

FASHION



AS SOCIAL



ENERGY

FASHION



AS SOCIAL



ENERGY

a cura di / edited by
Anna Detheridge e Gabi Scardi

FASHION AS SOCIAL ENERGY



29/5 – 30/8 2015



Sindaco / Mayor
Giuliano Pisapia

Assessore alla Cultura /
Councillor for Culture, Milan
Filippo Del Corno

Direttore Centrale Cultura /
Director General for Culture, Milan
Giulia Amato

Direttore Settore Soprintendenza
Castello, Musei Archeologici e Musei
Storici / Superintendent for Castello
Sforzesco, Archaeological Museums
and Historic Museums of Milan
Claudio Salsi



Polo Musei Storici e Musei
Archeologici | Servizio Musei Storici
Palazzo Morando
Costume Moda Immagine

Segreteria Tecnica / Secretary
Rita Menghini

Amministrazione e Organizzazione /
Administration and Organization
Responsabile / Responsible
Simonetta Andolfo

Con / with

Valeria Giannelli

Supporto Tecnico-logistico /
Logistic Support

Andrea Manti

Conservatore / Curator
Ilaria De Palma

Comunicazione / Communication
Barbara Romano

LA MOSTRA / THE EXHIBITION

Coordinamento Organizzativo /
Organizational Coordination
Patrizia Cancelli
Valentina Laneve
Elisabetta Mezzapesa
Silvia Peretto
Valentina Sanfelici

Progetto dell'Allestimento /
Exhibition Design
Luca Poncellini
Laura Scapin

Ufficio Stampa / Press Office
Maddalena Torricelli

Trasporti / Transport
Overdrive Art S.r.l.

Assicurazioni / Insurance Company
AXA Art

Mostra a cura di / Exhibition curators
Anna Detheridge e Gabi Scardi

Progetto di / Project by



Con il Patrocinio di / Patronage of



Camera Nazionale della Moda Italiana

Partner

Ermenegildo Zegna

IL CATALOGO / THE CATALOGUE

Catalogo a cura di /

Catalogue editors

Anna Detheridge

Gabi Scardi

Coordinamento redazionale /

Editorial Coordination

Patrizia Cancelli

Silvia Peretto

Contributi di / Contributions by

Frances Corner

Otto von Busch

Editing

Enrica Zaira Merlo

Progetto grafico del catalogo /

Catalogue Design

46xy

Mario Piazza

Marco Basti

Stampa / Printer

Graphic Center S.r.l., Mirandola

Traduzioni / Translations

Lexis Traduzioni

All rights reserved

© Gli artisti per le immagini /

The artists for the images

© 2015 Connecting Cultures Editions

Maggio 2015 / May 2015

ISBN 978-88-89154-01-4

Artisti in mostra /

Participating artists

Luigi Coppola

Rä di Martino

Mella Jaarsma

Kimsooja

Claudia Losi

Lucy + Jorge Orta

Marzia Migliora

Maria Papadimitriou

Michelangelo Pistoletto

Kateřina Šedá

Nasan Tur

Otto von Busch

Wurmkos

Andrea Zittel

Ringraziamo per la collaborazione

gli artisti e i prestatori

delle opere / Our thanks to all

the artists and providers of works

DESTE Foundation

Galleria Raffaella Cortese

Galleria Massimo De Carlo

Galleria Franco Soffiantino

Unicredit S.p.A.

#FaSE

L'hashtag FaSE indica le opere in mostra /

The FaSE hashtag indicates the works in the exhibition

Indice / Index

Prefazioni / Prefaces

Cristina Tajani	10
Claudio Salsi	14

Una nuova energia globale per la tribù della moda / A new global energy for the fashion tribe	
Frances Corner	18

La moda come energia sociale / Fashion as social energy	
Anna Detheridge	24

Percorsi tra arte e moda / Pathways between art and fashion	
Gabi Scardi	44

Una passione per la moda / A passion for fashion	
Otto von Busch	58

Artisti / Artists

Luigi Coppola e Marzia Migliora	76
Rä di Martino	86
Mella Jaarsma	94
Kimsooja	102
Claudia Losi	110
Lucy + Jorge Orta	118
Maria Papadimitriou	126
Michelangelo Pistoletto	134
Kateřina ředá	142
Nasan Tur	150
Otto von Busch	158
Wurmkos	166
Andrea Zittel	174

Biografie / Biographies	184
-------------------------	-----

Apparati / Appendix

Elenco delle opere / List of works	196
Bibliografia / Bibliography	198
Sitografia / Webliography	199



Lucy + Jorge Orta,
Fabulae Naturae
Symphony for Absent Wildlife, 2015



“Milano città della moda” è un’espressione di uso comune e consolidata non solo tra i milanesi, ma ancor più tra tutti gli attori nazionali e internazionali che a vario titolo sono coinvolti nel “fashion system”. Se la fusione identitaria tra Milano e le passerelle delle grandi *maison* è un fatto acquisito tra chi, a ragione, ritrova nel settore della moda non solo un importante capitolo economico della vita della città, ma un motore di idee, creatività e identità, non altrettanto sempre evidente è l’associazione tra moda e il concetto di “energia sociale”, ovvero di un settore in grado di connettere persone e culture diverse, comportamenti e abitudini apparentemente lontani, occidente e oriente, economia e sostenibilità.

Milano, che è città dell’inclusione e dell’innovazione per vocazione storica, muove energia sociale e creativa sin dalle sue origini in tutta la città e in tutta la propria storica *operosità*. Lo vediamo non solo attraverso i suoi distretti storici ma anche in un’attenzione sempre crescente a tutte quelle realtà che in città, e nella moda, sono oggi sempre più attente alla valorizzazione di criteri etici, ambientali, con uno sguardo alla sostenibilità, al riciclo, al confronto e alla ricerca continue.

Siamo quindi stati lieti di raccogliere la sfida di una mostra sul *Fashion as social energy* proprio a Milano. Installazioni, opere artistiche, workshop e idee in grado di promuovere comportamenti etici e consapevoli si sono dati appuntamento nella bellissima cornice di Palazzo Morando e ci testimoniano, attraverso questo catalogo, che la moda può essere davvero un veicolo di energia tra i popoli, uno strumento di scambio e di rispetto, in grado di connettere settori, idee diverse e persone da tutto il mondo... *connecting cultures*

Buona visione!

Cristina Tajani

Assessore alla Moda, al Design e all’Innovazione

“Milan, fashion capital” is a widely accepted expression, used not only by the people of Milan, but even more by the national and international stakeholders who are involved in various capacities in the “fashion system”. The fusion of the identity of Milan and the runways of the leading *maisons* is taken for granted by those who rightly see the fashion sector as not only an important economic component of the life of the city, but also as a driver of ideas, creativity and identity. Not so immediately obvious, on the other hand, is the association between fashion and the concept of “social energy”: in other words a sector that can act as a bridge between different people and cultures, apparently distant behaviour and habits, east and west, sustainability and the economy. Milan has a historic vocation as a city of inclusion and of innovation. From its very origins, the entire city has been shot through with social and creative energy that has permeated the historic layers of its *industrious* character. This can be seen not only in the historic districts of Milan, but also in an ever-growing focus in the city and in the fashion world on the valorisation of ethical and environmental criteria, with increasing attention towards sustainability and recycling, constructive dialogue and ongoing research.

It is therefore with the greatest pleasure that we take up the gauntlet of an exhibition on *Fashion as social energy* right here in Milan. Installations, artworks, workshops and ideas capable of stimulating ethical and conscientious behaviour will come together in the splendid setting of Palazzo Morando.

And, as the works illustrated in this catalogue make abundantly clear, fashion can indubitably act as a vehicle of energy between peoples, an instrument of reciprocal exchange and respect, forging bonds between different sectors and ideas and people from all over the world... connecting cultures

Enjoy the show!

Cristina Tajani

Councillor for Fashion, Design and Innovation



Exhibition opening Cittadellarte Fashion
Bio Ethical Sustainable Trend, Biella,
Cittadellarte - Fondazione Pistoletto, Biella, 2010



Con la mostra *Fashion as Social Energy* Palazzo Morando | Costume Moda Immagine manifesta la sua vocazione di Museo e di luogo di riflessione sui concetti di moda e di “immagine”.
Come un’ideale prosecuzione delle collezioni d’arte qui custodite, dal 2010 arricchite dal prestigioso patrimonio civico di abiti e accessori databili dal XVII al XX secolo esposti a rotazione nelle sale del Museo, la mostra propone, grazie al lavoro di Connecting Cultures, una riflessione sul tema della moda indagato sotto vari aspetti quali l’utilizzo di prodotti biologici, l’impiego di nuove strategie di business e di comunicazione web e social, la nuova attenzione rivolta all’ambiente, al consumatore finale e al lavoro.

Il rapporto creativo tra arte e moda, che si esprime attraverso installazioni, sculture, video e fotografie, costituisce il momento chiave per formulare delle considerazioni sui cambiamenti in atto dei codici di abbigliamento, che riflettono, più in grande, mutamenti in termini di comportamento, identità e rapporti umani.

Nel cuore del cosiddetto ‘quadrilatero della moda’, oltre alla mostra, ci sarà anche spazio per un progetto culturale multidisciplinare dedicato al tema della moda etica e consapevole, rivolto a istituzioni, designer, aziende, e *brand*: una serie di appuntamenti, incontri, workshop e seminari che confermeranno la natura di Palazzo Morando come luogo di studio e di dibattito culturale aperto alla Città sul tema della moda e di tutto ciò che ad essa è collegato.

Claudio Salsi
Direttore Settore Soprintendenza Castello,
Musei Archeologici e Musei Storici

In the exhibition *Fashion as Social Energy* Palazzo Morando | Costume Moda Immagine underscores its vocation as a museum and a site for reflection on the concepts of fashion and “image”.

Since 2010 the art collections housed here have been enhanced by the prestigious municipal heritage of garments and accessories dating from the 17th to the 20th centuries, displayed on rotation in the rooms of the museum. In a symbolic continuation of these exhibits, through the commitment of Connecting Cultures this exhibition proposes a reflection on the subject of fashion investigated from various illuminating new angles. These include the use of organic products, the employment of new strategies of business and web and social communication, and a new focus on the environment, the end consumer and the world of work.

The creative relationship between art and fashion, which is expressed through installations, sculptures, videos and photographs, offers a key opportunity for formulating considerations about the changes taking place in dress codes, which reflect broader mutations in terms of behaviour, identity and human relations.

Here in the heart of Milan’s ‘fashion district’, in addition to the exhibition, space will also be dedicated to a multidisciplinary cultural project devoted to the topic of ethical and conscientious fashion. This event is targeted at institutions, designers, companies and *brands*, and consists of a series of appointments, meetings, workshops and seminars that confirm the character of Palazzo Morando as a site open to the City for study and cultural debate on the subject of fashion and everything that revolves around it.

Claudio Salsi

Superintendent for Castello Sforzesco,
Archaeological Museums and
Historic Museums of Milan





Frances Corner OBE

Direttore del London College of Fashion

Prettore vicario della University of the Arts London

Head of London College of Fashion

Pro Vice-Chancellor, University of the Arts London

FRANCES CORNER

**NUOVA ENERGIA
GLOBALE PER
LA TRIBÙ
DELLA MODA
A NEW GLOBAL
ENERGY FOR
THE FASHION TRIBE**

“Gli abiti che indossiamo sono per la maggior parte di noi troppo connaturati al nostro stesso essere perché possiamo restare completamente indifferenti alla loro condizione: è un po’ come se la stoffa fosse il naturale prolungamento del nostro corpo, o addirittura della nostra anima”.

“Our clothes are too much a part of us for most of us ever to be entirely indifferent to their condition: it is as though the fabric were indeed a natural extension of the body, or even the soul.”

Quentin Bell, *On human finery*

La moda è, sotto molti punti di vista, la vera forma d'arte universale – quella cui siamo più reattivi, l'unica che non rimanga circoscritta a gallerie, musei o qualsiasi altra modalità convenzionale di fruizione dell'arte.

Nella vita di tutti i giorni, ci svela la nostra necessità di indossare abiti che rispecchino la nostra personalità, personalità che trova espressione in combinazioni di colore, forma e texture in perenne mutazione.

Questo rituale si ripete giorno dopo giorno nella maggior parte delle culture del nostro pianeta, illustrando alla perfezione il nostro umanissimo bisogno di bellezza, ornamento e creatività. Pensare a cosa indossare nutre la nostra immaginazione e rappresenta un fondamentale mezzo di espressione del sé. È, tuttavia, ben più di una semplice espressione individuale. In quanto attività universale e forma d'arte collettiva creata essenzialmente dalla mano dell'uomo, la moda dà linfa a nuovi valori che incanala attingendoli dai quattro angoli del mondo, schiudendo nuovi orizzonti alla responsabilità ambientale.

Questo suo potere, questa sua capacità di far vibrare le nostre corde interne ed esterne, ha suscitato l'attenzione di artisti, accademici e filosofi come Roland Barthes, che utilizzò la semiologia come base per indagare il modo in cui “Il vestito riguarda tutta la persona, tutto il corpo, tutti i rapporti dell'uomo con il suo corpo, così come i rapporti del corpo con la società”. Barthes considerava il “vestirsi” un atto personale attraverso il quale i “soggetti” adottavano e indossavano indumenti che rispecchiassero il gruppo sociale cui sentivano di appartenere. La moda rispecchia quelle che sono essenzialmente due diverse prospettive:

In many ways fashion is the universal art form – the one we respond to the most, the only one not restricted to galleries, museums or other conventional ways in which art is viewed.

On a daily basis it demonstrates our need to wear garments that reflect our individuality, as we wear clothes in ever-changing combinations of colour, form and texture.

This daily ritual takes place in most cultures across the globe and illustrates our very human need for beauty, adornment and creativity. Clothing thereby fuels our imagination and is a vital means of self-expression.

But it is more than an individual expression. As a universal activity and collective art form that is essentially made by the human hand, it allows, enables and channels new values from around the world and so offers new horizons for environmental responsibility.

This power, this ability to reach us both internally and externally has preoccupied artists, academics and philosophers such as Roland Barthes, who used semiology as a basis to investigate how “clothing concerns all of the human person, all of the body, all the relationships of man to body as well as the relationships of the body to society.”

He saw dressing as a personal act where individuals adopted and put on the clothes that reflected the social group they felt a part of. Fashion reflects what are essentially two perspectives – the top-down approach of designer-as-dictator where the fashion elite draws the parameters of style which highly style-conscious people follow –

l'approccio "top-down" dello stilista dittatore, in cui l'élite della moda elabora parametri di stile che i più attenti alle tendenze seguono fedelmente; e quello della moda che nasce contestualmente all'atto del "vestirsi" in cui i "soggetti" elaborano un modello democratico dove trovano espressione lo stile della strada e le sottoculture che, a loro volta, andranno a influenzare le scelte stilistiche dei conglomerati globali della moda. È nella democrazia che la moda esprime al meglio la sua straordinaria capacità di collante sociale. Potrà pur trattarsi di un atto di espressione individuale, ma ogni volta che acquistiamo un capo, ogni volta che indossiamo qualcosa agiamo in qualità di membri di una comunità globale e così facendo mettiamo in risalto il ruolo di energia sociale che la moda riveste.

Nel corso degli anni, gli artisti hanno spesso attinto a questa energia, facendo propria la comunicazione creativa insita negli indumenti e nella moda per attirare l'attenzione del pubblico su questioni sociali di più ampia portata. Dai cambiamenti climatici alle lotte salariali passando per il consumo idrico e l'identità culturale, gli artisti hanno sviscerato e dato voce ai dilemmi dell'industria, mettendo in discussione convinzioni ormai radicate. Così, l'artista concettuale americana Barbara Kruger nella sua lotta politico-femminista contro gli stereotipi dominanti rivisitò il celebre assunto cartesiano trasformandolo in "I shop therefore I am" (compro dunque sono). Gli artisti ci spronano a guardare il mondo con sguardo più critico, a riflettere sulle nostre azioni e a valutare i nostri sistemi di credenze con maggiore serietà. Sono opere e mostre come questa, attente al contesto sociale della moda, che ci invitano a valutare il nostro rapporto con il mondo. Ci fanno interrogare sulle fondamentali filosofiche delle nostre vite; sull'influenza che l'abbigliamento esercita sulle risorse fisiche del mondo; sulla vita di coloro che le hanno realizzate e sul modo in cui comunichiamo questi valori ad amici e colleghi. Se, come affermava il celebre massmediologo americano Marshall McLuhan "il mezzo è il messaggio", e se facciamo nostro l'assunto barthesiano per cui la moda e gli abiti sono

or fashion as created as part of the act of dressing, as individuals evolve a democratic model where street style and sub-cultures are expressed, which in turn influence the style and fashion design decisions of global fashion conglomerates. It is in the democratic where fashion expresses its most powerful characteristic as a social connector. It may be an individual act of expression but every time we buy a piece, every time we put something on, we act as a part of a global community and we thereby expose fashion as social energy.

Over the years, artists have tapped into this energy, using the creative communication that clothes and fashion provide to draw attention to wider society issues. From climate change to living wages, from water consumption to cultural identity, artists have explored and exposed the dilemmas of the industry, challenging previously held assumptions. Descartes was appropriated by the American conceptual artist Barbara Kruger into the feminist and political challenge to existing stereotypes "I shop therefore I am". Artists encourage us to look at the world more critically, to think about our actions and to evaluate our belief systems more seriously. Through artworks and exhibitions such as this, which champion fashion's social context, we come to assess our relationship with the world. They make us question the philosophical underpinning of our lives; the impact of clothing on the world's physical resources; the lives of the people who have made them and how we communicate these values to our peers and colleagues. If, as American media guru Marshall McLuhan asserted "the medium is the message", and if we accept Barthes' argument that fashion and clothing are a language, then we should exploit this to develop our own language and philosophy around clothes and use these philosophies to highlight our concerns about the world around us. From movements such as Fashion Revolution Day created to remember the Rana Plaza disaster to the slow clothes movement, fashion has shown it can harness the possibilities of social and cultural connectivity inherent in its art form and so often it has been artists that have shown us the way. They have brought to light

un linguaggio, allora dovremmo avvalercene per sviluppare attorno agli abiti un nostro linguaggio e una nostra filosofia da utilizzare per dare voce ai timori e alle preoccupazioni che ci agitano pensando al mondo che ci circonda. Dalle campagne come il “Fashion Revolution Day”, nato per ricordare le vittime della strage di Rana Plaza, al movimento “slow clothes”, la moda ha dato prova di essere in grado di sfruttare le potenzialità di connettività sociale e culturale insite nella sua forma artistica; e spesso a indicarci la via da seguire sono stati proprio gli artisti. Ci hanno mostrato come, avanzando nel XXI secolo con il bagaglio di strumenti di comunicazione a nostra disposizione (social media), la moda ci abbia rivelato la nostra appartenenza a una tribù globale. Questo significa che ora possiamo raggiungere un pubblico globale. Sarà certo nostra responsabilità di consumatori consapevoli sfruttare al meglio questa opportunità e utilizzare il potere della moda come energia sociale.

that going forward into the 21st century with all the methods of communication at our disposal (social media) fashion has shown us as part of a global tribe. This means that we can now reach a global audience. Surely it is our responsibility as conscientious consumers to capitalize on this and to use the power of fashion as social energy.





Maria Papadimitriou, *firma Gypsy Globales, Destefashioncollection: 1 to 8*, Benaki Museum Atene, 2014

Anna Detheridge

Teorica arti visive, autrice e curatrice
Visual arts theorist, author and curator

ANNA DETHERIDGE

LA MODA COME ENERGIA SOCIALE FASHION AS SOCIAL ENERGY

“Il lavoro interdisciplinare, di cui tanto oggi si parla, non è un confronto tra discipline già costituite (nessuna delle quali in fondo è disposta a lasciarsi andare). Per fare qualcosa di interdisciplinare non basta scegliere un “soggetto” (un tema) e raccogliervi attorno due o tre scienze. L’interdisciplinarietà consiste nel creare un nuovo oggetto che non appartiene a nessuno”.

“Interdisciplinary work, so much discussed these days, is not about confronting already constituted disciplines, (none of which, in fact, is willing to let itself go). To do something interdisciplinary it’s not enough to choose a “subject”, (a theme) and gather around it two or three sciences. Interdisciplinarity consists in creating a new object that belongs to no one.”

Roland Barthes, *Jeunes Chercheurs*

“Fashion as Social Energy” è una mostra sulla vita, sui modi di essere e di vedere. La moda e i materiali tessili fanno parte della nostra esistenza quotidiana; ci toccano tutti da vicino perché nessuno di noi può affrontare il viaggio della vita completamente nudo. Il modo in cui ci vestiamo dice molto non solo di ciascuno di noi, ma anche della società in cui siamo cresciuti e delle persone che scegliamo di frequentare. Comprendere la moda è, quindi, esso stesso un modo di vedere il mondo; la pratica della moda affonda le sue radici in credenze e rituali di lunga tradizione, implica modelli comportamentali che necessitano di essere compresi e non possono essere ridotti a quell’insensata paranoia che gli imponenti volumi in cui, ai nostri giorni, l’abbigliamento viene prodotto e consumato a livello mondiale paiono comunicarci. Forse sono gli abiti a indossare noi, e non viceversa. L’eccessiva scelta è un’arma a doppio taglio, la ragione del nostro eterno malcontento.

“Fashion as Social Energy”, tuttavia, è anche una mostra che parla di futuro, o meglio di “futuro come capacità culturale”¹. Il futuro, oggi, rappresenta una sfida ardua, se non *la* sfida con la “s” maiuscola per tutti, a prescindere dall’ambito al quale si appartiene. Pianificare il futuro non è un mero esercizio tecnico come molti economisti vorrebbero farci credere, né tantomeno un’incombenza che si possa affidare a quella pseudoscienza che porta il nome di “marketing”. La (triste) scienza dell’economia è rimasta l’unica disciplina accreditata a parlare di (e per il) futuro. E, tuttavia, nel suo *Il futuro come fatto culturale. Saggi sulla condizione globale*

¹ Arjun Appadurai, *Il futuro come fatto culturale*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2013

Fashion as Social Energy is an exhibition about life, about ways of seeing and being. Fashion and textiles are part of our everyday existence, everybody is implicated, we cannot go through life naked. How we are clothed says many things not only about every single one of us but about the society we were brought up in and the company we choose to keep. Understanding fashion is therefore a way of seeing; its practice often refers to longstanding cultural rituals and beliefs, brings with it behavioural patterns which need to be understood and cannot be reduced to the mindless paranoia that the present turnover and consumption of clothing the world over would seem to be telling us. Maybe it is our clothes that wear us and not vice versa. Too much choice is a double edged sword, the condition of our eternal discontent.

But Fashion As Social Energy is also an exhibition concerned with the future, or rather “the future as a cultural capacity”¹. The future today is a major challenge if not *the* challenge in all walks of life. Planning the future is not a technical issue as many economists would have us believe, nor can it be left to the pseudoscience of marketing. The (sad) science of Economics has become the only discipline accredited to speak of (and for) the future. Yet leading intellectuals including Arjun Appadurai in “The Future as Cultural Fact” – along with other scholars such as Nobel Prize economist Amartya Sen – are laying the foundation stones of a more meaningful and respectful reading of life’s potential and our common destiny.

¹ Arjun Appadurai, *The Future as Cultural Fact*, Verso Books, London 2013

Arjun Appadurai, in un più ampio dibattito portato avanti da importanti pensatori, fra cui l'economista e premio Nobel Amartya Sen, pone le fondamenta di una più significativa e rispettosa lettura del potenziale della vita e del nostro comune destino.

La moda, oggi, costituisce un'area di ricerca estremamente interessante per le dimensioni che ha raggiunto e per la capacità di coniugare la creatività, l'immaginazione e il desiderio con il pragmatismo tipico dell'economia, della finanza e del mondo degli affari e gli enormi livelli di consumo conosciuti negli ultimi anni. Nei suoi studi sullo sviluppo e sui valori sociali, Amartya Sen rivendica per i "valori" un posto nell'analisi economica tale da obbligare le più importanti istituzioni globali a tenere presenti questioni che vanno oltre la "massimizzazione della ricchezza" quali la libertà, la dignità e il benessere (un approccio, quello di Amartya Sen, generalmente noto come "capabilities approach").

Una constatazione, questa, che ha ripercussioni non solo nel campo dell'economia ma anche, e soprattutto, in quello della cultura, facendo tornare il dibattito sulla cultura di prepotente attualità e donandogli una nuova linfa che solo pochi tra i politici, gli economisti e, soprattutto, coloro che ricoprono ruoli di responsabilità nel mondo del business e della finanza sembrano aver compreso.

Al cuore del dibattito sulla costruzione del futuro si trova la "capacità di aspirare" vista come nozione in grado di legare tra loro la cultura e la possibilità di dare alla gente una voce o un ruolo attivo in quel futuro. Solo ampliando le basi della speranza e dell'immaginazione attraverso nuove ipotesi e definizioni di cosa la nostra cultura comune sia e possa essere, saremo in grado di affrontare le questioni globali di maggiore urgenza e interesse che la società ci riserva, *in primis* quella della polarizzazione della ricchezza e della povertà, dell'inclusione e dell'esclusione sociale, del divario esistente tra chi può godere dell'istruzione e chi non può farlo, del consumo delle risorse non rinnovabili, della necessità di immaginare un mondo più sostenibile.

Può la moda davvero avere un ruolo nel contrastare quell'esclusione sociale che, in molti casi, certe sue interpretazioni tendono, per esempio, a enfatizzare ed esacerbare?

Fashion today is an extremely interesting area for research because it combines creativity, imagination, desire, on the one hand and hard nosed business, economics, finance and immense consumption levels on the other.

Amartya Sen's work on social values and development have argued a place for "values" in economic analysis, obliging major global institutions to take into account issues that go beyond "maximizing wealth", such as freedom, dignity, moral wellbeing (generally classified as the "capabilities approach"). This realization has repercussions not only in the field of economics but above all in that of culture, giving the whole debate on culture a new impelling urgency, a cutting edge that only few politicians, academics and above all those with financial and business responsibilities seem to have understood. At the heart of the debate on building the future is "the capacity to aspire" as a notion that links culture and the possibilities of giving people a voice, or an active role in that future. Only by expanding the foundations of hope and imagination through new definitions and hypotheses of what our common culture is and can be, can we address urgent global issues in society, *in primis* the polarization of rich and poor, social inclusion and exclusion, the educated and the uneducated, the consumption of non renewable resources, the need to plan a more sustainable world.

Could fashion really play a role in counteracting the social exclusion that in many cases certain interpretations of fashion tend to emphasize and exacerbate for example?

Could fashion really matter as a social and political issue? The political scientist Robert Putnam has stated that social cohesion and civic engagement are "practical preconditions for better schools, safer streets, faster economic growth, more effective government, and healthier lives. Without adequate supplies of social capital, social institutions falter and lose efficacy." Social cohesion also plays an important role in the way people deal with the psychological aspects of poverty.²

² *Voices of the Poor*, participatory research initiative, copyright The World Bank Group 2012, <http://go.worldbank.org/H1N8746X10>

Può la moda davvero avere dignità di questione politica e sociale? Il politologo Robert Putnam ha definito la coesione sociale e l'impegno civico "presupposti pratici perché le scuole siano migliori, le strade più sicure, la crescita economica più rapida, i governi più efficienti e le nostre vite più sane. Senza adeguate scorte di capitale sociale, le istituzioni vacillano e perdono la loro efficacia". La coesione sociale svolge, inoltre, un ruolo importante nel modo in cui le persone affrontano gli aspetti psicologici della povertà².

Ma chi sono gli esclusi? Non sorprende affatto che, a livello mondiale, il gruppo più diffusamente "escluso" sia quello costituito dalle donne. Se, da un lato, l'esatta natura della discriminazione varia in funzione dei diversi contesti culturali, il fenomeno resta, comunque, di livello mondiale. Citando la risposta fornita da una donna indigente dello Swaziland alla domanda postale dal team della Banca Mondiale impegnato nella redazione della pubblicazione *Voice of the Poor*, a essere "costituzionalmente" prive di voce sono "la donna che ha perso il marito, quella che essendo anziana non è più in grado di lavorare la terra, quella senza figli, quella trascurata dai figli ... loro sono quelle più vulnerabili"³. Nel contesto della moda la donna matura, quella povera e quella post-menopausa non sono soltanto invisibili ma addirittura innominabili. In sintesi, gli imponenti mutamenti economici, politici e sociali avvenuti a livello mondiale hanno isolato gli individui e frantumato le comunità. E per i più poveri, viste le minori possibilità di adattamento e spostamento di cui godono, la situazione si è fatta particolarmente acuta. La migrazione ha reso la frammentazione dei nuclei familiari una questione istituzionale e permanente, implicante una forte dose di sofferenza personale e grandi difficoltà per i giovani che si trovano a crescere più o meno da soli nei paesi di origine.

Ciò detto, potremo mai davvero concepire il vasto e potente dominio della moda sia come un concetto creativo e influente business globale sia come strumento di

But who are the excluded? The most pervasively excluded group the world over, not surprisingly, are women. While the exact nature of discrimination depends on differences between cultures, the phenomenon is world wide. Those constitutionally without voice are, as a poor woman of Swaziland answered when interviewed by the World Bank team working on the publication *Voice of the Poor*, "The woman who has lost a husband, the woman who is old and can no longer till the soil, the woman who does not have children, the woman who is neglected by her children ... are the most vulnerable."³ In fashion the mature woman, the poor woman, the post menopause woman is not only invisible but unmentionable.

In sum, worldwide massive economic, political, and social changes have isolated individuals and fragmented communities. For the poor, the situation is especially acute because they have less flexibility to adapt or to dislocate. Migration has rendered the fragmentation of family nuclei institutional and permanent, with much individual suffering and hardship for young people growing up back home more or less by themselves.

Having said all this could we really envisage the vast and powerful realm of fashion both as a creative concept and a powerful global business as a tool for social cohesion instead of social exclusion?

If fashion could imagine contributing to parameters of wellbeing and not just consumption through the creativity and pleasure of self adornment, could we not promote these values alongside others which make the world a better place to live in, rather than being constantly harassed by repeated ill meaning messages of exclusion, of pretense, of nasty rhetoric dressed up as "transgression"? Can we not learn to see the metaphoric and symbolic meaning of the objects we adorn ourselves with? Can we not nurture a new sensibility for the implications of what we choose as an extension of our professed identities?

² *Voices of the Poor*, iniziativa di ricerca partecipata, copyright The World Bank Group 2012, <http://go.worldbank.org/H1N8746X10>

³ Ibid.

³ Ibid.

coesione sociale anziché di esclusione? Se la moda potesse immaginare che la creatività e il piacere dell'autodecorazione fossero in grado di contribuire alla formazione dei parametri del benessere e non solo a quelli del consumo, non potremmo forse promuovere questi valori accanto ad altri in grado di rendere il mondo un posto migliore in cui vivere anziché essere costantemente assillati da ripetuti malevoli messaggi di esclusione, pretenziosità e retorica da quattro soldi travestiti da "trasgressione"? Non possiamo forse imparare a vedere il significato metaforico e simbolico degli oggetti di cui ci adorniamo? Non possiamo forse coltivare una nuova sensibilità verso le implicazioni delle nostre scelte viste come prolungamento delle identità che professiamo?

Un ago intesse la trama della natura

"Fashion as Social Energy" mette in vetrina l'opera di quattordici artisti provenienti da tutto il mondo, che in vari momenti e occasioni hanno riflettuto sulle tematiche del cambiamento, delle relazioni umane e della rappresentazione sociale in rapporto al tessuto, al prodotto tessile e all'abbigliamento. Chi meglio di un artista può guardare al futuro dando voce a coloro che non hanno voce? Gli artisti sono capaci di cogliere e sintetizzare in immagini eloquenti gli aspetti più critici della società odierna, del contesto in cui viviamo, del rapporto tra culture "alte" e culture "basse", proponendoci nuovi punti di vista, nuove interpretazioni, scovando metafore globali nelle minutaglie della vita quotidiana. Sin dai primissimi ritratti allo specchio, il lavoro di Michelangelo Pistoletto ha sempre avuto un rapporto diretto con la vita. I suoi ritratti a grandezza naturale ci mostrano una figura vista di spalle, intenta a osservare l'opera da una posizione defilata, una tecnica presa in prestito dal teatro barocco concepito per catturare nell'opera l'immagine dello spettatore che può così vedere il proprio riflesso muoversi accanto alla figura immobile che l'opera ritrae. Pistoletto descrive situazioni fugaci, mettendone in risalto i paradossi e, soprattutto, gli "atteggiamenti". Le sue numerose versioni della *Venere degli stracci* rappresentano l'icona occidentale della bellezza eterna sotto le spoglie di una statua da giardino, nulla più di una dozzinale copia prodotta in serie, accostata

A needle weaves the fabric of nature

"Fashion as Social Energy" highlights the work of fourteen artists from all over the world, who in various moments or occasions have reflected on issues of change, human relationships, social representation in relation to fabric, textiles, clothing. Who better than artists can envisage a future by giving voice to those who are without voice? Artists are able to synthesize into eloquent images the most critical aspects of contemporary society, of the contexts we live in, of the relationships between high and low cultures, offering new viewpoints, interpretations, looking for global metaphors in the minute paraphernalia of everyday life.

Michelangelo Pistoletto's work right from his earliest mirror portraits has always had a direct involvement with life. His life sized portraits represent a figure to one side, viewed from behind, looking into the picture, a baroque theatre technique for capturing the spectator who also sees his own reflection moving alongside the immobile figure portrayed: thus doubly represented in the portrait. Pistoletto engages with fleeting situations, highlighting paradoxes and above all "attitudes". His many versions of *Venus of the Rags* represent the western icon of eternal beauty as a garden statue, nothing more than an industrial "readymade" alongside a heap of rags, the epitome of transience and time as our more authentic human dimension. Working with fabric means providing for people's physical needs so the return to making clothes linked to physical and social functions are a way of cleaning the slate, going back to square one, to a basic grammar of need, of respect for body space and functionality as in worker's dress or work wear. All through the twentieth century artists and designers have been inspired by the energy of work wear, from the Russian Constructivists to the Japanese designer Yohji Yamamoto in the 1980s, fascinated by August Sander's portrait photographs of working people, represented in their everyday working attire which in some way bestowed charisma and dignity on the wearers, giving them a deeply meaningful 'gravitas' or physicality. In those same years towards the end of the eighties and early nineties several pioneering

a un cumulo di stracci, simbolo della caducità e del tempo visti come la più autentica tra le dimensioni umane.

Lavorare con il tessuto significa provvedere ai bisogni fisici delle persone; e così il ritorno alla realizzazione di indumenti legati alle funzioni fisiche e sociali può essere letto come una sorta di ripartenza da zero, di ritorno alle origini, a una grammatica di base delle esigenze, del rispetto per lo spazio e la funzionalità corporea come negli indumenti da lavoro.

Lungo l'intero arco del Novecento, gli artisti dall'inizio del secolo hanno tratto ispirazione dall'energia degli abiti da lavoro; come i costruttivisti russi, oppure il designer giapponese Yohji Yamamoto negli anni '80, profondamente affascinato dall'opera fotografica di August Sander, dalle sue fotografie che ritraggono lavoratori che abitano quei vestiti da lavoro quotidiani che in qualche modo conferiscono loro carisma, dignità e una 'gravitas', una fisicità profondamente significativa.

In quello stesso periodo, tra la fine degli anni '80 e l'inizio degli anni '90, alcuni artisti e stilisti d'avanguardia iniziano a riflettere sulle modalità con cui riesaminare i concetti chiave che definiscono la moda, la forma e la funzione. Una rilettura della moda alla luce dell'antropologia culturale attraverso gli insegnamenti di figure pionieristiche come Linda Loppa e dei giovani stilisti della scena di Anversa come Walter Van Beirendonk, portatori di un approccio del tutto innovativo all'idea di "abito" che traeva ispirazione da soggetti e costumi di altri paesi. Ma ancor più radicali sono stati artisti come Andrea Zittel, o Lucy Orta che, dopo gli esordi come stilista di moda, ha intrapreso la carriera artistica spinta dalla crescente insoddisfazione verso la strada imboccata dal design di moda. Entrambe propongono una visione olistica della moda come funzione della vita e delle sue necessità. Per artiste come Orta e Zittel, ma anche Mella Jaarsma, il rifugio dell'indumento si è fatto risposta alla complessità delle questioni geopolitiche globali.

Se la Orta ricerca materiali tecnologici con specifiche caratteristiche atte a offrire rifugio o protezione in quanto metafora di socialità e innovazione, gli abiti sperimentali di Andrea Zittel, cercando di fornire una risposta

artists and fashion designers started reflecting on how to reexamine the basic concepts defining fashion, shape, function. A rereading of fashion in the light of cultural anthropology through the teaching of pioneering figures such as Linda Loppa and the young fashion designers from Antwerp such as Walter van Beirendonk brought a completely new approach to the idea of dress taking inspiration from peoples and costumes from other parts of the world. But even more radical were artists like Andrea Zittel, or Lucy Orta who started out as a fashion designer and became an artist through a growing dissatisfaction with the direction fashion was taking. Both represent a holistic view of fashion as a function of life and life's necessities. The shelter afforded by a garment for artists as Orta and Zittel but also for Mella Jaarsma became a way of responding to global geopolitical issues.

While Orta researches technological materials with specific characteristics providing shelter or refuge as a metaphor of sociality and innovation, Andrea Zittel's experimental clothing also relates to shelter and essential needs, starting out as a pragmatic response to her own personal dilemma of what she was expected to wear to work: "something decent". The artist uses fashion as code, her uniforms are to alleviate the anxiety of the ever present question what should I wear, which is tantamount to asking oneself every single day "who am I, who do I want to be"? Sewing, the energy of the needle which penetrates fabrics piecing together and transforming textiles into the most wonderful inventions is an activity which was once perhaps the most satisfactory and creative of a woman's household chores. Some aspects of sewing principally that of sewing by hand in the company of others is often present as an action, or evoked in the work of artists such as Lucy Orta, Kimsooja, Mella Jaarsma and Claudia Losi. Sewing is a powerful metaphor of dialogue, care, protection, a point of contact with the body and with the outside world at the same time.

Yet not all artists using textiles are concerned with issues relating to clothing or sustainability. "A needle weaves the fabric of nature" is a quote from Kimsooja, perhaps the

pragmatica al personale dilemma dell'artista rispetto a cosa dover indossare al lavoro ("qualcosa di decente"), fanno riferimento alla necessità di rifugio e alle esigenze essenziali delle persone. La Zittel utilizza la moda come un codice, le sue uniformi si propongono di alleviare l'ansia prodotta dall'universale interrogativo su cosa indossare, interrogativo che equivale a chiedere a se stessi, giorno dopo giorno, "chi sono, chi voglio essere"? Cucire, percepire l'energia dell'ago che penetra nella stoffa, unendo tra loro e trasformando i tessuti in creazioni meravigliose e straordinarie, è quella che un tempo è stata forse la più soddisfacente e creativa fra le attività domestiche della donna. Alcuni aspetti del cucito, come il fatto che lo si esegua principalmente a mano in compagnia di altre persone, ricorrono spesso o sono spesso evocati nelle opere di artisti come Lucy Orta, Kimsooja, Mella Jaarsma e Claudia Losi. Il cucito è una potente metafora di dialogo, attenzione e protezione, un punto di contatto con il corpo e con il mondo esterno al contempo. Ciononostante, non tutti gli artisti che lavorano con materiali tessili hanno un interesse per l'abbigliamento o per la sostenibilità. "Un ago intesse la trama della natura", dice Kimsooja, forse la più astratta tra gli artisti in mostra, a dispetto dei tessuti variopinti e delle metafore antropologiche e culturali contenute nel suo lavoro.

Moda e arte come luogo di traduzione culturale

La moda rappresenta il luogo di traduzione culturale per eccellenza. Ma cosa si intende con questo termine? Due importanti teorici del campo delle arti visive come Maharaj e Homi Bhabha si trovano essenzialmente d'accordo su questo punto. Fondamentalmente, una lingua risulta intraducibile a causa di quel vuoto, di quell'interruzione (Maharaj⁴) che separa una

⁴ Sarat Maharaj, si vedano i testi *Perfidious Fidelity: The Untranslatability of the Other*, in *Global Visions: Towards a New Representationalism in the Visual Arts*, edited by Jean Fischer, London, Kala Press in associazione con Institute of International Visual Arts, (INIVA) 1994, pp. 28-35. Traduzione in Italiano di Connecting Cultures, Milano, Febbraio 2010, http://www.connecting-cultures.info/2010/02/22/lost-in-translation-2/3_perfidious-fidelity/

most abstract of the artists in this exhibition, despite her coloured fabrics and the cultural and anthropological metaphors contained in her work.

Fashion and Art as a site for cultural translation

Fashion is *the* site for cultural translation. But what do we mean by this term? And is translation ever really possible? Two important theorists in the field of visual arts, Sarat Maharaj⁴ and Homi K. Bhabha⁵ on this point essentially agree. Fundamentally a language is untranslatable in that there is a hiatus, a break (Maharaj) between one language and the other, one world view and another, that can only be filled creatively. For Bhabha this constitutes a point of resistance. The visual arts and fashion in particular are a fertile site for experimentation and signification, a place of creativity and resistance, survival and hybridation of values and customs that each one of us bring with us.

In a world that tends to identify refugees and migrants as a threat to national security the voice of women artists such as Lucy Orta, Kimsooja, Mella Jaarsma Maria Papadimitriou are among the few that remind us of the human cost of the present world disorder in which the "foreigner" is the potentially harmful, almost always illegal "other": an

⁴ Sarat Maharaj, *Perfidious Fidelity: The Untranslatability of the Other*, in *Global Visions: Towards a New Representationalism in the Visual Arts*, edited by Jean Fischer, London, Kala Press in association with the Institute of International Visual Arts, (INIVA) 1994, pp. 28-35. Translation into Italian by Connecting Cultures, Milan, February 2010, http://www.connectingcultures.info/2010/02/22/lost-in-translation-2/3_perfidious-fidelity/. See also Sarat Maharaj, *Ur.Utteration* paper presented for "Lost in Translation" International conference organised by Connecting Cultures, Triennale Milano, 23rd February 2010, in "Arte Patrimonio e Intercultura. Riflessioni e indagini sul diritto alla cittadinanza culturale", Ed. Connecting Cultures /Prinp. Editore 2013

⁵ Homi K. Bhabha, *The Location of Culture*, "How newness enters the world: Postmodern Space, Postcolonial Time and the Trials of Cultural Translation", London, Routledge Classics, 2004

lingua, una visione del mondo dall'altra e che solo la creatività è in grado di colmare. Per Bhabha⁵ questo rappresenta un punto di resistenza. Le arti visive, e la moda in particolare, sono terreno fertile per la sperimentazione e per creare significato, un luogo di creatività e resistenza, di sopravvivenza e ibridazione degli usi e dei valori che ciascuno di noi porta con sé.

In un mondo che sempre più tende a identificare profughi e migranti come una minaccia per la sicurezza nazionale, le voci di artiste donne come Lucy Orta, Kimsooja, Mella Jaarsma, Maria Papadimitriou sono fra le poche a ricordarci il costo umano dell'attuale stato globale di disordine in cui lo "straniero" è visto come potenzialmente pericoloso, come "altro" e quasi sempre illegale: un'identità imposta al "corpo estraneo" dal timore generalizzato. Gli appelli all'impegno militare internazionale, la "guerra al terrore", la retorica del militarismo che ha trasformato numerose aree del mondo in zone in permanente stato di emergenza, legittimando l'adozione di provvedimenti autoritari in nome della sicurezza, tendono a favorire il persistere di punti ciechi nella nostra coscienza e nella nostra immaginazione, negando le potenzialità del dialogo, della trattativa, dell'umanità degli altri.

Mella Jaarsma, artista olandese che da ormai trent'anni vive e lavora in Indonesia, ha affrontato tematiche come quella delle emergenze e della migrazione dal punto di vista del profugo bisognoso di protezione e isolato dalla società. *Refugee Only*, opera in tela kaki della Jaarsma, è al contempo tenda e indumento. Al suo interno è provvista di torcia, fiammiferi, salviette igieniche,

ous-fidelity/. Si veda anche Sarat Maharaj, *Ur.Utteration* saggio presentato per "Lost in Translation" conferenza internazionale organizzata da Connecting Cultures, Triennale Milano, 23 Febbraio 2010, in "Arte Patrimonio e Intercultura. Riflessioni e indagini sul diritto alla cittadinanza culturale" Ed. Connecting Cultures / Prinp. Editore 2013

⁵ Homi Bhabha, "The Location of Culture", capitolo dell'opera "How newness enters the world: Postmodern Space, Postcolonial Time and the Trials of Cultural Translation", London, Routledge Classics, 2004

identity forced on the "foreign body" by a generalised fear.

The calls for international military involvement, the "war on terror", the rhetoric of militarism which has transformed many parts of the world into permanent emergency zones, legitimising authoritarian measures for security reasons, tend to favour the permanence of blind spots in our conscience and in our imagination, denying the potential of dialogue, negotiation, the humanity of others.

Mella Jaarsma a Dutch artist who has been living and working in Indonesia for the last thirty years has addressed issues such as emergencies, migrancy from the point of view of the refugee isolated from society requiring protection. Jaarsma's *Refugee Only* khaki canvas garment is at the same time a garment and tent. It is fitted out on the inside with a torch, matches, sanitary napkins, soap, instant food, a knife, a toothbrush and even prayer beads (Catholic, Muslim and Buddhist).⁶ Jaarsma's work is particularly interesting as a hybridisation of cultures and attitudes responding to internationalism from a geopolitical point of observation based in Jakarta. Moving beyond the exotic as Edward Said defined it a subtle form of neocolonial aggression, Jaarsma's garments are theatrical constructions using dried animal skins, military uniforms, embroidered badges, with specific local and global meanings and allusions.

Maria Papadimitriou's work on the Roma people's culture and dress is a political provocation, a way of fighting back against the ever present oscillation in western culture between exoticism or politically correct adoption at a distance of Roma ethnicity, and the refusal to engage with the predicament of a traditionally migrant population with nowhere to go in a Europe characterized by the tightening of frontiers.

⁶ Miriam Kelly, *Mella Jaarsma. Wearing Shelter and Security*, "Philament HABITS & HABITAT", June, 2008





sapone, cibo precotto, coltello, spazzolino da denti e addirittura di una corona per la preghiera (cattolica, musulmana e buddista)⁶. Il lavoro della Jaarsma risulta particolarmente interessante in quanto ibridazione di culture e opinioni, risposta dell'artista all'internazionalismo, dal suo punto di osservazione geopolitica di Jakarta. Gli abiti della Jaarsma rifuggono da ogni esotismo nella depurazione tuttora attuale di Edward Said, quale sottesa aggressione neocoloniale: rappresentano costruzioni teatrali realizzate con pelli animali essiccate, uniformi militari e stemmi ricamati, intrise di specifici significati e precise allusioni locali e globali.

L'opera di Maria Papadimitriou sulla cultura e sull'abbigliamento del popolo Rom è una provocazione politica, un modo di rispondere all'oscillazione tra due poli estremi che da sempre affliggono la cultura occidentale, da un lato una visione esotica dell'etnia Rom, la volontà, *politically correct*, di adottarla a distanza e dall'altro il rifiuto di confrontarsi con la difficile situazione di una popolazione un tempo nomade, rimasta impigliata in un'Europa caratterizzata da un sempre più rigoroso controllo delle frontiere e la rigidità di ruoli delle popolazioni stanziali.

Arte e moda nella sfera pubblica

Tra le principali tematiche affrontate dalla mostra vi sono quella della sfera pubblica, dei simboli del controllo e del potere, del conflitto e della repressione, dell'etichettatura della cultura, del linguaggio della protesta e della sua efficacia (o inefficacia). La moda esercita sulla mente e l'immaginazione della maggior parte di noi un potente controllo che sta andando a occupare in misura sempre maggiore la sfera pubblica, sia fisicamente che mentalmente. La moda rappresenta il luogo di espressione di tensioni altrimenti inesprese, di valori contrastanti e tratti comportamentali che con la moda poco hanno a che vedere e molto rivelano, invece, delle tensioni sociali e delle "uniformi" che ognuno di noi tende a imporsi nella vita quotidiana. Il modo in cui scegliamo

6 Miriam Kelly, *Mella Jaarsma. Wearing Shelter and Security*, "Philament HABITS & HABITAT", June, 2008

Art and Fashion in the public arena

One of the main issues of the exhibition is the public arena, the symbols of power and control, conflict and repression, the branding of culture, the language of protest and its efficacies or inefficacy. Fashion exerts a massive control over the minds and imagination of most of us increasingly occupying the public sphere both physically as well as mentally.

Fashion is the site of otherwise unexpressed tensions of many conflicting values and behavioural traits which have very little to do with fashion and reveal much more about social tensions, and the "uniforms" that each one of us tends to impose on ourselves daily. The way we choose to dress is tantamount to a political statement.

Otto von Busch, Swedish cultural theorist and artist phantasizes on the subliminal existence of a Fashion Police on the lines of a contemporary inquisition with Karl Lagerfeld as a Machiavellian figure and cynical dictator, pulling the strings of a fashion world with all its power structures and joyless, reiterated brands, intimidating power symbols, severely restricting the freedom to imagine, the spontaneity and desire to experiment.

While the extreme phantasizing of von Busch may arouse nothing more than a smile, the issues at stake are nearer the truth than we might imagine. In a mock *Tractatus*⁷ von Busch (alias Ralf Wronsov) defines some of the basic concepts active in the "execution of fashion supremacy in the social sphere". Von Busch (Wronsov) discusses fashion as a secularized theological concept alongside other abstractions such as state and nation emerging together with the modern economy. So called democratic fashion is a myth, _ he declares _ the creation of the inauthentic and the serialized are a central part of fashion in the public arena. In a paper dedicated to fashion in the eighteenth century unexpectedly Richard Sennett intervenes in defence of fashion, explaining the function of an otherwise useless affectation such as the beauty patch in a new public arena where

7 Ralf Wronsov, *Tractatus Fashionable-politicus. The Political Philosophy of the Current State of Fashion*, New York, SelfPassage/The Current State of Fashion, 2014

di vestire equivale a una dichiarazione squisitamente politica.

Otto von Busch, teorico culturale e artista svedese, congettura la subliminale esistenza di una fantomatica *Fashion Police*, sorta di moderna inquisizione guidata da Karl Lagerfeld nel ruolo di machiavellico e cinico dittatore dedito a tirare le fila del mondo della moda con tutte le sue strutture di potere, i suoi marchi mesti e ripetitivi, i suoi intimidatori simboli di potere, mettendo un severo freno alla libertà di immaginare e alla spontaneità e al desiderio di sperimentare. Se, da un lato, le fantasie estreme di von Busch possono suscitare poco più di un sorriso, le tematiche in gioco sono molto più vicine alla verità di quanto si possa immaginare. In un finto trattato⁷ (scritto sotto lo pseudonimo di Ralf Wronsov) von Busch definisce alcuni dei concetti fondamentali che trovano applicazione nell'attuazione della supremazia della moda nella sfera sociale".

Von Busch (Wronsov) esamina la moda come concetto teologico secolarizzato accanto ad altre astrazioni quali lo stato e la nazione che ricorrono unitamente alla moderna economia. La così detta "moda democratica" non è altro che un mito, afferma von Busch, mentre la creazione della sfera dell'autentico e del serializzato sono un aspetto fondamentale della moda nell'arena pubblica. In un articolo dedicato alla moda nel XVIII secolo, Richard Sennett interviene inaspettatamente in difesa della moda, spiegando la funzione di un vezzo neoposticcio di nessuna utilità all'interno di una nuova sfera pubblica in cui le persone erano sconosciute le une alle altre. In una società in cui le persone non fanno più parte di un'unica comunità riconosciuta come ad esempio nella vita di corte con i suoi severi rituali, la moda diventa tentativo di codificare e difendere gli individui nel quadro di una sfera pubblica altamente aggressiva e competitiva. Ma, quando parliamo di spazi pubblici, di rappresentazione pubblica, di sfera pubblica a chi ci riferiamo? E lo facciamo mettendoci nel ruolo dell'osservatore/partecipante/consumatore?

⁷ Ralf Wronsov, *Tractatus Fashionable-politicus. The Political Philosophy of the Current State of Fashion*, New York, SelfPassage/The Current State of Fashion, 2014

individuals were unknown to each other. In a society where people are no longer part of a single known community or court life with its severely regulated rituals, fashion becomes an attempt to codify and defend individuals in a highly competitive and aggressive public arena.

But when talking of public space, public representation, the public arena who are we indicating? Who are we referring to? And do we imagine to be the role of the viewer/participant/consumer?

Born in Germany of Turkish origin, Nasan Tur often works in the public sphere with participatory projects reflecting the social conditions in which the work is produced, involving communities. For Fashion as Social Energy Tur has created a series of backpacks, allowing for extreme forms of mobility and self sufficiency, with each backpack representing different functions. Self-sufficiency packaging, the temporary and the portable are ever more part of our daily lives. The backpacks are also a reference to the nineteenth century French painter Gustave Courbet in *Bonjour Monsieur Courbet*, a self portrait in which the artist proudly shows himself on the road with his backpack encountering on the way his future collector Alfred Bruyas. The self sufficiency of the artist, whose burden contains real and imagined potential which the carrier can discover if he wishes, is an underlying theme. Art for Tur is a platform where viewers can assume an active role.

A cry for freedom comes from the exuberant work of Marzia Migliora and Luigi Coppola who led a workshop during the occupation of Teatro Valle, the oldest and most beautiful theatre in Rome which was closed due to funding cuts in 2011. A group of theatre workers, activists and ordinary citizens occupied the theatre and for three years working on a number of proposals for more participatory cultural policies designed to promote cultural inclusion in the capital. A nationwide debate was triggered with the participation of many intellectuals and artists centring around the issue of culture as a common good. Luigi Coppola and Marzia Migliora invited citizens to take part in an artistic action of political imagination,

Nato in Germania ma di origine turca, Nasan Tur opera spesso nella sfera pubblica con progetti partecipativi che rispecchiano le condizioni sociali in cui il lavoro viene prodotto coinvolgendo la comunità. Per “Fashion as Social Energy” Tur ha creato una serie di zaini concepiti per rendere possibili forme estreme di mobilità e autosufficienza, ciascuno dei quali illustra una diversa funzione. L'autosufficienza, il bagaglio, il temporaneo e il portatile fanno sempre più parte delle nostre vite quotidiane. Gli zaini vanno letti anche come un riferimento a Gustave Courbet, pittore francese del XIX secolo, e al suo “Bonjour Monsieur Courbet”, autoritratto in cui l'artista si raffigura mentre per strada, zaino in spalla, incontra l'amico e collezionista Alfred Bruyas. L'autosufficienza dell'artista, il cui fardello contiene le potenzialità reali e immaginate che chi lo indossa può scoprire se lo desidera, è una delle tematiche fondanti dell'opera. L'arte per Tur è una piattaforma in cui l'osservatore può assumere un ruolo attivo.

È un grido di libertà quello che si leva dagli esuberanti lavori di Marzia Migliora e Luigi Coppola, artisti di cui si ricorda il workshop tenuto durante l'occupazione del Teatro Valle, il più bello e antico tra i teatri di Roma, chiuso nel 2011 a causa di tagli nei finanziamenti. Un gruppo di lavoratori teatrali, attivisti e normali cittadini occupò il teatro per tre anni, lavorando a una serie di proposte per l'elaborazione di politiche culturali partecipative finalizzate alla promozione dell'inclusione culturale nella capitale. L'occupazione diede il “la” a un dibattito nazionale sulla questione della cultura come bene comune che vide la partecipazione di numerosi artisti e intellettuali. Luigi Coppola e Marzia Migliora invitarono i cittadini a partecipare a un'azione artistica di immaginazione politica finalizzata ad aprire una riflessione sul ruolo marginale che la cultura ha oggi nel dibattito politico italiano e internazionale. Il workshop “Io in testa” invitava chiunque credesse nel ruolo vitale svolto dall'arte nella crescita sociale a produrre metafore di identità culturale sotto forma di cappelli di carta di giornale come quelli che una volta i muratori indossavano per proteggersi dal sole. A ciascuno dei

reflecting on the marginal role culture has today in the political debate, and not just in Italy. The workshop “Io in testa” invited all those believing culture to be vital for social growth to produce metaphors of cultural identity in the shape of newspaper hats once worn by builders to shade themselves from the sun. Each participant was invited to invent his own headdress inspired by his or her own personal characteristics, creating symbols of identity and resistance together as part of a collective performance from the creation to the final catwalk.

Claudia Losi's projects are often inspired by natural phenomena, events, landscapes where she goes walking, as in the hills around her native town, Piacenza. Her jackets shown in the exhibition have a long tortuous Tristram Shandy style story behind them, a fascinating tale weaving together millennia of history and many continents. Not surprisingly several of her works are embroidered with images of the continental drift many millions of years ago.

Kateřina Šedá is an artist with a real vocation for involving people in collaborative projects. She often starts with the population of her home town Brno in the Czech Republic.

The project *For Every Dog a Different Master* was an attempt to encourage exchange between residents of a suburban housing area of Nová-Líšeň. The way she did it was to take down the names of families living in the housing estate from the buzzers of the buildings, sending a shirt which she designed herself to 1,000 of the estate's 20,000 residents, accompanied by a letter suggesting it had been sent by another resident.

The Italian artist Ră di Martino's fascination with space and time expresses the desire to capture and keep alive something as it seems to be slipping away. She focuses on those forgotten aspects of daily life that are about to disappear from our consciousness, whether they be left over cinema props in the desert or an old fashioned popular store known as MAS in one of the most popular areas of Rome, which closed down in 2013. Ră di Martino's film is a delicate swan song for a site which was something more than a cheap store.

It celebrates a sort of delirious collective performance in a labyrinth, part of a Fellinian phantasy, populated by larger than life

partecipanti era richiesto di inventare un copricapo ispirato alle proprie caratteristiche personali, dando vita a simboli di identità e resistenza nel quadro di una performance collettiva dalla fase creativa alla sfilata finale. I progetti di Claudia Losi si ispirano spesso ai fenomeni naturali, agli eventi, ai paesaggi in cui l'artista si reca a camminare, come le colline che si affacciano sulla natia Piacenza. Le giacche in mostra sono il frutto di un lungo e tortuoso percorso alla Tristram Shandy, un affascinante racconto in cui si intrecciano millenni di storia e diversi continenti. Non sorprende che vari dei suoi lavori siano ricamati con immagini che richiamano la deriva dei continenti avvenuta milioni e milioni di anni or sono.

Kateřina Šedá è un'artista dotata di un'innata vocazione a coinvolgere le persone in progetti collaborativi. E spesso i primi a essere coinvolti sono proprio gli abitanti di Brno, la città della Repubblica Ceca di cui l'artista è originaria. Nato con l'intento di incoraggiare lo scambio tra i residenti di Nová Líšeň, quartiere residenziale periferico della cittadina ceca, il progetto *For Every Dog a Different Master* ha visto l'artista annotare dal campanello degli edifici i nomi delle famiglie residenti nel quartiere per inviare, quindi, a 1000 dei 20.000 abitanti della zona una t-shirt, da lei stessa disegnata, accompagnata da una lettera che suggeriva che a inviare la maglietta fosse stato un altro residente. Nella fascinazione che lo spazio e il tempo esercitano sull'artista italiana Rà di Martino si coglie il desiderio di catturare e immortalare elementi apparentemente fuggevoli. La sua attenzione si concentra su quegli aspetti della vita quotidiana che, caduti nell'oblio, rischiano di svanire dalla nostra coscienza, siano essi allestimenti cinematografici abbandonati nel deserto o vecchi negozi, gli storici grandi magazzini MAS, in uno dei quartieri più popolari di Roma, che hanno chiuso i battenti nel 2013. Il film di Rà di Martino rende un estremo e dolcissimo omaggio a un luogo che è stato molto più di un semplice negozio *low cost* e lo fa dando vita a un documentario onirico e collettivo che si snoda in un labirinto degno di una fantasia felliniana, popolato da personaggi

Romans, frequented by artists and costume designers who would pluck out from the huge baskets and closets some neglected treasure.

Fashion as a global language

Fashion can be seen as nothing more than a symptom, a sign of the times. But as a phenomenon it can be easily underrated. Fashion in the last few decades has become part of our cultural infrastructure that contributes to determine how we see, judge and label others. Fashion brands are not limited to women's wear but are part of a cultural phenomenon which can become a very restrictive lens through which to view the world. Brand discrimination, through which the young, above all the insecure young of this world undermine themselves, damaging their own personalities and future relationships are an endemic pathology. In many schools those who are not suitably "branded" are outcasts with no hope of legitimation, a phenomenon which has gone too far.

Dress has a direct relationship with the way we carry our body, the way we move, the grace or lack of grace we possess as individuals and as a society. The way we move has much to do with the clothes we are wearing, not just because they may be tight or loose, but due to the freedom they allow us both physically and mentally.

In fact the way people dress tells us much more about individuals and societies' aspirations than we often understand especially when we reduce our reading to the in/out, this year/last year's fashion branding. A generalised ignorance of people's dress codes in other parts of the world and in other walks of life also brings with it misreadings and self satisfied superficial judgements.

The practice of fashion as a set of social codes, conventions and transgressions to those codes should be considered an important field of study not merely for fashion theorists, ethnographers and social scientists. A new hermeneutics of fashion is central to the understanding of strategies of power and communication in our globalized world of appearances. Linguistics, semiotics stemming from cultural anthropology have in recent decades taught us how to understand the underlying grammar of visual codes. Whether

caratteristici, frequentato da artisti e costumisti intenti a scovare tesori dimenticati negli enormi cestì e scaffali.

La moda come linguaggio globale

La moda può essere vista come null'altro che un sintomo, un segno dei tempi. Ma trattandosi di un fenomeno, è facile sottovalutarla. Negli ultimi decenni, la moda è entrata a far parte dell'infrastruttura culturale che ci permette di definire come vediamo, giudichiamo ed etichettiamo gli altri. I marchi di moda non sono circoscritti all'abbigliamento femminile ma sono, piuttosto, parte di un fenomeno culturale che può rivelarsi una lente molto riduttiva attraverso cui osservare il mondo. La "discriminazione di marchio", fenomeno attraverso cui i giovani, e in particolare i giovani insicuri di questo mondo, destabilizzano la propria esistenza mettendo a repentaglio la propria personalità e le proprie future relazioni, è una patologia ormai endemica. In molte scuole, chi non veste i marchi "giusti" diventa automaticamente un reietto privo di qualsiasi speranza di legittimazione; un fenomeno che ha superato ormai ogni limite.

Il modo in cui ci vestiamo si trova in diretto rapporto con il nostro portamento, con il modo in cui ci muoviamo, con la grazia che ci contraddistingue o meno come individui e come società. Il modo in cui ci muoviamo ha un nesso di stretta dipendenza con gli abiti che indossiamo; non solo perché si può trattare di abiti ampi o attillati, ma per la libertà che questi ci regalano sia fisicamente che mentalmente.

Infatti, il modo in cui le persone si vestono ci racconta delle aspirazioni di individui e società molto più di quanto spesso riusciamo a comprendere, specialmente se circoscriviamo la nostra lettura alla mera etichettatura di ciò che è o meno di moda o all'andamento stagionale delle tendenze. Allo stesso modo, l'ignoranza generalizzata dei "codici vestimentari" di altre parti del mondo e di altri strati sociali è portatrice di fraintendimenti e compiaciuti giudizi superficiali.

La pratica della moda come set di codici sociali, convenzioni e trasgressioni a tali codici, dovrebbe essere vista come un importante campo di studio, non solo per i teorici della moda, gli etnografi e altri studiosi della società. Una nuova ermeneutica della moda è, quindi,

the global intellectual tribe like it or not, the public arena quite beyond any politics of place, is today occupied by a world of public cultural symbols with both local and global implications. While the specialists grope around their ever more restricted playground, the artists are already out there grappling with the rapid evolutions of tropes, symbols, rhetoric and hype transmitting alternating subliminal messages of social and racial prejudice, with just momentary glimpses of truth.

Along with power comes responsibility. Visual culture, the arts, fashion design, photography as disciplines taught in public universities have a very great responsibility.

For young people today the arts are extremely attractive and have now acquired an important impact in either supporting or contesting hierarchical orders. The arts have the potential for inventing new tropes of an emergent imagination restoring the "capacity to aspire" as Appadurai puts it.

Art as radical form of education

In recent decades art practices from new genre public art to relational art have ventured far beyond the confines of a single discipline. Contemporary art practices in fact are comprehensible only if seen against the backdrop of the vast changes that the entire world is undergoing. One of the most vital and continuous tensions in contemporary art is with the idea of art as experience and a radical form of education.

As John Dewey famously claimed, no democracy can survive without being taught and retaught with every passing generation. In this sense practices such as Andrea Zittel's project *Institute of Investigative Living* are illuminating as part of a very real preoccupation with education and inclusion on the part of many artists.

Zittel's eight day seminar held once a year is based on the subject "Life Practice" as the union of art and life, asking the basic question how can we live a life independently of market pressures and following the basic precept "learning from what we are not". The seminar is an educational programme for those who wish to reach beyond everyday experience rereading and reevaluating

di capitale importanza per la comprensione delle strategie di potere e di comunicazione nel nostro mondo globalizzato dell'apparenza. Negli ultimi decenni, la linguistica e la semiotica discendente dall'antropologia culturale ci hanno insegnato a comprendere la grammatica sottesa ai codici visivi. Che piaccia o meno alla tribù intellettuale globale, al di là di qualsiasi "politica del locale", di questi tempi la sfera pubblica è popolata da un mondo di simboli culturali pubblici con implicazioni sia locali che globali. Mentre gli esperti brancolano nella sempre maggiore limitatezza del loro "orticello", gli artisti sono già alle prese con la rapida evoluzione di tropi, simboli, retorica e tendenze foriere di messaggi subliminali di pregiudizio sociale e razziale accompagnati da momentanei sprazzi di verità.

Il potere comporta responsabilità. La cultura visiva, le arti, il *fashion design*, la fotografia in quanto discipline oggetto di insegnamento nelle pubbliche università hanno grandissime responsabilità. Per i giovani di oggi, le arti rappresentano una forte attrattiva ed esercitano ormai un'importante influenza sul sostegno o la contestazione degli ordini gerarchici. Le arti hanno potenzialità atte a elaborare nuovi tropi di un'immaginazione emergente in grado di ripristinare quella che Appadurai chiama la "capacità di aspirare".

L'arte come forma radicale di educazione

Negli ultimi decenni, le pratiche artistiche, dalla *new genre public art* all'arte relazionale, si sono avventurate ben oltre i confini delle singole discipline. Le pratiche artistiche contemporanee risultano, infatti, comprensibili solo se esaminate alla luce dei vasti mutamenti che il nostro mondo sta vivendo. Una delle più vitali e continue fra le tensioni che percorrono il panorama dell'arte contemporanea identifica l'arte come esperienza e forma radicale di educazione. Citando John Dewey, nessuna democrazia può sopravvivere senza essere educata e rieducata di generazione in generazione. In tal senso, pratiche artistiche come il progetto *Institute of Investigative Living* di Andrea Zittel sono illuminanti in quanto rivelatrici della sincera preoccupazione con cui numerosi artisti guardano alle tematiche dell'istruzione e dell'inclusione. Il seminario di otto giorni che

common assumptions about what the basic needs, values and social norms that regulate our lives really require of us. Her displays of objects are particularly interesting in their recondite associations, intended as "energetic accumulators". In no way different from her home-made dresses, the objects are displayed in a way to trigger new associations. Food, clothing, furniture are the sites of exploration to dig a little deeper.

Wurmkos is a permanent laboratory working with people with psychic disabilities founded by Pasquale Campanella in 1987 in Sesto San Giovanni. The collective is part of a network of cultural associations that represent and defend an inclusive approach to culture in the metropolitan area of Milan. The collective is an open space inspired by the ideas of the distinguished neurologist and psychiatrist Franco Basaglia who rejected the institutionalization of the mentally ill and promoted collaborative projects between many subjects which avoid isolation of patients. *Vestimi* is a capsule collection by young people with psychic disorders sewn by Bassa Sartoria.

The horizons evoked by the artists in this exhibition represent a new start which could give the applied arts a more significant role in contemporary society, a new and stronger voice in support of those inherent values present in all cultures, based on the will to survive and the desire to be part of meaningful communities in a world able to welcome difference rather than view it as a site for conflict.

la Zittel tiene ogni anno sull'argomento della "life practice", della pratica della vita come unione di vita e arte, ripropone l'interrogativo di fondo circa la possibilità di condurre una vita indipendente dalle pressioni del mercato all'insegna del precetto dell'"imparare da ciò che non siamo". Il seminario è un percorso educativo dedicato a coloro che desiderano guardare oltre l'esperienza quotidiana, rileggendo e riesaminando ciò che comunemente si ritiene che le nostre esigenze fondamentali, i nostri valori e le norme sociali che regolano le nostre vite esigano realmente da noi. Le serie di oggetti che propone risultano particolarmente interessanti in virtù delle recondite associazioni che celano in loro e nella loro accezione di "accumulatori energetici". Pur non differendo in alcun modo dai suoi abiti "fatti in casa", gli oggetti sono proposti in modo tale da suscitare nuove associazioni. Cibo, abiti e arredi sono siti di esplorazione presso cui scavare un po' più a fondo. Wurmkos è un laboratorio permanente dedicato alle persone in situazione di disagio psichico, fondato nel 1987 a Sesto San Giovanni da Pasquale Campanella. Il collettivo fa parte di una rete di associazioni culturali impegnate nella rappresentazione e tutela di un approccio inclusivo alla cultura nello spazio metropolitano della città di Milano. Si tratta di uno spazio aperto ispirato alle idee dell'illustre neurologo e psichiatra Franco Basaglia, che ha posto fine all'istituzionalizzazione dei malati psichici, promotore di progetti di collaborazione tra più soggetti finalizzati a prevenire l'isolamento dei pazienti. *Vestimi* è una *capsule collection* disegnata da giovani con disagi psichici e realizzata dal laboratorio Bassa Sartoria di Livorno. Gli orizzonti evocati dagli artisti in mostra rappresentano un nuovo inizio che potrebbe regalare alle arti applicate un ruolo più rilevante nel quadro della società contemporanea; una voce nuova e più forte a sostegno dei valori intrinseci comuni a tutte le culture, che tragga linfa dalla voglia di sopravvivere e dal desiderio di essere parte di comunità significative in un mondo capace di accogliere la differenza piuttosto che vederla come motivo di conflitto.



Mella Jaarsma, *The Landscaper*, 2013



Gabi Scardi
Critica d'arte, curatrice e docente
Art critic, curator and lecturer

GABI SCARDI

**PERCORSI TRA ARTE
E MODA**
**PATHWAYS BETWEEN
ART AND FASHION**

“La moda ha il fascino dell’inizio e della fine insieme, il fascino della novità e nello stesso tempo della caducità”.

“Fashion possesses the peculiar attraction of a simultaneous beginning and end, the charm of newness and simultaneously of transitoriness.”

Georg Simmel, *Philosophie der Mode*

Nel rapporto tra l'arte e la moda s'intersecano numerosi piani di riflessione.

La moda è dotata di una fondamentale dimensione culturale, e nello stesso tempo è un sistema economico di imponenti dimensioni. È cultura materiale e status symbol, esperienza e comunicazione, relazione con il corpo e strumento di controllo, entertainment, linguaggio e fantasia, gerarchia, lusso o mania.

La moda ha un ruolo centrale nei rituali di ogni giorno e in ogni momento della vita, nella nostra relazione con il tempo, con lo spazio, con l'epoca che viviamo. È legata al modo in cui ci presentiamo, al bisogno di distinguerci e a quello di confonderci: come sottolinea Georg Simmel nel suo testo fondamentale *Philosophie der Mode* del 1905, la moda porta a espressione e accentua l'impulso all'eguaglianza e quello all'individualità. "Nell'imitare non solo trasferiamo da noi agli altri l'esigenza di energia produttiva, ma anche la responsabilità dell'azione compiuta. L'individuo si libera dal tormento della scelta e la fa apparire come un prodotto del gruppo, come un recipiente di contenuti sociali. L'impulso a imitare, come principio, caratterizza un grado di sviluppo nel quale è vivo il desiderio di un'attività personale finalizzata, ma non c'è la capacità di conquistare dei contenuti individuali per quest'attività o di ricavarli da essa. Il progresso al di là di questo grado avviene quando il futuro determina il pensare, l'agire e il sentire al di fuori di ciò che è dato, passato, tramandato".

È lo slancio verso il futuro menzionato da Simmel ad accomunare l'ambito della moda e quello dell'arte, e più in particolare le

1 Georg Simmel, *Fashion*, "The American Journal of Sociology", 62, 1957, p. 543

The relationship between art and fashion is an intersection of numerous planes of reflection. Fashion has a fundamental cultural dimension, while at the same time being an economic system of massive dimensions. It is at once material culture and status symbol, experience and communication, relation with the body and instrument of control, entertainment, language and fantasy, hierarchy, luxury or mania.

Fashion plays a central role in everyday rituals and in every moment of the day, in our relations with time, space and the epoch we live in. It is connected with the way we present ourselves, with the need to distinguish ourselves or to merge: as emphasized by Georg Simmel in his seminal 1905 work *Philosophie der Mode*, fashion leads to expression and accentuates the impulse towards equality and that towards individualisation. "Whenever we imitate, we transfer not only the demand for creative activity, but also the responsibility for the action from ourselves to another.

Thus the individual is freed from the worry of choosing and appears simply as a creature of the group, as a vessel of the social contents. The tendency towards imitation characterizes a stage of development in which the desire for expedient personal activity is present, but from which the capacity for possessing the individual acquisitions is absent. [...] The advance beyond this stage is reflected in the circumstance that our thoughts, actions, and feelings are determined by the future as well as by fixed, past, and traditional factors."¹ It is the thrust towards the future mentioned by Simmel that fashion and art share, and more specifically the works assembled

1 Georg Simmel, *Fashion*, "The American Journal of Sociology", 62, 1957, p. 543

opere assemblate in occasione della mostra *Fashion as Social Energy*. Nel realizzarle, i loro autori attingono alla moda intesa non nei suoi aspetti di stagionalità e di glamour, ma nella sua capacità interpretativa e nella sua forza rigenerante. Lo slancio che questi artisti esprimono non è finalizzato al desiderio di consenso, ma libero; critico, non convenzionale, ma affermativo; sotteso da sensibilità diverse e quindi passibile di assumere molte forme, sempre teso a considerare i mutamenti dei comportamenti e delle necessità, a captare l'energia del momento e ad abbracciare la possibilità di un miglioramento in termini di qualità di vita. La moda infatti, come l'arte, non si limita a rappresentare la realtà, ma agisce all'interno di essa e la alimenta, contribuendo al suo rinnovarsi. Si tratta di un fenomeno che opera come condizionante meccanismo di normalizzazione e, al contempo, come importante attivatore di energie: energie creative, sociali e forze propulsive in grado di scardinare abitudini, di minare le convenzioni e di generare nuove visioni e possibilità. Basti pensare all'importanza che l'abbigliamento ha avuto rispetto alle dinamiche di genere: per millenni l'aspetto femminile è stato determinato da esigenze maschili; né possiamo pensare che il rischio di oggettivazione della donna appartenga esclusivamente al passato: gli effetti della proiezione dello sguardo maschile sull'atteggiamento e sull'abbigliamento femminili sono tuttora evidenti. Ma la moda ha anche partecipato attivamente alla ridefinizione dell'immagine e della figura della donna, ha dunque agito da una parte come specchio, dall'altra come acceleratore di importanti cambiamenti di stato sociale. Al di là delle necessità oggettive a cui risponde, l'abito è dunque connesso a modi di vita, a luoghi, a culture.

La mostra *Fashion as Social Energy* vede raccolte opere realizzate da una serie di artisti che, in modo non estemporaneo, esplorano il mondo della moda trasversalmente, connettendolo con tematiche attuali, rilevanti su scala globale. L'ambiente, l'abitare, i costumi e le abitudini che cambiano, la sensibilità verso le dinamiche urbane, il riciclo, la sostenibilità, l'attenzione nei confronti delle risorse sono tutte istanze a cui

on the occasion of the exhibition *Fashion as Social Energy*. In their creation, the artists have drawn upon fashion understood not in its seasonal or glamorous aspects, but in its interpretative capacity and its regenerative energy. The urge that these artists express is not aimed at a desire for consensus, but free: critical and unconventional, but constructive. Being underpinned by different sensitivities, it can assume numerous forms, always seeking to ponder the changes in behaviour and needs, to grasp the energy of the moment and embrace the possibility of an enhancement of the quality of life.

Indeed fashion, like art, does not settle for representing reality, but acts within it and nourishes it, contributing to its renewal. It is a phenomenon that works like a conditioning mechanism of normalisation and, at the same time, like an important generator of energy: creative energy, social energy and propulsive force that can unhinge habit, undermine convention and spark new visions and possibilities.

Suffice it to consider the importance of clothing in gender dynamics: for millennia the female appearance was dictated by male demands. Nor can we conclude that the risk of objectification of women is purely a thing of the past: the effects of the projection of the male glance on female attitudes and clothing are still evident. Fashion has, however, also played an active part in redefining the image and women's persona, and has therefore acted on the one hand as a mirror and on the other as an accelerator of important changes in social status.

Beyond the objective needs that it fulfils, clothing is therefore inherently tied up with lifestyles, places and cultures.

The exhibition *Fashion as Social Energy* brings together works produced by a series of artists who, not impulsively but deliberately explore the world of fashion transversally, linking it up with issues of global relevance and topicality. The environment, changing customs and habits, sensitivity towards urban dynamics, recycling, sustainability and attention to resources are all issues that are inherent in these works.

Introducing the exhibition is a seminal and compellingly iconic work by **Michelangelo Pistoletto**, presented here in its first version:

queste opere danno forma. L'insieme prende avvio da un'opera seminale e fortemente iconica di **Michelangelo Pistoletto**, presentata qui nella sua prima versione: la *Venere degli Stracci*. Il tema del rispecchiamento, centrale per l'artista, prende in questa installazione la forma di un confronto immediato e senza compromessi tra modelli di bellezza, tra la forma per eccellenza e l'informe, il frammentario, tra i materiali di un ricco passato e altri che rappresentano la modernità di cui l'artista sonda le possibilità espressive. L'esito di questo confronto è un'opera che, rotti i canoni artistici tradizionali, riesce a esprimere un inedito, ma indiscutibile, equilibrio compositivo per parlare di stili di vita che si trasformano anche più velocemente dei nostri gusti, e del presente con le sue contraddizioni ma anche con il suo nuovo genere di bellezza. La mostra prosegue con un corteo di fantasiosi copricapo e con una grande fotografia, esiti del progetto *Io in testa* di **Luigi Coppola** e **Marzia Migliora**. Nel maggio 2013, nell'ambito del laboratorio *Cantiere comune di immaginario politico* organizzato presso il Teatro Valle occupato di Roma, i due artisti propongono "di mettere *in testa* la cultura come bene comune, priorità per lo sviluppo sociale". L'azione ha prodotto una serie di copricapo realizzati dai partecipanti del laboratorio. Vi si intrecciano spunti e temi diversi, come quello del lavoro, rappresentato dai cappellini a barchetta tradizionalmente utilizzati dai muratori, che in questo caso costituiscono la base delle successive elaborazioni, e quello dell'informazione, implicita nell'utilizzo di fogli di giornali. Nell'interpretazione personale del tema e nella varietà dei risultati risaltano la felicità dell'autoespressione e della scelta soggettiva: una scelta che riguarda sia la forma, sia le pagine di giornale da utilizzare per ciascun copricapo. Il risultato del laboratorio è la performance-manifestazione *Io in testa*, che rivive nella mostra come ampia installazione. "Indossare questo oggetto costruito partendo dai giornali – si leggeva nella presentazione del progetto – è un atto di presa di coscienza e di volontà di *vestire il quotidiano*, riportandolo dove esso nasce e si disputa: la strada". Riappropriazione del mondo quotidiano, seppure di segno diverso, è anche quella di **Rä di Martino** con il suo film *The show MAS*

Venus of the Rags. In this installation the concept of mirroring that is central to the artist's output takes the form of an immediate and uncompromising comparison of models of beauty, between the epitome of form and the formless and fragmentary, between the materials of a rich past and others that represent modernity, with the artist probing their expressive potential. The outcome of the comparison is a work that breaks with traditional artistic canons and succeeds in expressing an original but undeniable compositional equilibrium, speaking of lifestyles that morph even more rapidly than our tastes, and of a present made of contradictions that has also spawned a new genre of beauty.

The exhibition continues with a parade of fantastic headgear and a large photograph, the results of the *Io in testa* project of **Luigi Coppola** and **Marzia Migliora**. Within the framework of a workshop (*Cantiere comune di immaginario politico - Shared political imagery workshop*) organised during a squat in the Teatro Valle in Rome in May 2013, the two artists proposed "placing culture *on its head* as a shared asset and a priority for social development". The result was a series of head coverings created by the workshop participants. Different themes and cues are meshed: that of labour, for example, represented by the traditional newspaper 'sailor' hats traditionally worn by builders, here used as a base for subsequent elaborations, and the theme of information, implicit in the use of the newspaper.

The personal interpretation of the theme and the variety of the results underscore the felicity of the self-expression and the choice of subject: a choice affecting both the shape and the pages of the newspapers used for each hat. The result of the workshop was the performance-event *Io in testa*, which is brought to life again at the exhibition as an expansive installation. "Wearing this object made from newspapers," we read in the presentation of the project, "is a gesture for raising awareness, of the desire to *wear the newspaper*, bringing it back to the place where it comes from and where it is discussed: the street."

Another reappropriation of the everyday world, albeit on a different note, is that carried out by **Rä di Martino** in her film

go on. Un po' documentario e po' un musical, il film racconta una Roma lontana da quella dei cliché, ma non meno significativa. MAS, "Magazzini allo Statuto", sono i "magazzini del popolo", un grande magazzino che assomiglia a un mercato; un mondo che è un microcosmo, ma anche un crocevia; una sorta di piazza popolare in cui s'incrociano i romani di origine e quelli d'adozione, famiglie, suore, trans, gente in cerca di abiti ordinari e registi in cerca di costumi per le loro comparse. Intriso di umanità, di umorismo e di citazioni dalla storia del cinema, animato dalla presenza di tanti personaggi anonimi, ma anche di noti attori, *The show MAS go on* si sviluppa in un alternarsi di realtà e di finzione, con affondi nell'una e nell'altra direzione: figure un po' perdute, la signora con il cagnolino incapappato che si rifiuta di sedersi a comando, le suore che frugano nelle ceste di biancheria, il commesso che descrive i frequentatori del negozio, che hanno tanta voglia di parlare, e chi non compra è perché proprio "non c'ha una lira". L'artista mette in campo la presenza della macchina da presa come se fosse una candid camera e la bambina che si accorge di essere ripresa resta disorientata. Siamo nel centro di Roma, e nello stesso tempo ai confini della realtà e della società. E siamo anche in un luogo eccentrico, frequentato da coloro che i sogni li generano: teatranti, scenografi e cinematografari, che qui vengono a rifornirsi di costumi a buon mercato; soprattutto di quelli per i ruoli dei "morti ammazzati, che per le prove occorrono tanti capi identici ed economici, usa e getta". Qui il cheap e il kitsch sono di casa. Così MAS si rivela essere, oltre che una risorsa per chi ha bisogno, anche un luogo-fabbrica di immaginari: una miniera dove lo spettacolo – quello del cinema e quello della vita – trova materia prima e soluzioni. Nell'area di contiguità tra arte e moda si esprimono esigenze ed estetiche condivise da interi gruppi sociali. A queste estetiche, intrise di valori simbolici, fa riferimento **Maria Papadimitriou** che, con il *Costume di Yorgos Magas*, con i *Roma Coats* e con il progetto *Φirma Gypsy Globales* fa riferimento alle specificità culturali e all'estetica delle persone di etnia Rom. In queste opere si intersecano la tematica dell'abito e quella dell'abitare, l'evidenza di necessità primarie da soddisfare e l'orgoglio di un'unicità tuttora in essere;

The show MAS go on. Part documentary and part musical, the film narrates a Rome far removed from clichés but no less significant for that. The MAS, acronym of "Magazzini allo Statuto", are the "people's market", a department store that's more like an open-air market or a bargain basement. It's a world that's at once a microcosm and a crossroads; a sort of popular square where native and adoptive Romans come together: families, nuns, transsexuals, people looking for ordinary clothes and cinema directors seeking out costumes for their extras. Steeped in humanity, humour and citations from the history of cinema, starring a multitude of anonymous people but also well-known actors, *The show MAS go on* develops through an alternation of reality and fiction, with plunges in both directions. The figures seem somewhat lost: the lady with the little dog dressed in a coat who refuses to sit down as bidden, the nuns rummaging through the bins of lingerie, the shop assistant describing the customers, who long so much to talk, and those who don't buy anything - you can be sure it's because they "haven't got a penny". The artist uses the movie camera as if it were on candid camera, and the little girl who realises she's being filmed is disconcerted. We're in the centre of Rome, and at the same time on the fringes of reality and of society. And we're also in an eccentric place, frequented by those who make dreams: actors, set designers and film directors who come here to pick up cheap costumes, especially for those used in "murder scenes where the takes call for lots of cheap and identical, disposable clothes." The cheap and the kitsch are at home here. And so, in addition to being a resource for the needy, MAS also proves to be a factory of imagery: a gold mine in which the performance – that of the cinema and that of life – finds its raw materials and its answers. Demands and aesthetics shared by entire human groups are expressed in the borderland between art and fashion. These aesthetics, steeped in symbolic values, are what **Maria Papadimitriou** refers to. In the *Costume of Yorgos Magas*, the *Roma Coats* and the *Gypsy Globales Label* project she addresses the cultural specificities and aesthetics of the Roma ethnic people. These works intersect themes of clothing and dwelling, the evidence of primary necessities to be satisfied and the

questi splendidi, sovraccarichi costumi e gli accessori destinati ad accompagnarli, l'abito sgargiante del clarinetista-sciamano con i simboli liturgici, le cappe realizzate con le coperte istoriate, i bracciali e i pendagli kitsch ed eccessivi, tutto contribuisce a raccontare una realtà che per scelta o per mancanza di alternative continua a basarsi sul riciclo e sul riuso; e che, nel bene e nel male, resiste inalienata dopo aver attraversato i secoli.

Anche le opere di **Andrea Zittel** sono oggetti e spazi, indumenti e arredi ma sobri nella forma e frugali nei materiali. Autoprodotti a partire da tecniche tradizionali, destinati a funzioni determinate e a specifici momenti della vita quotidiana, che si tratti di abiti o di articolate strutture abitative essi consentono di organizzare la quotidianità rispondendo alle necessità di ogni giorno con agilità, nel rispetto delle attitudini e delle inclinazioni individuali. Corrispondono a uno stile di vita mobile, sobrio, flessibile, versatile, in cui micro e macro, l'individuo, l'ambiente e ogni cosa, sono organicamente legati, ogni elemento ha il proprio posto e ogni dettaglio conta; e sottendono l'idea che sia possibile eludere l'attuale tendenza consumistica a produrre continuamente "altro". Dal loro insieme emerge un senso di libertà, di autonomia e di autodeterminazione che si traduce in attenzione responsabile al tempo dell'esistenza.

Parte di una serie sono anche i *Backpacks* di **Nasan Tur**: zaini comprendenti quanto può essere utile per compiere una specifica attività; tra le destinazioni d'uso ci sono: cucinare per qualcuno, partecipare a una dimostrazione, realizzare un sabotaggio, parlare o cantare in pubblico. Gli zaini possono essere presi in prestito dai visitatori per essere utilizzati nelle vie della città e infine restituiti. In questo caso l'opera, calata nel flusso della vita urbana, vive effettivamente nell'interpretazione attiva del visitatore e nella sua esperienza diretta; tra il serio e l'ironico, il dialogo fra l'arte e il mondo del quotidiano si fa reale, come avviene quando Tur trasferisce i graffiti delle strade nello spazio espositivo, o quando, in *Clouds*, indaga i meccanismi mediatici relativi alle informazioni sugli eventi bellici, o ancora nell'installazione basata su proiezioni *Human Behaviour* in cui cataloga sistematicamente i passanti a seconda dei comportamenti o dei tipi, dei colori o delle

pride in an ongoing uniqueness. Splendid, overloaded costumes and the accessories destined to accompany them, the gaudy outfit of the shaman-clarinet player with the liturgical symbols, cloaks made of figured coverlets, kitsch and extravagant bracelets and pendants. All these items contribute to narrate a reality that – by choice or through lack of alternatives – continues to be based on recycling and reutilisation, and which, for better or for worse, has survived unalienated despite the passage of the centuries.

The works of **Andrea Zittel** are again objects and spaces, clothing and furnishings. But they are restrained in form and frugal in materials. Hand-made by the artist on the basis of traditional techniques, whether they are clothes or articulated habitations, they are destined to specific functions and particular moments of daily life. They are designed to make it possible to organise the daily round through a pliable response to everyday needs that still complies with individual attitudes and inclinations. They correspond to a mobile, austere, flexible and versatile lifestyle in which micro and macro, the individual, the environment and everything in it are organically linked, where everything has its proper place and every detail counts. Underlying it all is the implication that it is possible to avoid the current trend in consumption to continually produce "other". Taken together these items unleash a sense of freedom, of autonomy and self-determination that translates into responsible attention towards the time of existence.

Also part of a series are the *Backpacks* of **Nasan Tur**: backpacks containing everything that could be useful for a specific activity. The possible uses comprise: cooking for someone, taking part in a demonstration, performing sabotage and talking or speaking in public. Visitors to the exhibition can borrow the backpacks and use them in the streets of the city, after which they have to be returned. In this way the work is absorbed into the flow of city life and genuinely comes to life in the active interpretation of the visitor and his or her direct experience. Poised between the serious and the ironic, the dialogue between art and the everyday world is realised. The same happens when Tur transfers graffiti from the street into the display space, or when in *Clouds* he explores the media mechanisms

fogge del loro abbigliamento.

Anche **Otto von Busch** fa riferimento alle modalità dell'attivismo. Con attitudine radicale, von Busch si muove tra attivismo sociale e design impegnato ed esplora da anni, nella teoria e nella pratica, la possibilità di un nuovo ruolo per i fashion designer. Le sue opere sono l'esito di una profonda conoscenza e di una lettura trasversale, alternativa, disincantata e demistificatoria della moda. Von Busch teorizza l'hacktivism, un modo per infiltrarla dall'interno, per rivelarne il funzionamento e le contraddizioni, le convenzioni, i meccanismi sommersi, il ruolo nell'economia globale e per scardinare il modo in cui i media sistematicamente filtrano e trasmettono le informazioni. L'efficacia dell'hacktivism, sostiene, è che si tratta di una forma di infiltrazione basata sulla curiosità affermativa. Perché, afferma l'artista: "poiché la moda non è soltanto la qualità fisica di un indumento, ma piuttosto una proprietà mitica, rituale o simbolica, non basta acquisire capacità pratiche, individuali o specializzazioni artigianali nella costruzione e cucitura per essere 'fashion-able' ossia 'moda-consapevoli'. C'è anche l'esigenza di capire come ci dobbiamo relazionare al sistema della moda là fuori, come dobbiamo navigare e interagire con le sue espressioni dominanti, e come possiamo connettere e collaborare con altri adepti della moda".

Il lavoro di **WURMKOS** si innesta invece come esperienza viva e concreta sulle fasce più sensibili della collettività operando sul crinale tra il sé e gli altri, tra individuo e società; e si articola in progetti di ampio respiro nei quali l'attenzione per i rapporti interpersonali si coniuga con quella per gli aspetti formali dell'opera. Tra i temi ricorrenti nel lavoro di Wurmkos ci sono i concetti di abito, di habitat e di cura dei luoghi. *Vestimi* è un progetto nato dall'incontro con il laboratorio Bassa Sartoria.

È consistito nel realizzare una serie di oggetti indossabili, disegni, cartamodelli e abiti, ma ben diversi da quelli che caratterizzano l'odierno culto dell'immagine; interfacce tra corpo e spazio, ibridi che privilegiano le caratteristiche della materia e il potenziale simbolico rispetto al glamour e alla funzionalità. Wurmkos li presenta al pubblico in forma di opere da esporre e di performance. Così in questi oggetti, che sono metodi di

behind information about war. Again, in the installation *Human Behaviour* based on slide projections, he systematically catalogues the passers-by depending on behaviour or type, or on the colours and shapes of their clothing. Modes of activism are also explored by **Otto von Busch**. Adopting a radical approach, von Busch moves between social activism and committed design; for years, in both theory and practice, he has been probing the possibility of a new role for the fashion designer. His works are the outcome of a profound understanding of fashion and a transversal, alternative, disenchanted and debunking reading of it. Von Busch theorises hacktivism: a way of infiltrating fashion from within to show up the way it works, its contradictions, conventions and concealed mechanisms and its role in the global economy; it is also a way of unhinging the systematic manner in which the media filter and transmit information. He maintains that the efficacy of hacktivism lies in the fact that it is a form of infiltration based on positive curiosity. Because "as fashion is not only a physical quality of a garment but perhaps even more a mythical, ritual or symbolic one, it is not enough to acquire individual practical skills or advanced craftsmanship in construction and sewing to become fashion-able. There is also a need to understand how we are to relate to the fashion system out there, how we should navigate and interact with its dominant expression, and how we should connect and collaborate with other fashionistas."

The work of **WURMKOS**, on the other hand, is grafted as a vital and tangible experience onto the most sensitive brackets of the community, operating on the watershed between self and others, the individual and society. It is articulated in projects of broad scope in which the focus on interpersonal relations is fused with an attention to the formal aspects of the work. The recurrent themes in the output of Wurmkos include the concepts of garment, habitus and care of place. *Vestimi* is a project spawned by the encounter with Bassa Sartoria. It consisted of the creation of a series of wearable objects, drawings, paper patterns and clothes, but radically different from those that characterise the current cult of the image. These are interfaces between

resistenza e “anticorpi per combattere paura, incertezza, pregiudizio”, si manifestano l'importanza della socialità e la teatralità che permea la vita quotidiana.

In modo diverso altri artisti, come **Kateřina Šedá**, attraverso la propria opera raccontano come l'abito, potente catalizzatore di attenzione, contribuisca a inscrivere l'uomo in una geografia urbana e in una rete di relazioni. L'installazione *For Every Dog a Different Master* è l'esito di un lungo processo che ha coinvolto tutte le famiglie del quartiere residenziale in fase di riqualificazione di Nová-Líšeň, vicino a Brno, nella Repubblica Ceca. Šedá ha organizzato uno scambio di camicie, appositamente realizzate, tra gli abitanti del luogo, in modo da indurre contatti e favorire un senso di condivisione e di scambio, e un possibile rinnovarsi dei rapporti di vicinato.

È uno spaccato urbano – e un grande affresco riguardante le dinamiche geopolitiche di oggi – anche quello che emerge dalla videoinstallazione *Mumbai: A Laundry Field* di **Kimsooja**: l'artista ci mette infatti a confronto con una realtà grandiosa, ma anche sconcertante, legata al processo di produzione dei capi che tutti portano quotidianamente: quella del Dhobi Ghat di Mumbai, dove ogni giorno in un movimento incessante, fra i treni che passano gremiti di persone, sono al lavoro all'aperto diecimila individui che tingono e trattano i tessuti destinati alle filiere produttive che attraversano il globo. L'impatto sociale del nostro consumismo emerge nella sua drammatica ampiezza dalle immagini di questo mondo rutilante, che pone questioni cruciali su cosa sia ammissibile e cosa non lo sia.

L'ambito costituito da quegli artisti che attingono alla moda per realizzare le proprie opere stimola confronti sul piano teorico, progettuale, metodologico e operativo. È il caso di **Lucy + Jorge Orta**, il cui lavoro dalla fine degli anni Ottanta ruota con sistematicità e con straordinaria consapevolezza intorno alla questione della responsabilità sociale. Occuparsi di arte, così come occuparsi di moda, significa operare nel rigore e nell'eterogeneità, nella disciplina e nella libertà, impone di riflettere sui consumi, sulle aspirazioni delle persone di oggi e di domani e sull'impatto delle azioni quotidiane, sulla possibilità di riciclare e di riusare,

body and space, hybrids that favour the material characteristics and the symbolic potential rather than glamour or practicality. Wurmkos presents them to the public in the form of works to be displayed or as performance. These objects – which are methods of resistance and “antibodies against fear, uncertainty and prejudice” – thus bring to the fore the importance of the social and theatrical dimension permeating everyday life. Other artists, such as **Kateřina Šedá**, through their work recount in a different way how the garment, as a powerful catalyst of attention, contributes to place man within an urban geography and a network of relations. The installation *For Every Dog a Different Master* is the outcome of a long process that has involved all the families in a residential district undergoing redevelopment in Nová-Líšeň, close to Brno in the Czech Republic. Šedá organised an exchange of specially-produced shirts between the inhabitants of the area. This was conceived as a way of fostering contacts and a sense of sharing and exchange, and a possible renewal of neighbourhood relations.

A fascinating insight into urban life – and a colourful fresco illustrating modern-day geopolitical dynamics – also emerges from **Kimsooja's** video-installation *Mumbai: A Laundry Field*. Indeed, the artist brings us face to face with a reality at once magnificent and disconcerting. It is integrally linked to the process of production of the garments that everyone wears every day: Dhobi Ghat in Mumbai, bustling with frenetic activity, between trains crowded with people, where more than ten thousand people are at work in the open air dyeing and treating the fabrics destined to production lines all over the world. The social impact of our consumption emerges in all its dramatic relevance from the images of this red-tinged world, posing crucial questions about what is acceptable and what is not.

The area represented by artists who draw on fashion to create their works is thought-provoking from numerous angles: in terms of theory, design, method and operation. Since the late 1980s the work of **Studio Orta** has systematically and with staggering conscientiousness revolved around the question of social responsibility. Dealing with

di interpretare la finitezza delle risorse della biosfera come stimolo piuttosto che come limite. Questo tipo di sguardo può trasformare le azioni quotidiane in gesti esemplari. È quanto avviene con il progetto partecipativo *Refuge Wear*, realizzato da Lucy Orta nel 2002 riciclando vecchi capi di abbigliamento recuperati dall'Esercito della Salvezza. Ricoprono valore esemplare anche i *Dome*, strutture abitative realizzate utilizzando tessuti e indumenti, in grado di trasmettere un senso di comunità, di convivenza possibile, e anche, grazie all'implicito riferimento al corpo, di esperienza individuale e di intimità. Ma per Studio Orta il confronto con la moda si svolge anche sul piano dell'aggiornamento e delle novità nel campo dei materiali, delle tecniche, delle modalità di comunicazione: di quei fenomeni che la moda, con il suo sguardo sempre puntato in avanti, sa cogliere e far propri con tempestività e che loro con altrettanta dimestichezza mutuano e incorporano nel loro lavoro. Fa appello ai sensi come potenti strumenti di coinvolgimento l'opera di **Mella Jaarsma**, artista olandese di nascita e indonesiana di adozione, la cui opera prende in molti casi la forma di indumenti che coprono il viso e buona parte del corpo, lasciando scoperti gli occhi. Il suo *Pecking Order* è un'installazione-performance volutamente disturbante. L'opera è dedicata al tema dell'organizzazione gerarchica, una delle cui manifestazioni, presso molte specie animali e soprattutto tra le galline, è appunto l'ordine di beccata. L'installazione consiste in un abito che è anche un tavolo, fatto di pelle di gallina e apparecchiato. "Questo lavoro riguarda l'idea che non possiamo liberarci da una gerarchia dominante che dà forma ai nostri diversi comportamenti – afferma l'artista. – I confini tra l'oppressore e gli oppressi in situazioni estreme sono chiare, ma spesso diventano offuscate. La posizione dell'aggressore e della vittima possono essere interscambiabili, tutto dipende dall'ambiente, circostanze, e l'era in cui abitiamo". *Pecking Order* parla dunque della violenza e della sopraffazione come istinti degli animali, e soprattutto dell'animale-uomo, e dell'invalsa tendenza a definirsi attraverso il dominio, oltre che della violenza di cui talvolta siamo intrisi e che condiziona il nostro rapporto con le specie animali fino a

art, like dealing with fashion, means operating with rigour and heterogeneity, discipline and freedom. It demands meditation on the consumption and aspirations of the people of today and of tomorrow. Consequently it must address the impact of everyday actions, the possibility of recycling and reutilising and of interpreting the finite nature of the resources of the biosphere as a stimulus rather than a limitation. Such an approach can transform everyday actions into exemplary gestures. This is indeed what happened in the participatory project *Refuge Wear* developed by Lucy Orta in 2002, recycling old clothes from the Salvation Army. Intended to embody a similarly exemplary role are the *Domes*, habitats created using fabrics and garments, which are hence capable of transmitting a sense of community, of possible cohabitation, and at the same time – through the implicit reference to the body – also a sense of individual experience and intimacy. For Studio Orta tackling fashion also means engaging with the innovation, with new materials and new techniques, new modes of communication: all those phenomena that fashion – with its constantly forward-looking approach – rapidly grasps and assimilates, and which Lucy and Jorge Orta, with similar ease, borrow and absorb into their work. The work of **Mella Jaarsma**, Dutch by birth and Indonesian by adoption, appeals to the senses as potent tools of engagement. In many cases the artist's work takes the form of garments that cover the face and most of the body, leaving the eyes uncovered. Her *Pecking Order* is a deliberately disturbing installation-performance. It addresses the subject of hierarchical organisation. In many animal species, and especially among hens, the dominance hierarchy is maintained by the bird at the top of the pecking order pecking another of lower status. The installation consists of a dress which is also a fully-laid table, made of chicken skin. "This work is about the idea that we cannot free ourselves from any dominance hierarchy, which shapes various behaviours," explains the artist. "Boundaries between the oppressor and the oppressed in extreme situations are clear, but they often become blurred. The position of an aggressor or victim can be exchangeable, depending on the environment, circumstances and era that you live in."

renderci ciechi.

Anche **Claudia Losi** si affida all'efficacia narrativa dell'abito per raccontare una storia, quella di un tessuto che si trasforma in superficie ed epiderma di un'opera d'arte itinerante: una balena a grandezza naturale realizzata interamente con parti di stoffe, destinata a girare il mondo catalizzando così incontri, storie ed esperienze. Antonio Marras, tra i maggiori fashion designer italiani, riporta quindi il tessuto dismesso in seguito allo "smantellamento" della Balena in abiti e giacche di tendenza (*Whale suits*, 2010). Questi abiti porteranno per sempre la memoria delle avventure e dei rapporti vissuti durante il viaggio, quando erano una balena. Non solo: distribuite a una serie di persone individuate dall'artista, sono poi tornate arricchite delle storie che questi hanno voluto affidare loro. Ecco allora Antonio Marras, da Alghero: "Per diversi mesi la giacca abbracciata a un pupazzo imbottito a forma di cane è stata lasciata all'aria aperta, sotto il sole, in balia della pioggia, del vento e della salsedine profumata di Alghero. Ho poi appeso alla giacca pezzi di relitti, forse barche, portati dal mare su una spiaggia non lontana dal luogo in cui vivo e sogno".

George Hollanders, da Reykjavik: "Cuce, alla fodera della giacca, oggetti e resti di vario genere trasportati dalle correnti marine sulla battigia di una spiaggia a Kelduhverfi nel Nord Est dell'Islanda. Ogni oggetto, o tesoro come preferisce definirlo, racconta la propria storia e ognuno è collegato all'altro in quanto trasportato dalla risacca nello stesso luogo".

Benedetta Barzini, da Milano: "Lascia un foglio, scritto a mano e inserito in una delle tasche della giacca, che porta il titolo Borsadibalenavolantedallapanciabianca. Racconta di una 'balena dalla pancia bianca che ha due ali' e 'sogna' di poter navigare nei cieli come naviga nell'oceano".

Marco Ciriello, da Starze di Summonte, Avellino: "Da diversi anni gira i mari con navi di tutti i tipi, ha scritto 'un romanzo per voci di annegati e un libro su un viaggio in cargo'. La giacca porta storie scritte sulle fodere applicate che escono dalle tasche. Vi allega un 'elenco definitivo pesci estinti, regno uno, mare quattro, settore venticinque, lato W', e in un altro foglio aggiunge un breve racconto dal titolo: 'Carmela, la più grande balena di

Pecking Order therefore talks about violence and oppression as instinctive in animals, and above all in the human animal, and about the accepted tendency to define oneself through dominance. It also speaks of the violence in which we are sometimes steeped, and which conditions our relations with animals to the point of making us blind.

Claudia Losi also trusts in the narrative qualities of the garment in order to tell a story. It's the story of a piece of fabric that is transformed into the skin of a huge and seductive touring artwork: a life-size whale made of wool destined to travel the world, catalysing encounters, stories and experiences. Antonio Marras, a leading Italian fashion designer, then uses this fabric in trendsetting suits and jackets (*Whale suits*, 2010). These garments will carry with them for ever the memory of the adventures and relationships experienced during the journey, when they were the whale. And this is not all: distributed to a series of persons selected by the artist, the garments were then returned enriched by the stories that these individuals chose to entrust to them. For example, Antonio Marras, from Alghero: "The jacket, embracing a soft toy in the form of a dog, was left for several months out in the open, under the sun and at the mercy of the elements: the rain, the wind and the fragrant salty air of Alghero. Then I hung on the jacket pieces of driftwood – maybe of wrecked boats – carried by the tide onto the beach not far from the place where I live and dream."

George Hollanders, from Reykjavik: "He sews a variety of objects and remains transported by sea currents and deposited on the shore of a beach in Kelduhverfi in North East Iceland. Each object or treasure as he prefers to call it, has a story to tell and each is connected to the other in as much as they are all washed up in the same place with the tide.

Benedetta Barzini, from Milan: "She leaves a handwritten piece of paper in one of the jacket pockets, with the title FlyingWhalewithawhiteunderbelly. She talks of a whale with a white underbelly and two wings which "dreams" of flying through the skies just as she swims through the ocean. Marco Ciriello, from Starze di Summonte, Avellino "For several years he has been navigating the seas, and has written "a novel giving voice to those who have drowned and

San Giovanni a Teduccio”.

Realizzare opere in forma di abito e far riferimento alla moda significa rimandare all'individuo che idealmente li porterà e quindi creare una sorta di condensatori di identità.

Gli artisti le cui opere compongono la mostra *Fashion as Social Energy*, e molti altri che vi avrebbero potuto trovare spazio, pongono al centro della propria opera la moda o il suo elemento di base, l'abito interpretato nella sua inseparabilità di forma, senso e funzione. Il motivo della scelta di campo fatta può essere individuato nella prossimità che ne fa un oggetto tanto vicino alla vita; un oggetto così profondamente umano, così efficace nel rapportarsi alla concreta realtà della vita, in cui quindi, a fronte di tanti spettacoli alienati che ci circondano, è agevole identificarsi. Tutti questi artisti accolgono i segnali del mondo circostante e le interrogazioni del presente; consapevoli delle sfide e delle trasformazioni in corso sono pronti a misurarsi sul terreno di questo passaggio d'epoca dando un loro costruttivo apporto in termini di idee, proposte e vitale energia. I temi messi in campo sono numerosi, dalla crisi dell'attuale modello economico ai grandi fenomeni sociali, alla questione dei nuovi modelli di convivenza culturale e sociale che ormai urgono, all'emergere di una nuova volontà di condivisione e collaborazione, al nostro rapporto con l'altro e con gli animali, al rinnovarsi di tecniche e sistemi di produzione, con tutte le conseguenze che ciò comporta. Così lo sguardo unico e singolare degli artisti si offre come portatore di stimoli, invito a riflettere e antidoto contro le stereotipizzazioni e le generalizzazioni, contro le mistificazioni e le idee non veramente pensate ma passivamente acquisite e assunte per buone. E se da un lato possono contribuire a far riemergere la consapevolezza dell'unicità, dell'originalità di cui siamo portatori, dall'altro rappresentano un invito a partecipare al sogno collettivo.

a book about a voyage on a cargo boat.” The jacket tells stories written on the lining that peeks out of the pockets. He attaches a “Final list of extinct fish, Kingdom One, Sea Four, Sector Twentyfive, W. side”, and another attached piece of paper tells a short story with the title “Carmela, the largest whale of San Giovanni a Teduccio”.

Producing works in the form of garments and making references to fashion also means returning to the individual who will ideally wear them and hence creating something akin to a condenser of identity.

The artists whose works are displayed in the exhibition *Fashion as Social Energy* – as well as many others whose output would have fitted equally well – focus on fashion, or rather on its basic component the garment, interpreted in all its inextricability of form, meaning and function. The reason for taking this particular stand can be sought in the proximity which makes the garment an object so closely bound up with life. An object so profoundly human, so efficient in relating to the tangible reality of life, and consequently with which it is easy to identify, unlike so many of the alienating spectacles that surround us.

All these artists are receptive to signs coming from the world around us, take in the issues of the present. Fully conscious of the challenges and transformations under way, they are ready to confront this epoch passage, making changes contributing in a constructive manner in terms of ideas, proposals and vital energy. Numerous topics are brought into play: the crisis of the current economic system; the dominant social phenomena; the pressing need for new models of cultural and social coexistence; the emergence of a new desire for sharing and collaboration; our relations with others and with animals, and the renewal of the techniques and systems of production, with all the consequences that derive from it. In this way the unique and singular viewpoint of the artists is offered as a stimulus, an incitement to reflect and an antidote to stereotyping and generalisations, to mystifications and ideas not genuinely thought through but passively absorbed and taken on trust. And, while on the one hand they can contribute to bring to the fore an awareness of the uniqueness and originality of every one of us, on the other they also represent an invitation to subscribe to the collective dream.





Otto von Busch
Professore Associato di Design della Moda,
Parsons The New School for Design, New York
Associated Professor in Fashion Design,
Parsons The New School for Design, New York

OTTO VON BUSCH

**UNA PASSIONE
PER LA MODA:
FASHION AS
SOCIAL ENERGY**
**A PASSION
FOR FASHION:
FASHION AS
SOCIAL ENERGY**

“La frase ‘in questo istante sono alla moda’ è pura contraddizione in termini in quanto nell’istante in cui la pronuncia, il soggetto che lo fa è già fuori moda”.

“‘I am in this instant in fashion’ is contradictory, because the moment in which the subject pronounces it, he is already out of fashion.”

Giorgio Agamben, *What is the contemporary?*

Avere “una passione per la moda” (“a passion for fashion”), questo sembra essere ormai il mantra che ricorre nelle riviste patinate. Santificata dalle muse mediatiche, la moda si fa desiderio virtuoso. Avere passione per la moda; una frase a effetto che, tuttavia, potrebbe celare in sé molta più verità di quanto pensiamo. Senza dubbio, avere una passione ci riserva una duplice emozione: si tratta, in primo luogo, di qualcosa di effimero, di un interesse fugace, di una connessione e di un impegno di breve durata, nulla di duraturo, in ogni caso. In secondo luogo, è qualcosa di intenso, incontrollabile, un’emozione così travolgente da farci soffrire, un desiderio così forte e inebriante da rendere schiava la nostra ragione.

Ma qual è l’energia della moda che tanto ci fa appassionare e quali sono le dinamiche sociali che ci fanno volontariamente sottomettere a questo potere? Per quale ragione sacrificiamo intenzionalmente la nostra libertà in nome dell’effetto sociale prestigioso e rivitalizzante che essa produce? Se la moda è davvero energia sociale, dobbiamo seguire pedissequamente la direzione che ci indica o dobbiamo, invece, sfruttare questo potere per trovare una scorciatoia, per andare contro corrente?

Le leggi della termodinamica ci fanno percepire il flusso del tempo e la moda è passione fuggevole per definizione. Citando una battuta scherzosa della giornalista di moda svedese Suzanne Pagold, la moda è “vestirsi come gli altri, ma *prima* degli altri”. Ragionando sulla stessa lunghezza d’onda, il sociologo Francese Pierre Bourdieu ritiene che la moda non possa essere altro che “l’ultima moda, l’ultima differenza”¹.

¹ Suzanne Pagold, *De Långas Sammansvärjning*, Stockholm, Bonniers, 2000, p. 8; Pierre Bourdieu, *Haute*

It seems to be almost a mantra in the glossy magazines to have a “passion for fashion.” Fashion is a virtuous desire, a desire sanctified by the muses of media. A passion for fashion; such a catchphrase may hold more truth than we might think. Indeed, to have a passion is a twofold emotion: firstly it is ephemeral, a fleeting interest, a quick connection and engagement, but nothing lasting. Secondly, it is intense, beyond our control, an emotion so powerful it leads to suffering, desire, so dominating and intoxicating that reason becomes its slave.

But what is the energy of fashion that we become so passionate about, and what social dynamics can we trace that produce our wilful submission to this power? How come we so voluntarily sacrifice our freedom for its vitalizing and glamorous social effect? If fashion is social energy – do we need to follow its energy downstream, or could we use this power to cut across and go against the stream? Thermodynamic laws push us along the stream of time, and fashion is per definition a form of fleeting passion. Fashion is “to dress like everyone else, but *before* everyone else”, as Swedish fashion journalist Suzanne Pagold playfully argues. French sociologist Pierre Bourdieu thinks along similar lines as he sees fashion, per definition, as “the latest fashion, the latest difference.”¹

Fashion’s temporality may be clearer if we set it in relation to the old Greek concepts of time. One type of time was that of *kairos*, the propitious moment or opportunity, the other

¹ Suzanne Pagold, *De Långas Sammansvärjning*, Stockholm, Bonniers, 2000, p. 8; Pierre Bourdieu, *Haute Couture and Haute Culture*, in Id., *Sociology in Question*, London, Sage, 1993, p. 135

La transitorietà della moda risulta più chiara se la si considera alla luce della concezione che del tempo avevano gli antichi Greci. Questi ultimi operavano, infatti, una distinzione tra *kairos*, termine con cui indicavano il momento propizio o l'opportunità, e *chronos*, ossia il tempo cronologico e sequenziale. Il *kairos* ha carattere qualitativo; il *chronos* è quantitativo. Una storia d'amore travolgente è un'improvvisa esplosione di desiderio, un fuoco incontrollabile, un fervore di feroce intensità. È passionale proprio perché, non potendo durare per sempre, trova un porto sicuro nel *kairos*. La sofferenza, al contrario, può essere cronica, può durare nel tempo sino ad apparirci priva di fine e può, senza dubbio, risultare inesauribile.

Capace di durare nei decenni, l'abbigliamento appartiene di diritto al dominio del *chronos*; la moda, invece, durando un solo istante, o una sola stagione, incarna perfettamente il concetto di *kairos*. Giorgio Agamben sottolinea come "l'attualità, il *kairos* della moda siano qualcosa di inafferrabile: la frase 'in questo istante sono alla moda' è pura contraddizione in termini in quanto nell'istante in cui la pronuncia, il soggetto che lo fa è già fuori moda"².

L'evoluzione della moda può essere tracciata identificandone i diversi momenti di rottura con gli stagnanti ruoli sociali del costume e della tradizione; lungo l'intero corso della storia, la moda è sempre stata sinonimo di nuovo, bandiera dell'ultima (futile) affermazione o ribellione contro la gerarchia sociale. Se la storia e le tradizioni radicate non propongono alcun cambiamento, non promettono nulla di nuovo e, in quanto tali, perdono rapidamente il loro prestigio e il loro *appeal*, passioni e desideri sono fonte di possibilità, progresso e cambiamenti rivoluzionari. La moda è in grado di offrire alle sfaccettature più *neofile* della mente umana un grado di soddisfazione che il passato non potrebbe mai e poi mai sognarsi di raggiungere.

Ma la passione si può tradurre anche in una forma di smodata avidità di piacere che

was *chronos*, sequential time or duration.

Kairos has a qualitative nature, while *chronos* is quantitative. A passionate love affair is a sudden burst of lust, uncontrollable, a fire and fervour of fierce intensity. It is passionate precisely because it cannot last forever and is therefore safely harboured in *kairos*. Suffering on the other hand may be chronic, it stretches across time to appear endless, and it can indeed be inexhaustible. Clothing may last for decades, and reside within the realm of *chronos*, while fashion lasts only a moment or season, and is thus an epitome of *kairos*. Giorgio Agamben highlights, "the 'now', the *kairos* of fashion is ungraspable: the phrase, 'I am in this instant in fashion' is contradictory, because the moment in which the subject pronounces it, he is already out of fashion."²

The evolution of fashion can be traced to its different breaks with stagnant social roles of custom and tradition, as throughout its history it has automatically become a signifier of the new, the latest (futile) affirmation or rebellion against social hierarchy. Whereas chronic traditions and history offer no change, promise nothing new, and thus come to lose attraction and prestige, passions and desires radiate possibilities, progression and even revolutionary change. For the *neophilic* aspects of the human mind, fashion offers a fulfilment the past can never attain. But passion is also a form of greed for pleasure that snares the mind and clouds the eyes of reason. Once the mind has found its pleasure in the new, it is hard to stop its fixation and enslavement to the arrival of the tides of time. Indeed, throughout time the passions have been seen as primitive drives in a human being, connected to the deadly sins. Nevertheless, passions such as lust and jealousy are the very emotional states that drives fashion forward.

Both as a fleeting desire and a force of enslavement, fashion has a power over human beings that is in a continuous state of becoming. "On fashion [...] one can't

Couture and Haute Culture, in Id., *Sociology in Question*, London, Sage, 1993, p. 135

² Giorgio Agamben, "What is the contemporary?" in *What is an Apparatus?: And Other Essays*, Stanford, Stanford University Press, 2009, p. 49

² Giorgio Agamben, "What is the contemporary?" in *What is an Apparatus?: And Other Essays*, Stanford, Stanford University Press, 2009, p. 49

attanaglia la mente e annebbia gli occhi della ragione. Una volta che la mente prova il piacere del nuovo, è arduo sottrarla alla sua fissazione e al suo asservimento al mutare delle maree del tempo. Non a caso, nel corso dei secoli, le passioni sono state spesso viste come pulsioni primitive equiparabili a peccati mortali. Ciononostante, sono proprio passioni come il desiderio e la gelosia gli stati emotivi che consentono alla moda di evolversi. Tanto quale fugace desiderio quanto come forza in grado di assoggettarlo, la moda esercita sull'essere umano un potere in continuo divenire. "Della moda [...] non si può dire che 'è', – postula Georg Simmel, – è in continuo divenire"³. Il potere della moda è in moto perpetuo; si manifesta solo temporaneamente in una silhouette materica, in un motivo, in un capo. La moda non è, pertanto, solo una questione di significato o di qualità performative in quanto simbolo o segno: è una forma di energia .

L'energia della differenza

Proprio come una passione, un'improvvisa scarica di energia, la moda è una fiammata di effimera intensità, una distinzione temporanea, un lampo di diversità. Vittime della nostra *neofilia*, di fronte a una nuova moda ci possiamo ritrovare inconsciamente, e spesso involontariamente, infiammati, elettrizzati dallo sfavillio della sua stessa novità. Spesso la diversità è tale da farci esclamare: "Non lo metterei mai!" per ritrovarci, poi, a bramare quello stesso oggetto un mese più tardi. È proprio esplodendo con una tale intensità che la nuova moda ci "colpisce", che ci rende temporaneamente ciechi con la sua luminosità. Se pensiamo con quale rapidità diventiamo "immuni" all'attrattiva delle collezioni passate di stagione una volta esauritasi l'epidemia dell'ultima moda.

La metafora di come la moda ci "colpisca" come una scarica di energia elettrica non è del tutto astratta. In un'epoca come la nostra, in cui la moda dozzinale ha ormai raggiunto prezzi stracciati, il rapido ricambio dei beni e il continuo avvicinarsi di nuove tendenze ci spingono a consumare e consumare

³ Georg Simmel citato in Zygmunt Bauman, *Perpetuum mobile*, "Critical studies in fashion and beauty", 1, 2010, p. 59

say that it 'is'," Georg Simmel posits, "It is always becoming."³ Fashion's power is perpetually on the move, only temporarily manifest in a material silhouette, pattern or garment. Fashion is thus not only a matter of signification or of performative qualities as a symbol or sign: it is a form of energy.

The energy of difference

Like a passion, a sudden burst of energy, fashion is a firing of ephemeral intensity, a temporary distinction, an flash of difference. *Neophiles* as we are, when confronted with new fashion we can find ourselves, almost unconsciously and often unwillingly, animated and electrified by the brilliance of its very newness. Often the difference is too strong, and we can exclaim "I would never wear that!", just to find ourselves craving for it a month later. This burst of intensity is how a new fashion "hits" us, how we are temporarily "blinded" by its luminosity. And just think of how "immune" we become to last season's collections after the last epidemic craze has passed.

The metaphor of how fashion "hits" us like a force or electric energy is not at all abstract. In our time when mass-produced fashion is as cheap as chips, the quick replacement of goods and continuous rotation of new incoming trends triggers even more consumption, just because the instant gratification is so close and almost within reach to us. The fast pace with new garments on the hangers almost every week makes consumers feel that if they hesitate they might miss the chance, feeding "a terrible hunger in the consumer."⁴ Fashion is all about feeding a beast within, unfettering our desire, and letting it free within the temples of "democratic" consumerism.

The strategy set out by the industry is simple: by restricting the amount of some styles of mass produced garments, yet not making explicit "limited editions", the consumer imagines there is some hidden gold among all

³ Georg Simmel quoted in Zygmunt Bauman, *Perpetuum mobile*, "Critical studies in fashion and beauty", 1, 2010, p. 59

⁴ Lucy Siegle, *Why fast fashion is slow death for the planet*, "The Guardian", May 8th 2011

solo perché la gratificazione istantanea è così vicina e quasi a portata di mano. La rapidità con cui, quasi ogni settimana, sugli appendiabiti fanno la loro comparsa nuovi capi, spinge il consumatore a pensare che esitando potrebbe perdere l'occasione, alimentando in lui/lei "una terribile fame"⁴. La moda non è altro che nutrire la bestia che si cela in noi, scatenare il nostro desiderio e lasciarlo vagare liberamente nei templi del consumismo "democratico".

La strategia elaborata dall'industria è semplice: riducendo le quantità di alcuni modelli di indumenti prodotti in massa, senza realizzare, tuttavia, esplicitamente "serie limitate", si induce il consumatore a immaginare che tra i capi a buon mercato si celi l'affare d'oro. Questo scatena nel consumatore una sensazione paradossale che lo porta a percepire anche negli articoli più accessibili "un senso di allettante esclusività"⁵. Per continuare a esporre il consumatore bulimico a nuove tentazioni, Zara si avvale di uno stretto circuito di comunicazione consumo-produzione che grazie a rapidi cicli di aggiornamento è in grado di rifornire i negozi di nuovi articoli fino a due volte la settimana per dar vita a un sistema "vizioso" che detti serrati ritmi sinergici di consumo. La velocità è redditizia, in special modo per il marchio e, come qualsiasi altro stimolante, crea dipendenza. Solo dieci anni fa, il tipico cliente londinese visitava il negozio medio quattro volte l'anno; oggi, le visite ai punti vendita Zara sono salite a ben 17 l'anno. Il consumatore non riesce a stare lontano dalla prossima effimera diversità che gli sarà proposta, dalla nuova dose. La nostra droga è sempre in saldo, è troppo conveniente perché ne possiamo fare a meno.

Questo mondo in cui il consumatore può trovare immediata gratificazione ai propri desideri è un mondo in cui la "connettività neurologica" diventa una potenzialità particolarmente ricercata. I ricercatori di marketing Robin Lewis e Michael Dart ci spiegano come il gioco che sfocia nella subitanea gloria della soddisfazione sia

the cheap deals. This triggers a paradoxical feeling for the consumer where even easily accessible goods seems to offer a "sense of tantalising exclusivity."⁵ To keep feeding the bulimic consumers with temptation Zara uses a tight communication loop between consumption and production with a fast update cycle providing new goods in the store twice a week to create a self-reinforcing system of fast synergetic consumption rhythms. Speed is profitable, especially for the brand, and like any other stimulant, it produces addiction. Only ten years ago a typical London customer visited an average store four times annually, while now they visit Zara stores 17 times. The consumer can't stay away from the next ephemeral difference, the new fix. Our drug is on constant discount, too cheap for us to stay away.

This world of accessible consumer gratification is a world where "neurological connectivity" becomes a highly sought potential. Marketing researchers Robin Lewis and Michael Dart expound on how the game around the fast lustre of satisfaction is "an experience that triggers a dopamine surge in the consumer's brain" and is a part of a larger neural marketing strategy of brands today.⁶ In connection to the neurological level, Lewis and Dart observe a tendency of "preemptive distribution" – getting consumers ahead of competition by providing what they did not yet know they wanted. The right kind of difference produces attraction and status, reproducing more desire to be imitated. We all rush to become different, to become "ourselves" before someone else takes the symbols of "our" distinctiveness. Yet, most often we fail to see the absurdity in our endeavour. Or, as sociologist Rosalind Coward points out, "one thing fashion is quite categorically not is an expression of individuality."⁷

4 Lucy Siegle, *Why fast fashion is slow death for the planet*, "The Guardian", 8 maggio 2011

5 Kasra Ferdows, Michael Lewis, Jose Machuca, (2010) *Rapid fire fulfilment*, Harvard Business Review, 82, 2010, pp. 104-10

5 Kasra Ferdows, Michael Lewis, Jose Machuca, (2010) *Rapid fire fulfilment*, Harvard Business Review, 82, 2010, pp. 104-10

6 Robin Lewis, Michael Dart, *The New Rules of Retail: Competing in the World's Toughest Marketplace*, New York, Palgrave Macmillan, 2010, p. 76

7 Rosalind Coward, *Female desire*, London, Paladin, 1984, p. 30

“un’esperienza che provoca una scarica di dopamina nel cervello del consumatore” e come faccia parte delle più ampie strategie di neuro-marketing adottate oggi dai marchi della moda⁶. A livello neurologico, Lewis e Dart osservano una tendenza alla “distribuzione preventiva” volta a conquistare il consumatore prima della concorrenza, fornendogli ciò che non sa ancora di volere. Il giusto tipo di differenza produce attrazione e status, dando luogo al nuovo desiderio di essere imitato. Ci affanniamo per essere diversi, per divenire “noi stessi” prima che qualcun altro ci sottragga i simboli della “nostra” peculiarità. E, tuttavia, il più delle volte non riusciamo a vedere l’assurdità dei nostri sforzi. Oppure, come sottolinea la sociologa Rosalind Coward, “ciò che la moda di certo non è, è espressione di individualità”⁷. Il sociologo Zygmunt Bauman conclude in maniera analoga che la moda è *moto perpetuo*, un “processo auto-propulsivo che si auto-alimenta, auto-sostiene e auto-corroborata”. L’evoluzione della moda è intimamente legata al tessuto del nostro attuale ordine sociale, e noi siamo incapaci di arrestarne o almeno rallentarne la velocità e l’impatto che giorno dopo giorno va acquistando. In quanto energia, la moda ha bisogno di squilibrio, trae il suo potenziale dal mantenimento di instabilità e ingiustizie sociali. Come sottolinea Bauman, la moda, dovendo essere perpetuamente rinegoziata, non può esistere in una condizione di stabilità. E prosegue dicendo: “Il moto perpetuo della moda è, pertanto, l’abile, devoto ed esperto distruttore di qualsiasi forma di stasi. La moda getta gli stili di vita in uno stato di rivoluzione permanente e, soprattutto, interminabile”⁸. Nel suo moto perpetuo, la moda non permette a nessuno di sentirsi al sicuro; ci si deve costantemente aggiornare per rimanere al passo con la moda – è una questione di sopravvivenza individuale finalizzata a evitare l’esclusione e il rifiuto sociale. Si deve rimanere al passo con la moda per non essere “condannati a morte (nel senso di

6 Robin Lewis, Michael Dart, *The New Rules of Retail: Competing in the World’s Toughest Marketplace*, New York, Palgrave Macmillan, 2010, p. 76

7 Rosalind Coward, *Female desire*, London, Paladin, 1984, p. 30

8 Bauman 2010, p. 58

Sociologist Zygmunt Bauman draws similar conclusions, that fashion is a *perpetuum mobile*, a “self-feeding, self-sustaining, self-propelling and self-invigorating process.” The becoming of fashion is fused into the very fabric of our current social order, and we are incapable of stopping or even slowing it down as it gains evermore speed and impact. As an energy, fashion needs to be far beyond equilibrium, it draws its potentiality from preserving imbalances and social injustices. As Bauman notes, fashion cannot exist in a condition of stability, as it needs to be perpetually renegotiated. Bauman continues; “The perpetuum mobile of fashion is thereby the dedicated, dexterous and seasoned destroyer of all and any standstill. Fashion casts lifestyles in the mode of permanent and principally un-finishable revolution.”⁸ In its perpetual motion, fashion lets no-one feel safe, but one needs to constantly update oneself to keep up with fashion – it is a matter of individual survival to avoid being socially excluded and rejected. You must keep up with fashion since you will be “sanctioned with capital punishment (in the sense of social death) for desertion.” To follow Bauman’s advice you constantly need to reinvent yourself, and you have an obligation to choose; “If you do not wish to sink, keep surfing.”⁹ Indeed, for Bauman, fashion gets its kinetic energy from its self-contained paradoxes, or movement and counter-movement, between belonging and uniqueness, social support and autonomy, imitation and separation, security and freedom, like a pendulum swinging indefinitely, by its own momentum. The energy between these opposite poles produces difference and at the same time imitation fuelled by status anxiety: the power of passion is turned on.

Fashion as a designated Escape from Freedom

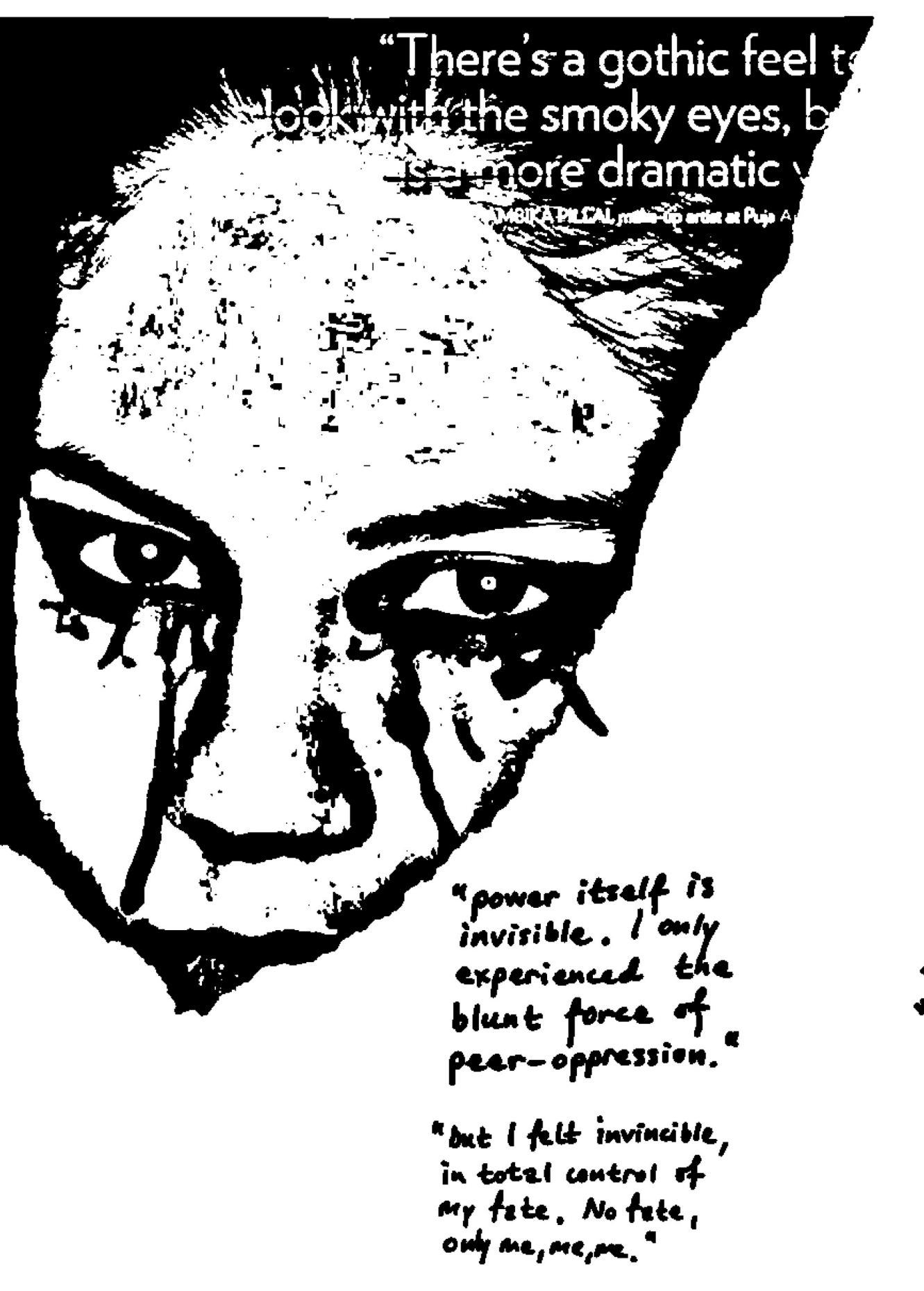
One of the enigmas echoing through post-war sociology has been the emergence and power of totalitarian regimes in the middle of the 20th century. What social mechanisms made people across Europe

8 Bauman 2010, p. 58

9 Ibid., p. 59

"There's a gothic feel to
look with the smoky eyes, but
is more dramatic y

AMBICA PILGAL, make-up artist at Pupa A



"power itself is
invisible. I only
experienced the
blunt force of
peer-oppression."

"but I felt invincible,
in total control of
my fate. No fate,
only me, me, me."

"I was dressed in my own dreams. A total auto-erotic pleasure. I never tired of watching myself."

"I never saw any responsibility."

"The menu of fashion is a special form of map. Within an aura of subjectivity I found myself an authentic sense of intelligence. A trapdoor."



morte sociale) per diserzione”. Per seguire il consiglio di Bauman, occorre reinventarsi continuamente e si ha l’obbligo di scegliere: “se non vuoi affogare, continua a surfare”⁹. Per Bauman, infatti, la moda deriva la propria energia cinetica dai propri intrinseci paradossi, dal suo continuo fluttuare tra unicità e appartenenza, tra autonomia e sostegno sociale, tra imitazione e separazione, libertà e sicurezza, come un pendolo che, mosso dal proprio slancio, oscilla senza fine. L’energia che si crea tra questi due poli opposti produce differenza e, al contempo, imitazione alimentata dall’ansia da status: è così che il potere della passione si accende.

La moda come percorso prestabilito di fuga dalla libertà

Uno degli enigmi che hanno fatto sentire il proprio eco nella sociologia del dopoguerra è stato quello dell’ascesa e della presa di potere dei regimi totalitari nella prima metà del XX secolo. Quale tipo di meccanismo ha fatto scegliere ai cittadini dell’Europa del tempo di non difendere la propria libertà sacrificandola, al contrario, deliberatamente per rifugiarsi nella sicurezza dell’uniformità e della conformità sociale? Come sostenuto dal teorico critico Erich Fromm, il totalitarismo può essere un’alternativa allettante quando la libertà inizia a essere vista come qualcosa di terrorizzante¹⁰.

Riprendendo e sviluppando la distinzione tra libertà positiva e negativa postulata dal teorico politico Isaiah Berlin, Fromm riconduce la capacità umana di organizzare la società alla necessità di garantire e promuovere la “libertà da” (libertà negativa) la scelta. Nella visione di Fromm, è come se l’uomo prediligesse la libertà vincolata di scegliere fra alternative limitate, un esercizio che canalizza facilmente le nostre azioni verso la cieca obbedienza. Il contrario, la “libertà di” (libertà positiva), ci può semplicemente apparire troppo esigente, troppo dirimpente e impegnativa, persino spaventosa in quanto equivalente alla piena libertà di impiegare tutte le nostre capacità di spontaneità. Se fossimo realmente liberi, l’atto creativo del divenire personalità integrata totale potrebbe rendere il mondo

choose to not defend their freedom and instead so deliberately sacrifice it in order to escape into the safety of uniformity and social conformity? As critical theorist Erich Fromm argues, totalitarianism can be a tempting alternative as freedom comes to be seen as frightening.¹⁰

Building on a distinction drawn by political theorist Isaiah Berlin, between positive and negative freedom, Fromm traces the human capacity to organise society primarily to ensure “freedom from” (negative) choice. As Fromm sees it, it is as if we prefer the constrained freedom of choosing between limited alternatives, an exercise which easily channels our actions into unquestioned obedience. The opposite, a “freedom to” (positive), may simply seem too demanding for us, too disruptive and challenging, even fearful, as it would mean the full freedom to employ all our capacities for spontaneity. If we were truly free the creative acts of becoming a whole integrated personality would possibly make the world unpredictable and thus threatening. It is so much safer to hang onto the superficial and customary bonds of our conventions, not least individualism and consumerism that tend to isolate and atomize the human being in society.

Continuing on Fromm’s ideas, it could be argued that design channels choice into “designated” paths of action and consumption, not too dissimilar from design theorist Tony Fry’s concept of “defuturing.”¹¹ As design designates a path of action, it endorses and permits the proposed behaviour. Design points out a direction and it channels actions along such a route. Fashion designates an excuse and a stamp of approval for lustful consumption which everyone knows is steeped in styled obsolescence. As we consume we automatically choose not to choose thrift. In a similar manner, the totalitarian state leaves its citizens safe from the fear of leaving the beaten track. The state has

9 Ibid., p. 59

10 Erich Fromm, *Escape From Freedom*, New York, Owl Books, 1941/94

10 Erich Fromm, *Escape From Freedom*, New York, Owl Books, 1941/94

11 Tony Fry, *Design Futuring: Sustainability, Ethics and New Practice*, Oxford, Berg, 2008

imprevedibile e, in quanto tale, minaccioso. È, quindi, molto più sicuro rimanere ancorati alla superficialità e alla consuetudinarietà delle nostre convenzioni tra cui, non ultime, l'individualismo e il consumismo che tendono a isolare e atomizzare l'essere umano nella società.

Proseguendo sulla falsariga del pensiero frommiano, si potrebbe sostenere che il design canalizzi la scelta del consumatore in ben precisi percorsi di azione e consumo, un concetto che non differisce molto da quello di "defuturizzazione" espresso dal teorico del design Tony Fry¹¹. Indicandoci un percorso di azione, il design approva e autorizza il comportamento che ci propone. Il design indica una direzione per convogliare, quindi, le azioni lungo il percorso prestabilito. La moda ci fornisce una scusa, un timbro di approvazione al consumo libidinoso che, come ben sappiamo, è deliberatamente votato all'obsolescenza. Consumando scegliamo automaticamente di non scegliere la frugalità. In modo analogo, lo stato totalitario tiene il cittadino al sicuro dal timore di lasciare il sentiero battuto. Pur avendo già indicato il percorso da seguire, lo stato lo cela sotto il velo dell'ideologia, dietro valori positivi come "disciplina", "igiene" e "ordine", o come avviene ai nostri giorni, "identità", "libertà" e "stile." Come sottolinea Fromm, anche le società capitaliste liberali offrono diversi percorsi di fuga dalla libertà: autoritarismo, distruzione e conformità.

È interessante notare come la moda incarni alla perfezione tutti questi aspetti.

Il primo tra questi percorsi, quello dell'autoritarismo, è sinonimo di sottomissione al controllo di superiori, persone o idee nonché di ambizione alla lode per la propria obbedienza. Lo si può percorrere per sfuggire all'ansia, ma anche nella speranza di poter adottare, un giorno, gli stessi meccanismi con gli altri, di ascendere e diventare prima o poi un'autorità. Nel regno della moda, questa autorità è detenuta dalle icone e dagli idoli dello stile: li seguiamo per sentirci al sicuro, ma anche nella vana speranza di acquistare noi stessi lo status di icone minori. La seconda via di fuga dalla libertà è rappresentata dalla distruzione

already designated the path, yet veiled it in ideology, under positive values such as "discipline", "hygiene", and "order", or in our times, "identity", "freedom", and "style." As Fromm highlights, the liberal capitalist societies also offer several routes to flee freedom: authoritarianism, destruction and conformity. Interestingly enough, fashion perfectly embodies all three of them. The first form, authoritarianism, means submitting to the control of superiors, persons or ideas, and to seek praise for one's obedience. This can be done to avoid anxiety, but also in the hope of one day also utilising the same mechanisms towards others, to rise and one day become an authority. In the realm of fashion, such authorities are the icons and idols of style: we follow to feel safe, yet also with a vain hope of becoming recognized as minor icons ourselves. The second way to escape freedom is to establish systematic destructiveness, striking down on that which one cannot have or acquire for oneself. This can come in the form of collective destruction, or in the small acts of gossiping and back-talking others. As mentioned before, fashion is on a meta-level a grand act of energized destruction, a pendulum between differences, but also in its micro-politics a phenomenon based on competitive small talk and subtle acts of aggression. Finally, conformity, to become an automaton helps people to unconsciously embrace normative values and make them their own, escaping any form of genuine stance. Human culture is based on imitation which is part of most processes of education. The aim is to solidify inherited hierarchies of values and make them popular, and finally to reward consent.¹²

But as Fromm highlights, obedience and conformity are not necessarily pushed onto subjects from above. Instead it is the internalized mechanisms that make our escape from freedom so easy for us, and also makes us blind to it. By having a "duty", doing a "good job", or being "active", we escape responsibility for our own freedom: "the individual has to be active in order to overcome his feeling of doubt

¹¹ Tony Fry, *Design Futuring: Sustainability, Ethics and New Practice*, Oxford, Berg, 2008

¹² Fromm 1994, pp. 141 ff.

sistemica, dall'annichilimento di tutto ciò che non si possa avere o acquisire per se stessi. Questo fenomeno può assumere la forma di distruzione collettiva oppure esplicitarsi in gretti atti di pettegolezzo e insolenza alle spalle degli altri. Come accennato in precedenza, la moda si pone a un meta-livello, si configura come un grandioso atto di distruzione energizzata, un pendolo oscillante tra le diversità; ma anche, nella sua forma micro-politica, come fenomeno basato sul chiacchiericcio competitivo e subdoli atti di aggressione. In ultima analisi, la conformità, il divenire un automa, aiuta la gente ad accettare e fare incoscientemente propri i valori normativi, rifuggendo qualsivoglia forma di posizione personale e indipendente. La cultura umana si basa sull'imitazione e quest'ultima è parte integrante della maggior parte dei processi educativi. L'obiettivo è quello di consolidare gerarchie di valori ereditate e renderle popolari per ricompensare, infine, il consenso ricevuto¹².

Ma, come sottolinea Fromm, l'obbedienza e la conformità non sono necessariamente imposte dall'alto. Al contrario, sono proprio i meccanismi interiorizzati a rendere così agevole la nostra fuga dalla libertà e renderci così ciechi a essa. L'averne un "dovere", il fare un "buon lavoro", l'essere "attivi" ci consente di sfuggire alla responsabilità della nostra stessa libertà: "l'individuo deve essere attivo per vincere il suo sentimento di dubbio e impotenza. Questo genere di sforzo e di attività non è il risultato della forza ulteriore e della fiducia in sé: è una fuga disperata dall'ansietà"¹³.

Compiere scelte "attive" nel campo della moda, scegliere il "proprio stile" fra i mille che il *prêt-à-porter* di massa delle boutique di moda ci propone, ci fa sentire che stiamo utilizzando la nostra libertà attivamente. Pur esprimendo tratti di re-mix sociale, di identità come assemblaggio di espressioni e stili derivati da più strati sociali, la moda odierna non ci può offrire maggiore libertà. La sociologa della moda Diana Crane inquadra la transizione in modo analogo: "La moda non ci viene presentata come ordine ma piuttosto come scelta. Il consumatore non deve far altro che 'costruire' un proprio aspetto personale

and powerlessness. This kind of effort and activity is not the result of inner strength and self-confidence; it is a desperate escape from anxiety."¹³

To make "active" choices in the realm of fashion, to pick one's "own style" from the mass-produced goods readily available *prêt-a-porter* (ready-to-wear) in the fashion boutiques, makes us feel we use our freedom actively. Even if fashion today is expressing traits of social re-mix, of identity as an assemblage of expressions and styles drawn from many walks of life, it may not offer us more freedom. Diana Crane, sociologist of fashion, frames this transition correspondingly: Fashion is presented as choice rather than a mandate. The consumer is expected to 'construct' an individual appearance from a variety of options. An amalgam of materials drawn from many different sources.¹⁴

The more "free" and convenient the choice appears, for example by cheap and accessible "fast fashion", the more blind we become to the designated path already laid out ahead of us, that we have learned to conform even more. Indeed, the "democratized" fashion, today so cheap and abundant it seems accessible to everyone, offers neither a community of commitment nor substantial social interaction. Instead it has become a vehicle for increasing social stress or status anxiety. Passionately blinded by its accessibility and shine, we fail to see how "the tyranny of fashion itself has in fact never been stronger than in this period of visual pluralism"¹⁵.

The love for fashion offers the perfect ephemeral and passionate affair. We are hungry for attention and appreciation, yet still fearful of the responsibility a real dressed freedom would bring. The very capacity for disobedience and freedom are inseparable, and as Fromm argues, as we are afraid of freedom very few have the courage to be

¹³ Fromm 1994, pp. 78 f.

¹⁴ Diana Crane, *Fashion and its social agendas: class, gender, and identity in clothing*, Chicago, University of Chicago Press, 2000, p. 15

¹⁵ Anne Hollander, *Seeing through clothes*, Berkeley, University of California Press, 1993, p. 345

¹² Fromm 1994, pp. 141 sgg.

¹³ Fromm 1994, pp. 78 sg.

scegliendo fra più opzioni. Un'amalgama di materiali provenienti da più fonti diverse"¹⁴. Più la scelta pare "libera" e conveniente, come, per esempio, ci portano a credere l'economicità e l'accessibilità del "pronto moda", più diventiamo incapaci di scorgere il cammino prestabilito che siamo indirizzati a percorrere, cui abbiamo imparato a conformarci ancor di più. La moda "democratizzata", oggi così copiosa e a buon mercato da sembrare alla portata di chiunque, non offre né comunità di intenti né sostanziale interazione sociale. Al contrario, si è fatta veicolo di crescente stress sociale e di ansia da status. Ardentemente accecati dal suo splendore e dalla sua accessibilità, non riusciamo a vedere come "la stessa tirannia della moda non sia mai stata più forte che in quest'epoca di pluralismo visivo"¹⁵. La passione per la moda ci offre la storia d'amore perfetta, effimera e passionale. Siamo affamati di attenzione e apprezzamento e, tuttavia, sempre timorosi delle responsabilità che la vera libertà comporterebbe. La stessa capacità di disobbedire e la libertà sono inseparabili e, come sostiene Fromm, essendo intimoriti dalla libertà pochissimi di noi hanno il coraggio di essere disobbedienti. Nel mondo conformista del *fashion crowd* tutti sono sostituibili come un qualsiasi indumento e si può passare da una storia d'amore all'altra con la stessa rapidità e facilità offerta da un qualunque articolo "usa e getta". Si può essere appassionati, ma non liberi o disobbedienti. *No hidden catch, no strings attached; it's free love.*

La moda compassionevole

Quindi, l'unico modo per opporsi alla moda è forse divenire immuni a essa, sincerarsi di non essere contaminati dalla sua abbondanza di energie sacrificali?

Non è insolito ritenere che il contrario di consumismo sia parsimonia e che frugalità sia l'antonimo di dispendio. Tuttavia, proprio come il contrario di guerra non è pace ma creazione, il contrario di consumismo non è parsimonia ma generosità. Se crediamo ancora

¹⁴ Diana Crane, *Fashion and its social agendas: class, gender, and identity in clothing*, Chicago, University of Chicago Press, 2000, p. 15

¹⁵ Anne Hollander, *Seeing through clothes*, Berkeley, University of California Press, 1993, p. 345

disobedient. In the conforming fashion crowd you are just as replaceable as any garment, you may jump between love affairs as fast and convenient as anything ready-to-consume. You are passionate, but neither free nor disobedient. No hidden catch, no strings attached; it's free love.

Com-passionate fashion

So is the only way to oppose fashion to become immune to it, to make sure we are not contaminated by its abundance of sacrificial energies?

It is not uncommon to think that the opposite of consumerism is thrift, that the opposite of expenditure is frugality. However, just as the opposite to war is not peace but creation, so the opposite of consumerism is not thrift, but generosity. If we still believe there are some positive aspects of fashion our issue is not to stop or resist its energies, but rather ask ourselves how to make such energies creative and generous, and not trap them into authority, destruction and conformity. We could try to turn the passion into a *com-passion*, a passion of spontaneity and togetherness.

If Fromm thought of individual action as atomizing, limiting our sense of belonging and togetherness and fuelling our fear of freedom, we should perhaps look for forms of communality within the realm of fashion. For Italian philosopher Roberto Esposito, *communitas*, or community, should not be regarded as a stable property, but instead as a void. Community is a debt between members and thus community is a reciprocal gift to the other. Esposito points to the etymological root of community, the Latin *munus*, and relates it to *onus*, obligation, *officium*, office, as well as *donum*, a category of gifts where an exchange in return is obligatory. To Esposito, community is a "totality of persons united not by 'property' but precisely by an obligation or a debt; not by an 'addition' but by a 'subtraction'."¹⁶

As Esposito pinpoints, community reveals the alterity shared among members. Thus

¹⁶ Roberto Esposito, *Communitas: the origin and destiny of community*, Stanford, Stanford University Press, 2010, p. 6

che nella moda alberghi qualche aspetto positivo, il nostro problema non è quello di arrestarne le energie o resistere a esse, ma piuttosto quello di chiederci come renderle creative e generose e non imprigionarle nell'autorità, nella distruzione e nella conformità. Potremmo provare a trasformare la passione in *compassione*, una passione fatta di spontaneità e solidarietà.

Se Fromm vedeva le azioni individuali come "atomizzanti", come limitative del nostro senso di appartenenza e solidarietà, sono le forme di comunanza ciò che dovremmo forse ricercare all'interno del mondo della moda. Per il filosofo Italiano Roberto Esposito, la *communitas*, la comunità, non è da vedere come una proprietà stabile, ma piuttosto come un vuoto; la comunità è un debito tra i suoi membri e, come tale, un dono nei confronti degli altri. Esposito si interroga sulla radice etimologica del termine comunità e la individua nella parola latina *munus* che assimila a termini come *onus*, obbligo, *officium*, ufficio, e *donum*, una categoria di dono che comporta l'obbligo di essere ricambiato. Per Esposito, la comunità è "un insieme di persone unite non da una 'proprietà', ma da un dovere o da un debito. Non da un 'più', ma da un 'meno'"¹⁶.

Come nota Esposito, la comunità rivela l'alterità condivisa dai suoi membri. La comunità è, pertanto, il continuo processo evolutivo di un superorganismo tenuto assieme dalle reciproche interazioni tra i suoi membri; e, come spiega Esposito, il concetto di comunità si contrappone a quello di *immunità*, alla condizione di essere libero da obblighi verso la comunità. Si tratta di un aspetto importante, visto che la comunità si fonda, infatti, sull'esatto opposto del concetto di rivendicazione di diritti esclusivi rispetto a quelli degli altri; "I soggetti di una comunità sono uniti da un 'obbligo', nel senso che diciamo 'ti devo qualcosa', ma non 'mi devi qualcosa'"¹⁷. Facendo nostri gli assunti di Fromm si potrebbe dire che la comunità di Esposito è "libertà di" stare insieme e non "libertà da(gli)" altri fondata su illusori simboli di individualità.

community is a continuous building process of a super-organism held together by mutual interactions and, as Esposito explains, community is juxtaposed to *immunity*, the condition of being free from communal obligations. This is important, as community builds on the opposite than the individual claiming his exclusive rights against the others; "The subjects of community are united by an 'obligation', in the sense that we say 'I owe *you* something', but not 'you owe *me* something'."¹⁷ Using the concepts of Fromm one could say Esposito's community is the "freedom to" be together, not the "freedom from" others with the help of illusionary symbols of individuality.

But there is also a need for sharing the social energy of fashion. As for cultural theorist Michel Serres, the exchanges and rituals of food are central features of community, which he regards as a web of intricate exchanges between parasites. The parasite is for Serres not primarily an organism which benefits at the expense of the other, the host, but instead Serres sees the parasite as a courageous actor within uneven or asymmetric exchanges. Literally, parasite in Greek means "to eat next to," and to Serres the parasite is the guest that eats from the table of the host, but simultaneously reciprocates this generosity with his gift of stories, as Socrates in *Symposium*. Thus, the exchange happens asymmetrically, or on different frequencies, activating or resonating with different social or biological needs, creating diversity and public dialogue. The parasite stirs, makes noise, causes disruption as a "thermal exciter."¹⁸

The meals, feasts, repasts and banquets, with dance, alcohol, laughter, and excess, are all parasitic events, operating inside the social body of the community, activating various symbiotic exchanges and gift economies which form the living and dynamic social fabric. The essence of such rituals is outside the commodity economy, with their spontaneous excitement and social energy of togetherness. Even if they may

16 Roberto Esposito, *Communitas: the origin and destiny of community*, Stanford, Stanford University Press, 2010, p. 6

17 Ibid., p. 6

17 Ibid., p. 6

18 Michel Serres, *The Parasite*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2007, p. 190

Ma vi è anche la necessità che l'energia sociale della moda sia condivisa. Proprio come per il teorico culturale Michel Serres, gli scambi e i rituali del cibo sono caratteristiche di capitale importanza per la comunità che Serres vede come una fitta rete di complessi scambi tra parassiti. Per Serres il parassita non è, in primo luogo, un organismo che vive alle spalle dell'altro che lo ospita, ma piuttosto un attore che si muove coraggioso in un mondo di scambi disomogenei e asimmetrici. Nella lingua greca, la parola "parassita" significa letteralmente "colui che si nutre presso (un altro)" e per Serres il parassita è l'ospite che si nutre al tavolo dell'ospitante e ne ricambia la generosità donandogli delle storie, come Socrate nel *Simposio*. Così, lo scambio si svolge asimmetricamente ovvero su diverse frequenze, attivando e risuonando di diverse esigenze biologiche o sociali, generando diversità e dialogo pubblico. Il parassita agita, fa rumore, porta scompiglio in quanto "eccitatore termico"¹⁸.

I pasti, i convitti, i banchetti, con le danze, l'alcool, le risa e gli eccessi che li contraddistinguono non sono altro che eventi parassitari che si svolgono nel ventre sociale della comunità, dando luogo a diversi scambi simbiotici e ad economie del dono che della comunità formano il tessuto sociale vivente e dinamico. L'essenza di questi rituali, con il loro spontaneo entusiasmo e l'energia sociale dell'aggregazione, si situa al di fuori dell'economia delle materie. Pur potendo essere denotati da beni di consumo, possono, al contempo, trasgredire e sfuggire i propri vincoli monetari, liberando più energie sociali di quelle catturate nei rituali stessi.

La visione della moda come energia sociale va a sollevare una serie di interrogativi per gli stilisti: come possiamo produrre comportamenti di moda in grado di infondere coraggio piuttosto che paura della libertà? Come può un marchio di moda rendersi utile e risultare, al contempo, redditizio all'interno di una comunità senza andare, tuttavia, a destabilizzare quell'economia del dono da cui la comunità stessa ha avuto origine? Sono, poi, varie le problematiche che si vengono a sollevare per la moda sostenibile: se la moda è, infatti, *moto perpetuo*, e i rituali della

be "designated" by consumer goods, they can simultaneously transgress and escape their monetary bonds, liberating more social energies than those captured within the rituals themselves.

If we come to see fashion as a social energy, a series of question for fashion designers emerge, such as: how to can we produce types of fashion behaviours that foster courage rather than fear of freedom? How can a fashion brand make itself useful, as well as profitable, within a community, in a way that does not undermine the very gift-economy that shaped the emergence of this community? For sustainable fashion several issues emerge: if fashion is indeed a *perpetuum mobile*, and the rituals of fashion are based on squandering, what non-material ways can there be for such rituals? And, if fashion today seems energized by social injustices and inequalities, what are socially sustainable ways to think of the future of fashion? Fashion is a social phenomenon and a man-made industry. We can change it if we take its energies seriously. But as with energy in physics, the social energy of fashion can neither be created not destroyed. It pulsates through the social fabric of our civilization. But we can recircuit the energies of fashion, we can modulate and tune them. Yet we cannot do this if we are immune, only if we are in some way part of the contagion. As an essential part of my teaching I try to get my students to see how we must plug-into fashion, understand the circuitry, redirect some flows and boost others. One way can be to "hack" fashion, making it more participatory, disseminating tools and techniques and offer wider interfaces for engagement between fashion designers and consumers. This could mean anything from co-design to more street-level initiatives of craft-based connections to the processes of fashion. For example learning from the sustainable experience at the hair-dresser: I come back perhaps every month for a treatment, and I leave the service refreshed and optimistic, yet with less material (hair) than when I entered. How does a sustainable fashion store operate that has learned its lessons from the hairdresser? What about lessons learnt from the local hacker-space,

¹⁸ Michel Serres, *The Parasite*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2007, p. 190

moda si basano sullo spreco, quali modalità immateriali possono seguire tali rituali? E, se oggi la moda pare nutrirsi delle ingiustizie e delle diseguaglianze sociali, quali modi sostenibili vi sono di concepire il futuro della moda?

La moda è tanto fenomeno sociale quanto industria creata dall'uomo. La possiamo cambiare solo prendendo le sue energie con la dovuta serietà. Ma, così come avviene per l'energia nella fisica, neppure l'energia sociale della moda può essere creata o distrutta.

È un'energia che pulsa attraverso il tessuto sociale della nostra civiltà. Possiamo, però, reindirizzarla, modularla e sintonizzarla; ma non se ne siamo immuni, solo essendone in qualche modo contagiati.

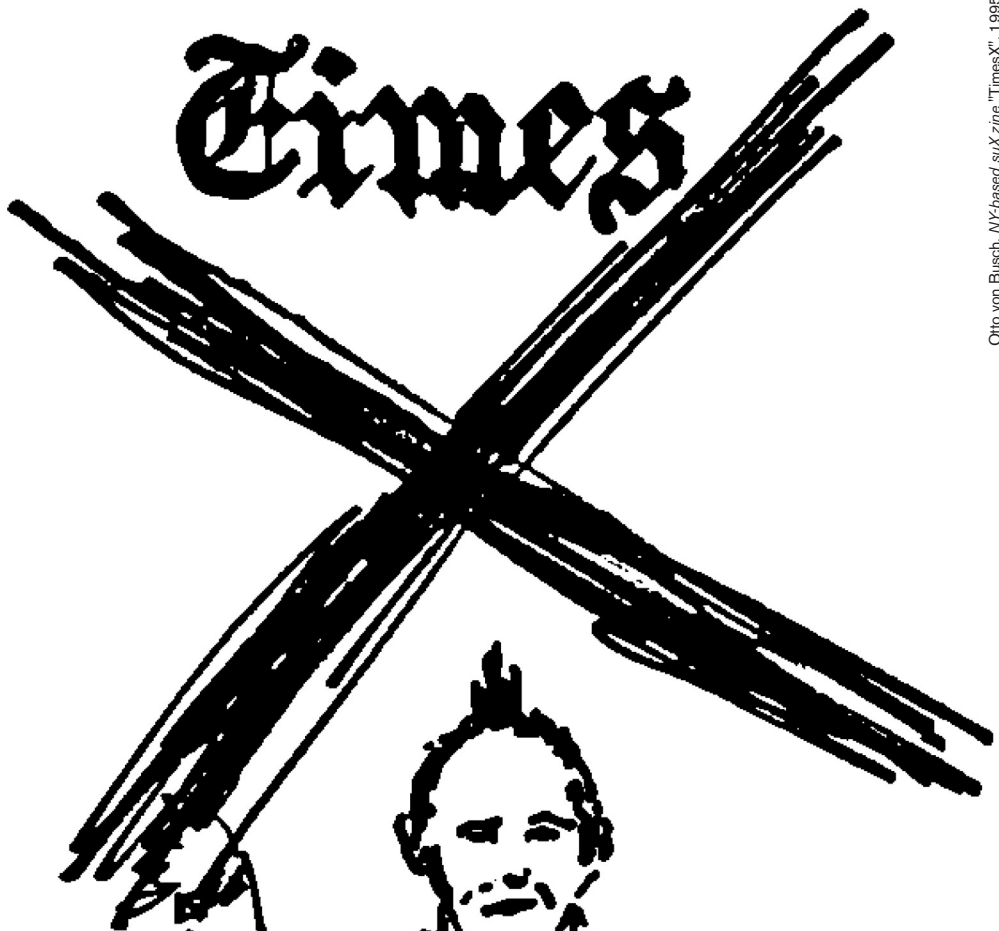
Uno dei principali obiettivi che mi pongo nell'insegnamento è quello di provare a far sì che i miei studenti si rendano conto che la moda è qualcosa cui dobbiamo connetterci, di cui dobbiamo comprendere i circuiti, reindirizzare alcune correnti incoraggiandone altre. Un modo di farlo può essere "hackerare" la moda rendendola più partecipativa, diffondendo strumenti e tecniche e proponendo più ampie interfacce di contatto tra stilisti e consumatori. Questo può spaziare dal *co-design* a iniziative di "strada", volte a stabilire connessioni di tipo "artigianale" con i processi della moda. Imparando, per esempio, dall'esperienza sostenibile che si può vivere dal parrucchiere: faccio visita al mio parrucchiere forse una volta al mese ed esco dal salone rinfrescato e ottimista, ma nondimeno con meno materiale (capelli) di quanto ne avessi al mio ingresso. Come può funzionare un negozio di moda sostenibile facendo proprio l'insegnamento del parrucchiere? E cosa dire di ciò che possiamo imparare dal locale *hackerspace*, dal mercato ortofrutticolo, dalla nostra banca o dalla biblioteca del nostro quartiere?

Per divenire *fashion-able*, capaci di comprendere la moda, dobbiamo farci abili plasmatori delle correnti di moda; non ne dobbiamo respingere le energie ma piuttosto piegarle e manipolarle assieme agli altri in modo *com-passionevole*.

vegetable-market, community bank or library?

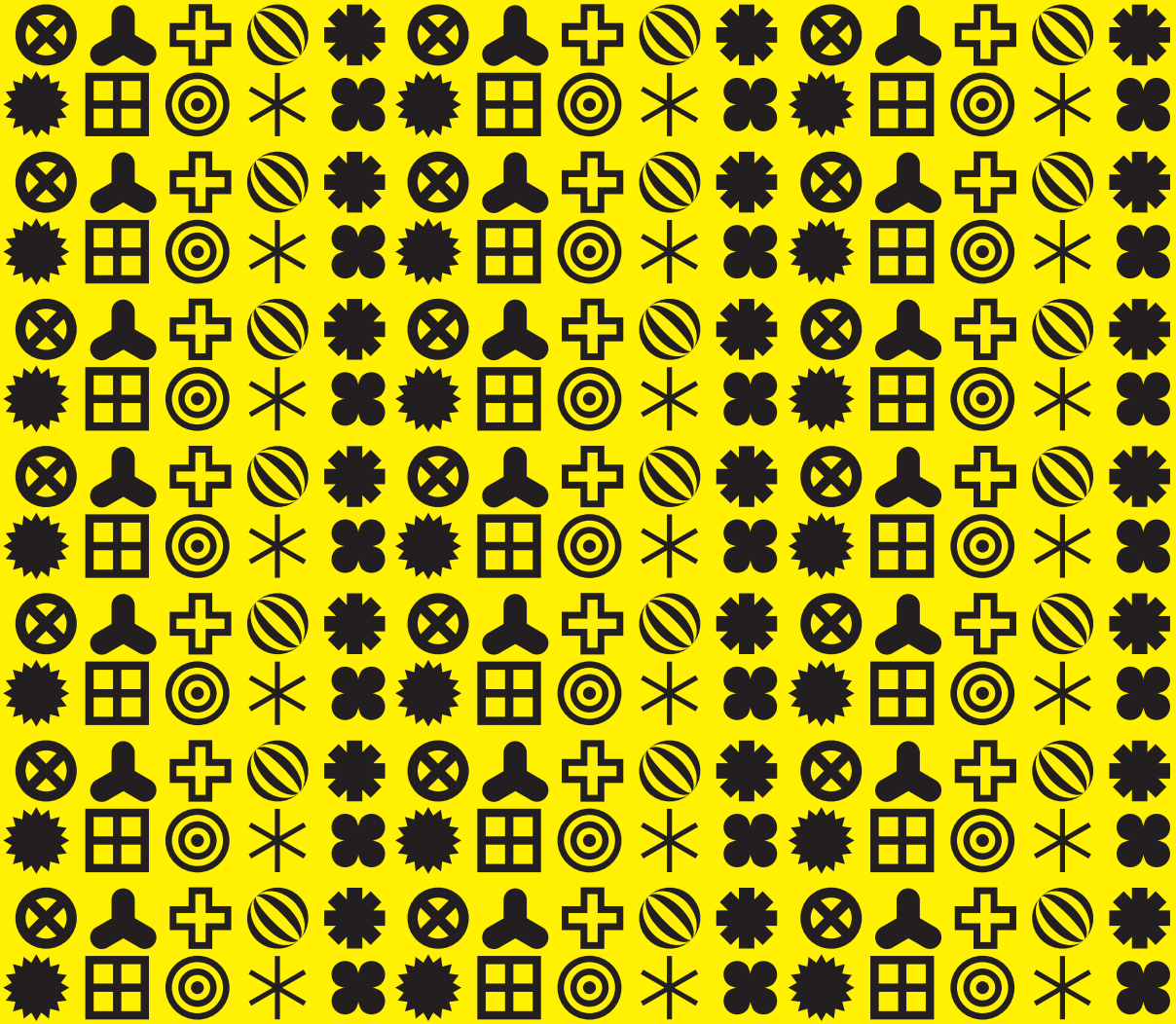
If we were to become *fashion-able* this would mean to become a skilful shaper of the flows of fashion, not rejecting the energies but learning to bend and manipulate them together with others in *com-passionate* ways.

Times



DONT GIVE UP!
WAR ON CRAFT

No.
19 X 85
3



LUCY+JORGE ORTA



Lucy + Jorge Orta, *Fabulae Romanae Spirit – Observer*, 2012



Formatasi come stilista di moda, dopo l'incontro con il futuro marito Jorge, architetto argentino, già attivo come artista durante il periodo della dittatura, Lucy Orta – come lei stessa ha raccontato – si rende improvvisamente conto dei numerosi contesti politici e sociali estremi di cui è pieno il mondo e del ruolo che l'arte potrebbe potenzialmente ricoprire nella società. La crescente insoddisfazione verso i raffinati preziosismi del mondo della moda fanno sorgere in lei il desiderio di lavorare a un livello concettuale più astratto, ridefinendo il ruolo dell'abbigliamento a distanza. Nel quadro della crisi economica, della disoccupazione di massa e delle tensioni sociali dei primi anni '90, la Orta inizia a riflettere sulla fondamentale esigenza di rifugio e protezione manifestata dagli individui della società contemporanea. Serie di opere quali *Refuge Wear* e *Body Architecture*, create con il marito Jorge, nascono come risposta alla Guerra del Golfo del 1991, evento portatore di crescenti flussi migratori e cambiamenti climatici. Si tratta di risposte utopiche e altamente metaforiche al disagio percepito, alla migrazione, alla piaga dei senzatetto, concepite sotto forma di indumenti protettivi da indossare sopra gli abiti di tutti i giorni come una sorta di interfaccia tra il mondo individuale e quello esterno, destinati ad "aumentare le chance di sopravvivenza in condizioni ambientali, politiche e sociali avverse".

La collaborazione tra Lucy e Jorge si allontana, poi, gradualmente dalla moda in quanto tale per abbracciare una

visione del mondo più ecologica e sostenibile. In virtù della condivisione di valori inerenti la sostenibilità si è costruita una collaborazione tra Lucy + Jorge Orta e il Gruppo Zegna, che ha generato i lavori *Fabulae Romanae* e *Fabulae Naturae*.

Gli Spirits che in *Fabulae Romanae* abitano i luoghi antichi della città di Roma come metafora di una presenza arcaica, a Milano in *Fabulae Naturae* sono creature mitologiche che rimandano al mondo animale e naturale a noi spesso sconosciuto.

La loro *Nexus Architecture* rende visibili i vincoli che ci legano al nostro comune destino, prospettando reti e collegamenti tra individui sempre più isolati. Paul Virilio ha definito l'opera *Refuge Wear* "armatura urbana", mettendo in risalto le sfaccettature più "ruvide" di una tenuta destinata a garantire la sopravvivenza ma non certo la comodità. Che si tratti di "cupole", "habitents", architetture modulari o abiti disegnati nel corso del laboratorio di trasformazione degli abiti di seconda mano organizzato in collaborazione con la *Salvation Army*, il loro compito non è tanto quello di salvare le persone quanto di metterci in guardia rispetto all'imminente crisi sociale. Non tanto terapia quanto manifesto per il cambiamento. (a.d.)

#FaSE

Lucy + Jorge Orta, *Identity + Refuge - Hipster pant*, 1995

nelle pagine successive / in the next pages

Lucy + Jorge Orta, *Fabulae Naturae | Symphony for Absent wildlife*, 2015





Trained as a fashion designer, after having met her husband Jorge who studied as an architect in Argentina and was already a practising artist during the dictatorship, Lucy Orta – as she herself has recounted –, became suddenly aware of the many extreme social and political contexts in the world and the potential role for art in society. A growing dissatisfaction with the exquisite preciousness of the fashion world determined a desire to work at a more abstract conceptual level, redefining the role of clothing from a distance. In the context of the economic crisis, mass unemployment and social unrest of the early nineties she started reflecting on the basic needs of contemporary individuals for shelter and protection. Series of pieces such as *Refuge Wear* and *Body Architecture* created with Jorge were a response to the 1991 Gulf War, increasing migratory waves and climate change. These utopian and highly metaphorical responses to perceived hardship, migrancy, homelessness, are conceived as protective wear to be worn over normal clothing as an interface between the individual and the outside world. They are intended to “increase one’s chances of survival in adverse environmental, political and social conditions”. Increasingly Lucy + Jorge’s collaborative practice has stepped away from fashion as such to embrace a more ecological and sustainable world view. A common sensibility for sustainability sparked a collaboration between Lucy+Jorge Orta and the Zegna Group which generated works

such as *Fabulae Romanae* and *Fabulae Naturae*. In *Fabulae Romanae* the Spirits which inhabit the ancient monuments of Rome symbolize archaic presences, while *Fabulae Naturae* created in Milan are mythological creatures evoking the natural and animal world of which we often know very little.

Their Nexus Architecture renders visible the bonds that link us to our common destiny, envisaging networks and connections between ever more isolated individuals.

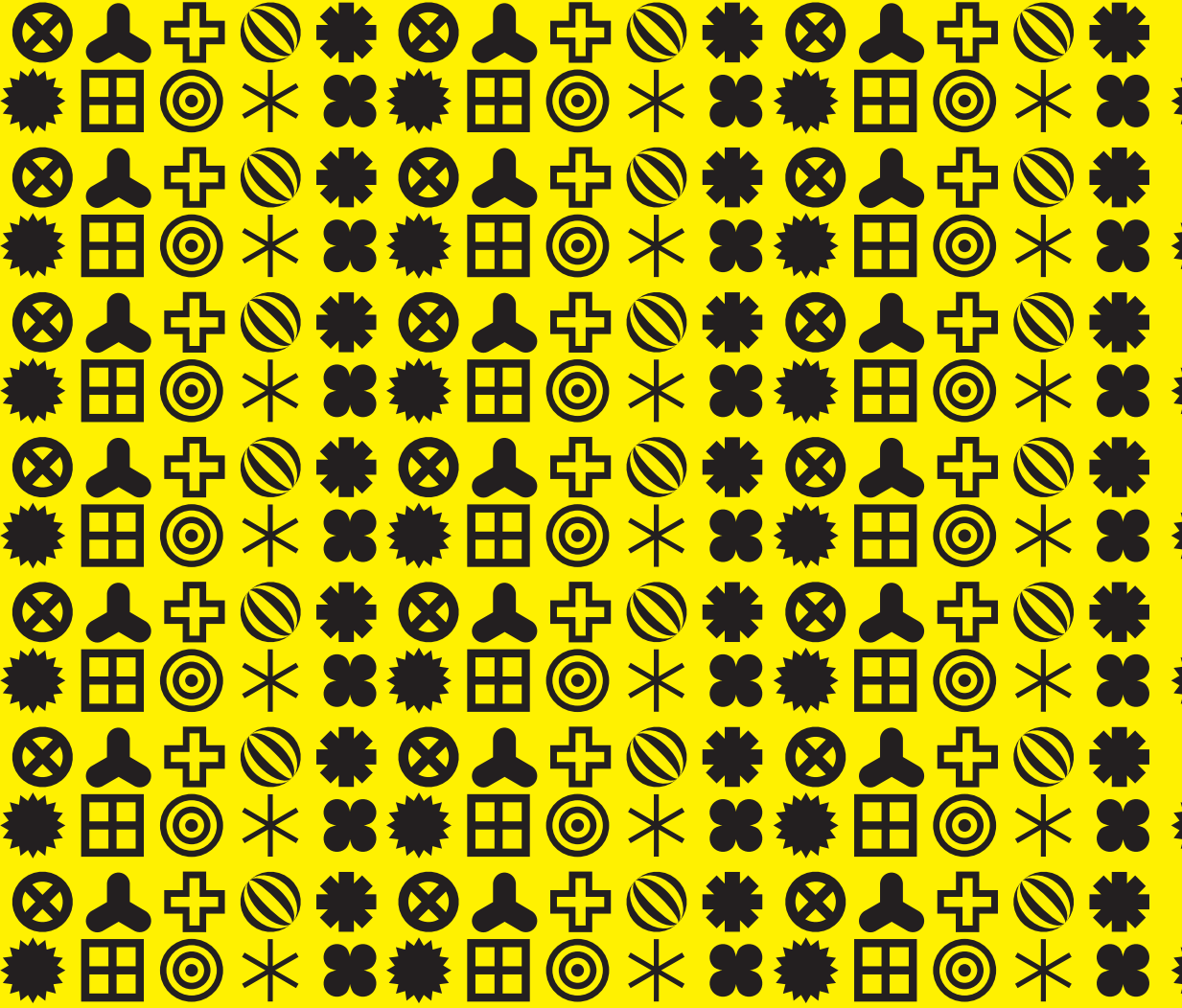
Paul Virilio has described Lucy’s *Refuge Wear* as “urban armour”, thus emphasizing the harsher aspects of this attire which may be for survival, but which is certainly not for comfort. Whether domes, “habitents”, modular architecture or the garments designed during the second hand clothes transformation workshop in collaboration with the Salvation Army, their task is not so much to save people as to warn of imminent social breakdown. Not so much a therapy as a manifesto for change. (*a.d.*)

***FaSE** Lucy + Jorge Orta,
Identity + Refuge - Décolleté américain, 1995

***FaSE** Lucy + Jorge Orta,
Identity + Refuge - Bolero, 1995

***FaSE** Lucy + Jorge Orta,
Identity + Refuge - Redingote, 1995





All rights reserved

© 2015 Connecting Cultures

Finito di stampare nel mese di Maggio 2015, Mirandola

Printed in May 2015, Mirandola

ISBN 978-88-89154-01-4