Mostra L'arte della moda a Forlì: perché visitarla

ANSELMO BUCCI. Rosa Rodrigo (la bella), 1923-1925. Olio su tela,72 x 60. Matteo Maria Marpelli Arte Moderna e Contemporanea

L'artedella moda. Il titolo della mostra appena inaugurata nelle maestose sale del **SanDomenico di Forlì** (fino al due luglio) potrebbe benissimo essere letto scambiandone itermini, e cioè La moda dell'arte. Infatti, al di là delle reciproche influenze ecollaborazioni – che pure sono presenti, tra cui quella memorabile e poco nota tra lacouturière Germana Marucelli e l'artista cinetico Getulio Alviani nei primi anni 60 –il vestire e l'espressività creativa sono sintomi e manifestazioni del sentimento deltempo, cui danno forma e colori, restituiscono tattilità, colore e tridimensionalità, neinterpretano eventuali scenari futuri.

Gli artistiusano spesso il loro lavoro per commentare questioni sociali e politiche nella società. Possonocreare pezzi che evidenziano ingiustizie, disuguaglianze o esprimono le loro emozioni riguardo a unasituazione particolare. Questo può essere visto in molte forme d'arte, come la pop art, igraffiti e l'arte astratta. Anche gli stilisti interpretano la realtà attraverso i loroprogetti. Possono creare abiti che riflettono la cultura popolare, eventi storici o persino visionifuturistiche. L'industria della moda è in continua evoluzione, con i designer che spingonoi confini e sfidano le norme. Ciò si vede nell'uso di tessuti sostenibili, abbigliamentoneutro rispetto al genere e l'inclusione di diversi modelli nelle campagne di moda. Oltrepassatal'ormai noiosa questione se la moda sia arte e, in caso di risposta affermativa, dove si debbageolocalizzare emotivamente, se tra quelle "maggiori" o "minori",l'esposizione, diretta da Gianfranco Brunelli e curata da Cristina Acidini, Enrico Colle,Fabiana Giacomotti e Fernando Mazzocca, si presenta come «un vero e proprio kolossal»,secondo le parole del sindaco della città Gian Luca Zattini.

GIANFRANCO FERRÉ. Camicia Orlando, A/I2001-02. Taffetas di seta. Centro di Ricerca Gianfranco Ferré, Politecnico di Milano

Un percorso, mille idee da ammirare (e indossare)

E ha ragione, perlomeno in termininumerici: oltre **duecento quadri, più di cento abiti** e una ricchissima selezionedi accessori come strumenti narrativi per descrivere l**'ascesa della borghesia**– ma anche i suoi tic, i vizi, i vezzi, le sue contraddizioni e contestazioni. È infattichiarificatore il sottotitolo, *Le età dei sogni e delle rivoluzioni, 1789-1968* e lo

illustra bene il corposo catalogo, edito da Dario Cimorelli Editore: si tratta di un viaggio ambiziosotra due **grandi rivoluzioni, quella Francese e quella studentesco/femminista**, lungo lequali abbigliamento e arte conoscono fondamentali e irrinunciabili capitomboli, dato che i secoli XIXe XX sono stati particolarmente significativi con l'emergere di nuovi movimenti intellettuali ela crescita dell'industria del vestire. Un'industria che nasce però con il placetdell'elevare la semplice arte della sartoria a forma comunicativa e mezzo di distinzionesociale. Non a caso, dopo la nascita "spontanea" delle deliranti, esagerate, caricaturalimise di chi apparteneva alla sottocultura aristocratica francese, le Merveilleuses e gli Incroyables(anzi, delle Meveilleuses e degli "Incoyables" perché sottolineavano la lorosuperiorità di censo non pronunciando la lettera "R") che salutarono il nuovo regimedel Direttorio con un'esplosione di lusso, decadenza e stupidità, l**e signore dellaborghesia chiedono di essere educate all'eleganza** non più da semplici artigiani,ma da veri e propri autori. L'intento perseguito è sicuramente quello di creare capi chesiano veri e propri capolavori, destinati a diventare emblemi di un design da indossare tutti igiorni.

GIOVANNI BOLDINI. Ritratto di Emiliana Concha de Ossa (Il pastello bianco),1888. Pastello su carta riportata su tela, 219,7 x 120 cm collezione privata

Il poteredella forma, il potere della firma

«Charles Frederick Worth, con quel cognome ideale perimporsi a una clientela ricca e incerta», scrive Fabiana Giacomotti nel saggio *La moda.Un'ossessione borghese* «capisce presto come nel nuovo confine che va creandosi – un sistema dove inevitabilmente l'industria avrà la meglio sulla manualità –**il sarto** debba perdere la propria qualifica di artigiano, abbandonandol'atteggiamento umile che lo pone in secondo piano rispetto alla sua clientela, per**assumere i caratteri imperiosi dell'artista**, del maestro, del creatore di unabellezza superiore. (…) Così rientra la sua idea di **presentare le creazioni sumodelle** invece sulle "pandore" settecentesche e di **mostrare le propriecreazioni in diversi momenti dell'anno**, in anticipo rispetto alla stagione in cuiverranno indossati, apponendo quindi il proprio nome sull'abito, e un nome di fantasiaall'abito stesso o allo stile di stagione». All'accelerazione del desiderio dipossedere abiti e accessori sempre nuovi, si affianca così il gusto progressivo per**l'etichetta, la griffe** «che coniuga arte e business, creazione e consumo,identità di chi vende e acquisizione di prestigio da parte di chi indossa», scrive ancora lastudiosa e giornalista.

JAMES TISSOT. Il ballo (Evening), 1878 circa, olio su tela, 91 x 51 cm.Parigi, Musée d'Orsay

Questo diverso approccio ha dato vita anche a veri epropri oggetti d'arte, manifestazioni di interesse antropologico. Per quanto riguarda igrandi artisti, che assume anche il ruolo di stilista, è importante citare il futurista GiacomoBalla che, nel 1914, firmò il ***Manifesto dell'abito maschile*futurista**, in cui l'abito trasformabile si teorizza, cioè un

abito modificabile attraverso l'applicazione di tessuti di diverse forme ecolori. L'abito di Balla, strettamente legato ai concetti del futurismo, perseguiva loscopo di non voler soffocare staticamente il corpo, ma dare movimento alla forma umana, attraversosoggetti geometrici, che sono l'espressione di linee veloci, spezzate, disegni fantasiosi etagli spigolosi dai colori fosforescenti e vividi. Dall'altro lato, per quanto riguarda idesigner che si sono ispirati ai grandi capolavori della storia dell'arte, è impossibilenon fare riferimento alla produzione di **Yves Saint Laurent**, leggendario stilistafrancese, che conobbe uno dei suoi successi più importanti quando, nel 1965, presentò il suo***Mondrian***, ispirato al famoso dipinto del maestro olandese*Composizione con il rosso e il blu* (1933). «Disegnare abiti non è unaprofessione, ma un'arte. Una delle più difficili e deludenti perché appena il vestitoè nato, già appartiene al passato. Un vestito non rimane attaccato al muro come un quadro enemmeno conduce la lunga esistenza intatta e preservata di un libro», scrive Elsa Schiaparelli,con Coco Chanel, una delle couturière più intente a tessere rapporti con pittori, poeti,scrittori del suo tempo.

RENATO BALESTRA. Princess Collection. Abito ispirato a Capogossi, A/I2017-2018. Crepe in seta, raso, intarsi di velluto paillettes in cristallo swarovski. Archivio RenatoBalestra

Un'emozione non si prova, s'indossadirettamente

«La storiografia è meramente cronologica pernecessità e competenze, ma, alla fine, il nesso tra l'arte e la moda resta un teorema nondimostrato eppur carico di collegamenti, di connessioni. Il viaggio della moda è un labirintodove vedi abiti, corpi e dipinti in una connessione continua fino all'identità, in casicome le citazioni di **Lucio Fontana in Mila Schön o di Capogrossi in RenatoBalestra**, e nella diretta trasposizione di Paolo Ghiglia che ritrae precisamente la contessaMara Braida Carnevale nell'abito con bolerino della sartoria Ventura», osserva VittorioSgarbi.

Iscriviti alla Newsletter

Resta aggiornato con AMICAsulle ultime news di moda, beauty e lifestyle.

GIORGIO DE CHIRICO.Autunno, 1935, olio su tela, 72,8 x 59,8 cm. Milano, Museo del Novecento

Se il**legame tra abito e ruolo sociale** è proprio di tutte le civiltà, ilprincipio di cambiamento costante della moda è l'effetto di un lungo processo storico esegna l'avvio della modernità. **La moda si colloca al centro del potere e della suacomunicazione**, sinonimo di lusso e seduzione, è spesso specchio delle contraddizioni,oltre che testimone dell'evoluzione degli stili e della tecnologia dei materiali. Nella storiadell'abbigliamento il passaggio fra trasgressione e omologazione, rottura e consenso, lineare esontuoso è sempre ambiguo e carico di stimoli culturali e l'arte talvolta si limita aspecchiare la moda, mentre in alcuni casi la ispira. Un rapporto che diventa gioco delle parti e

porterà la moda stessa a diventare un'arte, uno sguardo sul mondo come la filosofia, laletteratura e il cinema. **Sia l'arte, sia la moda possono essere utilizzate pertrasmettere messaggi sociali e politici** e documentare tendenze ed eventiculturali. Possono anche essere usati per criticare e sfidare le norme e le convenzioni sociali,ridefinire gli standard di bellezza ed esplorare idee di identità erappresentazione. Inoltre, sia l'arte che la moda hanno il potere di ispirarci, stimolare inostri sensi ed esprimere la nostra individualità e creatività. Karl Lagerfeld sosteneva che«la moda è un linguaggio che si esprime attraverso gli abiti per interpretare larealtà». Così come lo è sempre – e sempre lo è stata- l'arte.Anche quando rifiutava la figurazione per abbracciare formule meno facilmente"leggibili".

PAUL POIRET. Abito, 1910. Roma Tirelli – Trappetti

ROMAINE BROOKS. LaPrimavera, 1911-1913. Olio su tela, 209 x185 cm. Collection Lucile Audouy.

Amica ©RIPRODUZIONE RISERVATA