Sera", 28 ottobre 1967, p. 11.

12. G. Bianchino *et al.*, *Walter Albini*, Università di Parma, Centro Studi e Archivio della Comunicazione, Parma 1988; W. Albini *et al.*, *Walter Albini*,

Galleria Carla Sozzani, Milano 1990; M. L. Frisa, S. Tonchi, *Walter Albini e il suo tempo. L'immaginazione al potere*, Marsilio-Fondazione Pitty Discovery, Venezia 2010.

13. E. Morini, *Il caso Albini*, parte di Id., N. Bocca, *Lo stilismo nella moda femminile*, in G. Butazzi, A. Mottola Molfino (a cura di), *La moda italiana*, vol. II *Dall'antimoda allo stilismo*, Electa, Milano 1987, pp. 64-101, qui pp. 70-77.

14. Cfr. D. Grumbach, *Histoires de la mode*, Regard, Parigi 2008 (1993), pp. 212-348 *passim*.

15. G. Borgese, *Perché tanti italiani si vestono alla francese,* cit. Si veda anche A. Drake, *The Beautiful Fall. Fashion, Genius, and Glorious Excess in 1970s Paris*, Back Bay, New York 2006.

16. E. Morini, *Il caso Albini*, cit., pp. 72-3.

17. C. Evans, *The Mechanical Smile. Modernism and the First Fashion Shows in France and America, 1900-1929*, Yale University Press, New Haven 2013.

18. I. Paris, *L'Ente italiano della moda*, in M. L. Frisa, A. Mattirolo, S. Tonchi, *op. cit.*, pp. 238-40, qui p. 239.

19. M. L. Frisa, S. Tonchi, *La bellezza utile*, cit., pp. 3-19, qui p. 6.

20. E. V. Massai, *Le sfilate di Firenze. Si aspetta una parola risolutiva*, in "Corriere della Sera", 1 aprile 1970, p. 11.

21. Si veda E. Morini, *Il caso Albini*, cit., p. 73.

22. Cfr. S. Gnoli, *La donna, l'eleganza, il fascismo. La moda italiana dalle origini all'Ente nazionale della moda*, Edizioni del Prisma, Catania 2000; M. Lupano, A. Vaccari (a cura di), *Una giornata moderna. Moda e stili nell'Italia fascista*, Damiani, Bologna 2009.

23. N. Bocca, *Dall'anonimato dello stilista all'anonimato dell'industria*, parte di E. Morini, N. Bocca, *Lo stilismo nella moda femminile*, cit., pp. 79-100, qui p. 81.

24. E. Puccinelli (a cura di), *Professione Pr. Immagine e comunicazione nell'archivio Vitti*, Skira, Milano 2011, p. 37.

25. A. Mulassano, *Passa da Parigi a Milano il primato della moda*, in "Corriere della Sera", 19 marzo 1977, p. 7.

26. Lo scioglimento e la messa in liquidazione dell'Ente nazionale della moda era avvenuta al termine della seconda guerra mondiale (decreto legislativo n. 470 del 15 settembre 1946). L'Ente italiano della moda era stato istituito con decreto del presidente della repubblica n. 239 del 17 febbraio 1951.

27. *Come nasce un museo*, in "Bollettino di informazioni dell'Ente nazionale della moda", vol. III, n. 19-20, 16 ottobre 1938, pp. 9-15.

28. Le testimonianze di Guido Gentile sono state raccolte, su richiesta di chi scrive, dall'archivista Sara Micheletta e comunicate via email il 2 aprile 2015 e il 5 aprile 2017.

29. P. Colaiacomo, *Introduzione*, in Id. (a cura di), *op. cit.*, p. 15.

30. R. Rotta, *Furs Gallery*, in "L'Uomo Vogue", a. XXX, n. 292, luglio-agosto 1998.

31. *Giangiacomo Fetrinelli*, in "L'Uomo Vogue", a. I, n. 1, settembre 1967.

32. *I creatori della moda*, in "L'Uomo Vogue", a. IV, n. 10, febbraio 1971, pp. 116-123.

33. *Ibidem*.

34. Cfr. A. Vaccari, *Per un'autobiografia della moda italiana*, in M. L. Frisa, G. Monti, S. Tonchi (a cura di), *op. cit.*, pp. 222-9.

35. *I creatori della moda*, in "L'Uomo Vogue", cit.

36. P. Colaiacomo, *Introduzione*, in Id. (a cura di), *op. cit.*, p. 17.

37. M. Cuevas-Hewitt, *Towards a Futurology of the Present. Notes on Writing, Movement, and Time*, in "The Journal of Aesthetics & Protest", n. 8 *Grassroots Modernism*, inverno 2011-12, https://www.joaap.org/issue8/futurology.htm (ultimo accesso 20 ottobre 2018).

38. *Ibidem*.

39. R. Barthes, *Sistema della moda*, tr. it. di L. Lonzi, Einaudi, Torino 1970, pp. 290-1; ed. or. *Système de la mode*, Seuil, Parigi 1967.

40. R. Krauss, *L'originalità dell'avanguardia*, in G. Di Giacomo, C. Zambianchi (a cura di), *Alle origini dell'opera d'arte contemporanea*, Laterza, Bari 2008, p. 157; ed. or. *The originality of the Avant-garde*, in "October", n. 18, 1981.

41. A. Mulassano, *Milano si lancia nella moda*, in "Corriere della Sera", 24 marzo 1974, p. 21.

42. *Ibidem*.

43. G. Bianchino, A. C. Quintavalle, *Moda. Dalla fiaba al design. Italia 1951-1989*, De Agostini, Novara 1989, p. 235.

44. P. Volonté, *op. cit.*, p. 264.

45. S. Giacomoni, *L'Italia della moda*, fotografie di A. Castaldi, Mazzotta, Milano 1984, p. 66; M. Gastel, *50 anni di moda italiana. Breve storia del prêt-à-porter*, Vallardi, Milano 1995, pp. 103-5; P. Volonté, *op. cit.*, p. 264; A. Vaccari, *Per un'autobiografia della moda italiana*, cit., p. 225.

46. B. Giordani Aragno (a cura di), *Progetto e stile: creatori della linea italiana*, catalogo della mostra (Roma 10 febbraio-31 marzo 1982), De Luca, Roma 1982, p. 46.

47. Cfr. S. Segre Reinach, *Putting it Together*, in M. L. Frisa, S. Tonchi, *Walter Albini e il suo tempo*, cit., pp. 18-9. Si veda anche S. Segre Reinach, *The Italian Fashion Revolution in Milan*, cit., p. 62.

48. S. Segre Reinach, *The Italian Fashion Revolution in Milan*, cit., p. 62.

49. S. Stanfill, *Introduction*, in Id. (a cura di), *The Glamour of Italian Fash-*

ion Since 1945, cit., pp. 8-29.

50. D. Frasqueti Russi, A. Vaccari, *La relazione tra Stati Uniti e Italia nell'origine dello stilista. Tentativo di una definizione*, in A. C. Broega *et al.* (a cura di), "Cimode, IV Congreso Internacional de Moda y Diseño", atti del convegno, Universidade do Minho, Minho 2018, pp. 88-96.

51. R. Krauss, *op. cit*.

52. B. Neilson, *Provincialising the Italian Effect*, in "Cultural Studies Review", vol. XI, n. 2, settembre 2005, pp. 11-24, qui p. 13.

53. F. Berardi (Bifo), *Quarant'anni contro il lavoro*, Derive Approdi, Roma 2017, http://www.tecalibri.info/B/BERARDI-F_lavoro.htm (ultimo accesso 20 ottobre 2018).

54. B. Neilson, *op. cit.*, p. 13.