



anno primo | numero otto | dicembre duemilaotto

---

Francesco **Scognamiglio** <sup>6</sup>  
**Burri** detta moda <sup>4</sup>  
Workshop: **Insegnare la moda** <sup>8</sup>  
**FQR** <sup>12</sup>  
Collettivi artistici: **TAR** <sup>10</sup>

## Rumor

Anche i ricchi piangono. Mentre Obama entra alla Casa Bianca e imperversano rogne finanziarie, sulla famiglia Ritchie incombe l'ombra di un malocchio. A luglio, infatti, la pop star Madonna veniva ritratta da un tabloid inglese in condizioni preoccupanti, forse stremata dalla crisi coniugale, forse dalle dichiarazioni sul suo conto di Christopher Ciccone sul libro *Life with my sister Madonna*. Ad ogni modo, è sopraggiunto il divorzio, dalla famiglia di origine come dal giovane marito inglese, reo di averla tradita e sempre deprezzata in pubblico. Guy, il vitellone, ha tuttavia deciso di riscattarsi e, per dimostrare di aver amato davvero la moglie, decide di rinunciare a metà del patrimonio di lei (350 milioni di sterline) e di andare avanti solo con le sue gambe. Sarà una strada lunga e dolorosa, con solo 30 milioni in banca e due figli a carico. Perciò, cogliamo l'occasione per fargli i nostri migliori auguri. | Santa Nastro



# Grapevine Issue

## Rubrichissima

Vi sarà capitato di avere in programma un party e non sapere proprio come mettere insieme un look decente, uno di quelli "da ricordare". La soluzione ve la dà l'inglese i-D, con la rubrica 'Party People', dove la gente da party appunto, per lo più sound designers e pupe immagine accuratamente linkate, oltre a indicare le five tracks preferite per scatenarsi nel ballo, propongono un amarcord dei loro outfit più riusciti, ripescati nei meandri della propria memoria festaiola. Da Serge Santiago che ci spiega come assemblare la divisa da gigolò newyorkese in un negozio dell'East Village, a Damian Lazarus che sui jeans Dior e un'acid t-shirt Ksubi indossati solo una volta, infila una testa da cavallo, retaggio di un brutto sogno alla Donnie Darko. Da Greg Wilson, che si produce già a 15 anni in una perfetta mise Brighton style datata 1975, con camicia check regolarmente aperta sul torace, pantaloni a zampa e platform; per finire con Jodie Harsh, felice di aver trovato da Beyond Retrò, per una notte al Fashion Rock, la borsa vintage con bocca rossa vinilica, prima di Pete Burns e Amanda Lepore. Altrimenti erano botte... | M. G. P.



[www.i-dmagazine.com](http://www.i-dmagazine.com)

## Complemento oggetto

Per la prossima primavera/estate continua lo speciale progetto per le T-shirt di 55DSL. Una collezione grafica esclusiva in edizione limitata realizzata da artisti internazionali: dal giovane staff creativo dello studio di comunicazione barcellonese Vasava al milanese Andrea Mazzantini - dj e graphic designer - anima, insieme a Marcelo Burlon, di *Pink is Punk*, una nuova generazione di parties, fatti di elettronica, trash e rock&roll. Passando per l'ambasciatore finlandese del nuovo mondo psichedelico Kustaa Saksi.

[www.55dsl.com](http://www.55dsl.com)  
[www.vasava.es](http://www.vasava.es)  
[www.kustaasaksi.com](http://www.kustaasaksi.com)  
[www.pinkispunk.org](http://www.pinkispunk.org)





## Come eravamo - Cover d'antan

Aspettiamo impazienti, come gradito regalo sotto l'albero di Natale, il ritorno delle conigliette di **Playboy Italia** dopo vent'anni di latitanza. Il progetto, orchestrato dal direttore Gian Maria Madella, promette una carrellata di icone sexy-pop soprattutto italiane e soprattutto famose, oltre a ben 90 pagine di contenuti very liberal e stile concentrato, dipanato tra interviste celebri e collaboratori prestigiosi, dove sembra che il lettore troverà quello che non si trova sugli altri giornali. Mentre ci domandiamo chi sarà mai la prima coraggiosa playmate tricolore a ri-calcare le scene, abbiamo rispolverato il primo numero, datato novembre 1972. E se qualcuno avesse mai pensato all'utente tipo come a un uomo di gusti semplici e orizzonte limitato, ecco la vetusta dichiarazione d'intenti pronta ad annientare ogni cliché: "Un uomo 'diverso', anche negli hobby e nel tempo libero. Ha già fatto molta strada. E altra ancora ne farà. È l'uomo che conta." Zigzagando tra la morbida bellezza normodotata di Agostina Belli e i racconti di Nabokov e Calvino... | *Maria Giovanna Poli*

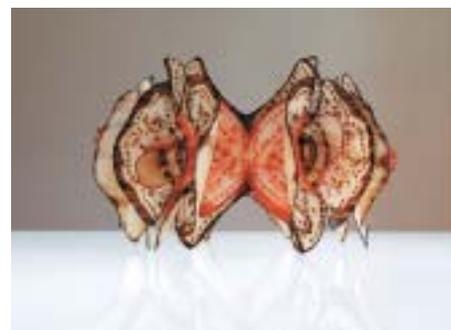


[www.playboy.com](http://www.playboy.com)

## Lapislazzuli

Eteree creazioni in pergamena evocano la leggerezza di esotici fiori tropicali o il battito d'ali di farfalle amazzoniche. La designer berlinese **Ulrike Hamm** realizza gioielli effimeri in carta pergamena: un materiale apparentemente fragile, che in realtà si rivela tenace, testardo, nonché prezioso ed ammantato di un'aura di mistero. Ulrike stira la carta come se fosse pelle, la tinge, la ritaglia e la stampa per ottenere, dopo un lungo processo di essiccazione, un effetto finale cromaticamente prismatico ed esteticamente accattivante. Oltre che nel suo atelier di Berlino in Schlesische Strasse, le sue creazioni si trovano nei bookshop dei design museum più ricercati, come ad esempio i parigini Musée Des arts Décoratifs e Centre Pompidou. | *Francesca Duranti*

[www.alternatives.it](http://www.alternatives.it)



©Hanna Lippmann, Berlin

.wit | #8

allegato ad [Exibart.onpaper](http://Exibart.onpaper)

DIRETTORE EDITORIALE  
Massimiliano Tonelli

COORDINATORE EDITORIALE  
Marzia Fossati

In copertina  
Un look Francesco Scognamiglio  
p/e 09. Dettaglio.



HANNO COLLABORATO  
Giulia Carcani, Francesca Duranti, Santa Nastro, Marco Pecorari, Maria Giovanna Poli, Paola Riviera.

CONTATTI  
[info@wit-mag.com](mailto:info@wit-mag.com)  
[www.wit-mag.com](http://www.wit-mag.com)

ADV  
Emmi srl  
Cristiana Margiacchi  
[c.margiacchi@emmi.it](mailto:c.margiacchi@emmi.it)

DIRETTORE RESPONSABILE  
Giovanni Sighele

EDITO DA  
Emmi s.r.l.  
Via Giuseppe Garibaldi, 5  
50123 Firenze

VICE PRESIDENTE  
Artico Gelmi di Caporiacco

DIRETTORE GENERALE  
Antonio Contento

REGISTRAZIONE  
presso il Tribunale di  
Firenze n. 5069 del 11/06/2001

## Names/he

### Gianni Serra

La sua culla artistica è stata Roma, con le creazioni d'Alta Moda, la consulenza d'immagine per giovani attrici nostrane e lo styling per libri d'arte fotografica. Con la primavera/estate 09 **Gianni Serra** si presenta invece al pubblico milanese: la sua è una collezione intimistica, sussurrata, composta da capi che si distinguono per i tagli essenziali, enfatizzati, nella loro semplicità, da toni neutri, quali il grigio, il bianco e il beige. La direzione è quella di un nuovo basic, mai scontato, concettuale. Uno stile che rifugge gli orpelli per cedere solo di tanto in tanto al dettaglio, da intendersi sempre e comunque in termini di pulizia e funzionalità: un inserto in pelle a sostituire la spallina di un abito, una zip a vista a sigillare la gamba di un pantalone a sigaretta.

[www.gianniserra.com](http://www.gianniserra.com)

qui a sinistra: **Alberto Burri** -  
scultura, 1978  
in basso: **Prada** - clutch di  
nappa, 2008



*A cura di Francesca Duranti. Il polimaterismo e la ricerca dell'informale sconfinano dalla tela seducendo le catwalks istituzionali e la creatività di giovani fashion designer. Dalla Grecia al Belgio, passando per la Spagna, e ovviamente per l'Italia, Alberto Burri avvia un'indagine sulla bellezza della materia, sia essa costituita da pelle, seta o da sacchi di juta...*

## Materialismi di ritorno

A più riprese la materia torna a contaminare l'arte in ogni sua forma creativa, fashion design incluso. La riflessione nasce da due grandi retrospettive dedicate ad **Alberto Burri**: quella attualmente in corso presso La Triennale di Milano (11 novembre- 8 febbraio 2009) e quella in programma alla Galleria Nazionale dell'Umbria per il prossimo aprile (4 aprile- 28 luglio 2009). Sono protagonisti sacchi, catrami, ferri, plastiche e muffe, sostanze che non suonano certo come un inno alla bellezza e all'eleganza da passerella. Eppure fu proprio questa la sfida di Burri: indagare la materia per trovare la bellezza. L'armonia di una bruciatura, la perfezione di un graffio, di una scre-

polatura, la poesia di uno straccio. La liricità propria di quegli stracci sporchi che negli anni Sessanta, esposti alla galleria Nazionale d'arte moderna di Roma, furono addirittura analizzati dall'Ufficio di Igiene. Quelle opere che tanto fecero tuonare critica e pubblico, per poi conquistare entrambi, per trascinarsi dalla repulsi- one, alla curiosa accettazione, fino alla totale esaltazione. Abbandonandosi ad uno svagato gioco di parallelismi tra gli atti radicali dell'artista umbro e le creazioni moda per l'autunno/inverno 08-09, è possibile tessere una sfiziosa tela di citazioni e rimandi: alla trasformazione della materia per ripristinare un originario stato magmatico, tipica dei

*Catrami* o dei *Cretti*, guarda ad esempio **Miuccia Prada**, lavorando la nappa di certe sue clutch come se fosse terra arida, in grado però di rivelarsi soffice al tatto, in uno stridente contrasto sensoriale. Particolarissimi, per il trattamento delle pelle, anche i capi-spalla di **Jo no Fui**, articoli dalle preziose virtù artigianali, realizzati pressando e impunturando il lapin e la nappa. I Sacchi segnati da lacerazioni e rattoppi, tracce dell'individuo e della storia, sembrano invece ispirare il designer tessile giapponese **Reiko Sudo** che dal 1992 propone tessuti realizzati con materie prime inconsuete, grazie al connubio di procedure tradizionali e materiali e tecni-





“ Le mie  
parole sarebbero note  
marginali alla verità  
racchiusa nella tela.

”

che innovativi: il *Burner Dye*, ad esempio, è una fibra di acciaio inossidabile e cotone tessuto ad armatura tela e saldato con bruciature a mano, ancora lo *Stratus* della *Cloud Series* è un organid di seta sottoposto ad un processo di restringimento con il sale che ricorda le bruciature delle plastiche trasparenti degli anni Sessanta. Ricerca sulla materia anche come filosofia del brand italiano **Label under Construction**, per il quale **Luca Laurini** analizza le potenzialità della più classica struttura a maglia o dei più impensabili tessuti di recupero, per renderli materiale vivo, originalissimo, creato conseguentemente ad un lungo processo di sperimentazione chimica e concettuale. Il ferro, il legno e, negli anni Settanta, ancora la plastica, sottoposti a vere e proprie metamorfosi, daranno vita, nella produzione di Burri, a opere quasi violente, di grande espressività. Il fascino di tale forza cromatica viene interpretato da **Alessandro dell'Acqua** con i suoi abiti rosso-nero, dove la seta cangiante del rosso contrasta con l'opacità profonda del nero, dando vita ad outfit concettualmente e morfologicamente ispirati al *Rosso Plastica* e alle combustioni industriali dai colori brillanti. Anche la belga **Veronique Branquinho** viene conquistata dal poliuretano nero quasi monocromo, in un susseguirsi di grigi che sfumano, si inseguono e si raddensano di

continuo, comunicando attraverso la materia quel gusto minimal fetish che pervade tutta la collezione invernale. Ma sarà nel 1975, dopo la serie dei *Cretti*, che Burri troverà una nuova dimensione ideale con i *Cellotex*, tavolati composti da segatura e colla, luoghi perfetti per l'uso drammatico dei colori, per l'alternanza dei neri e degli ori. Esplosioni di colore informale che da sempre caratterizzano le collezioni della spagnola **Agata Ruiz De La Prada** che per questo inverno fa letteralmente esplodere il colore nei suoi abiti a sacchetto, disegnati seguendo linee morbide ed enfatizzati da dettagli spiritosi, ad esempio i copricapo clownschi. Nel ciclo dei *Cellotex*, non possono comunque mancare i *Neri*, orchestrazioni di cromatismi tono su tono, nero su nero, modelli di riferimento per le sinuosità di numerosi capi total black, come quelli disegnati dal greco *Angelos Frentzos*, le sue silhouette a ricordare la classe e il rigore delle forme campite da Burri nel ciclo che rappresenta la conclusione e il vertice della sua ricerca.

[www.fondazioneburri.org](http://www.fondazioneburri.org)  
[www.prada.com](http://www.prada.com)  
[www.veroniquebranquinho.com](http://www.veroniquebranquinho.com)  
[www.archilonic.com](http://www.archilonic.com)  
[www.alessandrodelacqua.com](http://www.alessandrodelacqua.com)  
[www.jonofui.it](http://www.jonofui.it)  
[www.agatharuizdelaprada.com](http://www.agatharuizdelaprada.com)

in alto: Alberto Burri -  
Sestante 7, 1989  
qui: Agata Ruiz De La  
Prada F/W 2008-2009

*Di Marzia Fossati. .wit incontra uno dei nomi più interessanti della nuova generazione di stilisti italiani. Francesco Scognamiglio si esprime con un lessico ricercato e concettuale, sperimentando tessuti e volumi innovativi, ma guardando anche al glamour, da intendersi certo in maniera meno sfrontata, più inusuale. Tra tributi all'eleganza di LouLou e Lucie De Falaise e citazioni (non filologiche) di eterei e mitologici uccelli del paradiso, il designer partenopeo riscuote il seguito dei buyer non meno di quello della stampa internazionale...*

## Francesco Scognamiglio

La crisi attuale non lo spaventa. Fermarsi sarebbe come auto-distruggersi. Francesco Scognamiglio è sicuro di sé, forse anche forte del fatto che, nonostante la congiuntura economica sfavorevole, i mercati esteri, dagli States alla Russia, passando per il Medio Oriente, hanno risposto molto bene al sell-out delle sue ultime collezioni. Irradia positività il giovane talento partenopeo che un tempo guardava a Dolce&Gabbana come a degli idoli, e ora siede a tavola con loro, così come tante volte ha cenato alla tavola della famiglia Versace, con Donatella - quasi una sorella per lui - a sostenerlo fin dagli inizi. È nel luglio del 2000 che lo stilista debutta con la sua prima collezione couture, sfilando nelle sontuose sale di Palazzo Barberini: una live performance degli Skunk Anansie come soundtrack dello show e Maria Carla Boscono nel cast delle donne

in passerella. Un esordio importante, tra rock e classicità, a cui tuttavia il designer non sembra essere particolarmente legato: se accenniamo a Roma reagisce con indifferenza; le sue città sono Napoli, per le origini, e Milano per il successo professionale. Nel 2001 è infatti la volta del prêt-à-porter meneghino, con una collezione che lo inserisce subito in una nicchia di ricerca e sperimentazione, ma al tempo stesso glamour, interpretato però in chiave meno sfrontata, più concettuale. Da allora Francesco Scognamiglio ha sempre guardato avanti; le reminiscenze del passato con cui si è di tanto in tanto intrattenuto sono state solo un ulteriore mezzo per apportare contemporaneità al suo lavoro: se per le proposte dell'autunno/inverno in corso ha guardato al gap temporale tra gli anni Sessanta e i Settanta, ispiran-

“ Napoli è la mia città del cuore. Penso che il film Gomorra sia un ritratto crudo di una certa realtà. Nella pellicola recita anche una mia amica, Maria Nazionale, di cui vado molto fiero. Oltre che nel panorama musicale ha dato prova della sua abilità anche nel campo della recitazione.

”





“ L'ultimo concerto a cui sono stato? Quello di Antony and the Johnsons. Lo conosco personalmente e lo stimo moltissimo. È uno dei nuovi geni della musica contemporanea. ”

dosi ora all'ostentazione raffinata e avanguardista di LouLou e Lucie De Falaise, ora alla bellezza quasi caricaturale, tra la farsa e il sentimentalismo, di Carole Lombard, regina della Screwball

Comedy degli anni Trenta, ne è tuttavia risultato un look estremamente attuale, forse anche grazie al twist fetish, carico di forza erotica e sensuale, che lo stilista ha voluto imprimere alla collezione. Le trasparenze effetto second-skin - impreziosite da ricchi ricami di cristalli - l'uso del latex e gli altissimi cosciali stringati da Mistress, tutti simboli di un universo sado-maso, sono però rigovernati e riportati ad una compostezza romantica grazie al sigillo di un fiocco, vero è proprio comune denominatore di tutto il défilé. Reminiscenze di tempi storici, ma anche di epoche e luoghi mitici. Repêchage di topos e luoghi comuni. Quello di un evanescente Uccello del Paradiso, ad esempio, è il punto d'avvio per la collezione

primavera/estate 09, per la quale lo stilista ha dotato la sua donna di ali immacolate, cucendogliele sul retro di un candido tubino bon ton, e di piume impalpabili che ricorrono sulle bluse leggere, che ricoprono gli abiti nella loro totalità, oppure in parte, ora sottolineando il punto vita, ora allontanandosi dal corpo in fluttuanti propaggini, ondeggiando al vento come le palme selvagge della melodia di Ryuichi Sakamoto. Cascade di cristalli infine illuminano gli outfit, lunghi fino ai piedi, per la sera. Abiti costruiti con perizia sartoriale, capi al limite della couture che attingono ad un mondo etereo ed evanescente e che pure hanno il riscontro concreto e tangibile delle vendite. Sogni al femminile che Francesco converte in realtà per alcune fortunate. Quanto a lui, a soli trentatré anni, il sogno della sua vita l'ha già realizzato: ha vestito Madonna, il suo mito musicale. *Beh, come dire, roba da poco... Sarà forse perché sono bravo?*

[www.francescocosnamiglio.it](http://www.francescocosnamiglio.it)



*Di Marco Pecorari. Insegnare la moda è una missione complicata, complessa come il suo oggetto di studio. Non vi è un unico metodo d'insegnamento. Una scuola di moda può insegnare a costruire un abito, un'immagine, una comunicazione, un'azienda. Le prime scuole di moda si dedicavano esclusivamente alla trasmissione di un mestiere. Dagli Anni Ottanta, il riconoscimento del valore sociale, artistico ed economico della moda ha portato a una necessità: un'educazione culturale della moda. La moda ha così infranto ogni barriera, divenendo oggetto di studio anche nelle Università. Wit cerca di rappresentare le diverse nature di questa realtà, discutendo con la studiosa Alison James, con direttori di scuole di moda Linda Loppa e Andrea Batilla e con Walter Van Beierendonck, fashion designer un tempo studente ad Anversa e ora direttore del fashion department presso lo stesso istituto.*

re didascalico ma progettuale. La conoscenza tecnica è fondamentale ma a questa devono essere applicati metodi d'insegnamento moderni. Ad esempio, noi dello IED Moda Lab, nella prima lezione del corso di

keting, la fotografia e lo styling.

**Attraverso quali strumenti si studiano queste dimensioni della moda?**

# A Scuola Di Moda

Credo che come primo passo sia importante valutare la vostra idea di scuola di moda. Una prima definizione che ci permetta di aprire le porte dell'educazione, in modo da capirne le varie declinazioni.

**A. James:** La mia esperienza al London College of Fashion mi porta ad affermare che il nome 'scuola di moda' può essere comunemente mal interpretato. La maggior parte delle persone vedono la 'scuola di moda' come un luogo dove si insegna a costruire un abito. Ma non è solo questo. Al LCF la parola "moda" è associata praticamente ad ogni nostro corso di studi: dall'area storica al management, dalla curatela al giornalismo, passando per la cosmetica e, ovviamente, per il design.

**L. Loppa:** Infatti insegnare la moda significa curare tutti i suoi aspetti, soprattutto ora che i profili professionali sono sempre più specializzati. Per questo dobbiamo educare gli studenti a ogni fattore che agisce nel mondo della moda: dall'economia alla comunicazione, dalla produzione al suo valore sociale. Nel far ciò bisogna avere il tempo per costruire un rapporto e un dialogo personale con ogni studente.

**W. Van Beierendonck:** Io parlo con ogni mio studente. Cerco di capire il sogno di ognuno e lo guido, rispettando le sue stanze di pensiero. Noi ad Anversa curiamo il lato creativo e pratico legato alla produzione dell'abito però credo che, in generale, una scuola di moda debba essere un ambiente dove gli studenti imparano a conoscersi, lavorando sulle proprie idee, compiendo una ricerca profonda e rimanendo fedeli alle loro volontà d'espressione. Noi vogliamo creare fashion designer con un forte e personale atteggiamento.



**Batilla:** Però bisogna evitare di farli cadere in una creatività fine a sé stessa...

**Come è possibile evitarlo?**

**A. Batilla:** Bisogna essere consapevoli del rapporto con l'esterno. Non credo si debba insegnare chiusi all'interno di un mondo esclusivamente teorico. Bisogna studiare la pratica.

**Si, ma come si insegna una pratica del design?**

**A. Batilla:** Servono strumenti (macchine da cucire, materiali, stoffe) e spazi. La pratica si insegna attraverso la pratica. Il rapporto con la manualità deve essere vissuto in maniera naturale. L'insegnamento della pratica tecnica non deve esse-

sarioria diciamo ai ragazzi di scegliere un abito che li attira e poi gli chiediamo di riprodurlo, senza aver nessuna conoscenza tecnica.

**L. Loppa:** Il metodo è importante, però credo che lo studio di una pratica come quella della moda segua il medesimo processo di analisi di altre discipline: si studia il passato, si ricerca il contemporaneo, si progetta il futuro. Una pratica, secondo me, si studia. Nel far ciò servono delle guide: gli insegnanti. Questi debbono provenire da esperienze sul campo, stimolando gli studenti a confrontarsi con gli strumenti del mestiere: stile, volume, nuove strategie... Quando parliamo di pratica non dobbiamo considerarla solo in campo manifatturiero, ma anche altri campi come la curatela, il mar-



**L. Loppa:**

Studiando i video delle sfilate, i magazine, i look-book...

**Poi vi sono anche studi più prettamente teorici che prendono il nome di Fashion Studies...**

**A. James:** Giusto. Però questa dimensione è solitamente legata a un ambito prettamente universitario. Inoltre non bisogna dimenticarsi delle Emozioni, elemento fondamentale nella percezione e nella costruzione di un'anima sensibile alla moda. Tutti gli insegnamenti umani hanno un ingrediente emozionale che colora la nostra visione e il conseguente apprendimento. Figuriamoci l'insegnamento della moda. Un vestito è percepito attraverso i Sensi. Sono importanti emozioni di qualsiasi genere, anche d'indifferenza. La produzione pratica è molto spesso legata a un'azione personale. Gli studenti connettono la loro identità alle loro creazioni. O perlomeno devono imparare a farlo.

da sinistra verso destra

**Alison James:**  
Direttrice del Dipartimento "Teaching and Learning" del London College of Fashion

**Walter Van Beirendonck:**  
Fashion Design e Direttore della Royal Academy of Fine Arts di Anversa - Fashion Department

**Andrea Batilla:**  
Direttore Ied-Moda Lab Milano

**Linda Loppa:**  
Direttrice Polimoda Firenze

**E cioè imparare a governare le proprie emozioni esprimendole in una pratica come può essere la creazione di un abito?**

**W. Van Beirendonck:** esatto, ma non è un processo semplice. La nostra scuola dura quattro anni e ogni anno è una tappa. La sequenza di studio è la seguente: gonna e abito, abito storico, costume etnico e creazione di una col-

non dire "questo va bene e questo no". Devo comunque ammettere che c'è sempre un po' di paura di imporre agli studenti, anche involontariamente, la propria idea di moda. Però questo timore ci aiuta a rispettare il loro pensiero. Non facciamo mai riferimento a nessun designer o a qualche movimento, perché vogliamo che gli studenti costruiscano una propria identità. E credo che questa sia la forza della nostra scuola.

**A. Batilla:** Noi dello IED-Moda Lab

crudele e spietata, così molti insegnanti credono di dover preparare i propri studenti a queste asperità. Personalmente credo che questo discorso non abbia molto senso: l'umiliazione non aiuta l'apprendimento. Bisogna capire la differenza tra il mondo dell'educazione e il mondo che da molti viene definito "reale". L'università deve aiutare gli studenti a sviluppare capacità intellettuali e di pensiero sulla realtà in cui viviamo. Non deve avere come unico scopo l'insegnamento di un mestiere.

**L. Loppa:** È verissimo e credo che

mettersi in discussione e sfidare se stessi. Ecco perché noi insegnanti suggeriamo sempre ai nostri studenti di partecipare a concorsi di moda, come l'*International Talent Support*. Qui si ha la possibilità di uscire per un momento dall'Accademia e cercare uno scambio e un confronto esterno. Meno protettivo. Oppure si possono anche organizzare dei workshop per far incontrare studenti e stilisti. È un ottimo strumento, se controllato. L'anno scorso gli studenti del Master hanno incontrato Dries Van Noten e Stephen Jones e hanno ascoltato le loro testimonianze. Sono stati entusiasti.

**Quindi bisogna considerare anche il Racconto della moda come un importante fattore di studio?**

**A. James:** Fondamentale, più che importante. Nel Racconto si hanno tutte le componenti della moda: l'esperienza, la pratica e la teoria. Al London College of Fashion si è già iniziato a studiare questo strumento di trasmissione culturale, appartenente alla *oral history*. Il racconto personale completa la comprensione dell'abito.

**Insomma: diversi metodi di insegnamento, diversi ambiti di studio e diverse nature delle scuole. Quindi non dobbiamo parlare di scuola ma di scuole di moda.**

**A. Batilla:** Sicuramente vi sono diverse tipologie di scuola di moda: chi si concentra sulla costruzione dell'abito, chi comprende la moda unicamente come fenomeno culturale e artistico, e chi cerca di unire le due cose.

**A. James:** Bisogna anche notare che esistono scuole pubbliche e private e che questo comporta delle differenze sotto l'aspetto economico, delle possibilità e della mission.

**W. Van Beirendonck:** Questo è vero, però io continuo a credere che tutte queste differenti realtà debbano avere un comune scopo: la formazione di individui capaci di leggere, riconoscere e creare i linguaggi della moda.

[www.fashion.arts.ac.uk](http://www.fashion.arts.ac.uk)  
[www.antwerp-fashion.be](http://www.antwerp-fashion.be)  
[www.ied.it](http://www.ied.it)  
[www.polimoda.it](http://www.polimoda.it)



lezione. Inoltre in questi anni gli studenti sono invitati a costruire dei personali sketch-book o delle proprie riflessioni che possono essere visive o scritte. Vengono stimolati a esprimersi. Gli insegnanti devono guidare questo cammino, cercando di entrare nella testa degli studenti. Bisogna rispettare il loro linguaggio, le loro idee. Non si deve trasferire il loro percorso in un altro contesto. Per questo metto la mia esperienza...

**...L'esperienza di un fashion designer che dirige un'Accademia della Moda. Come si fa a non influenzare uno studente?**

**W. Van Beirendonck:** Personalmente cerco sempre di

invece crediamo sia importante costruire una consapevolezza della realtà esterna. I nostri docenti sono quasi tutti professionisti del settore e i nostri studenti vengono quotidianamente a contatto con aziende e designer. Attraverso una profonda conoscenza della realtà si impara a sviluppare progetti personali in grado di cambiarla. Bisogna dare conoscenza del mondo reale.

**Creare una consapevolezza delle difficoltà del mondo reale. È per questo che molti insegnanti utilizzano dei metodi un po' "forti"?**

**A. James:** Diciamo che l'industria della moda è da molti definita come

questo sia un punto cruciale nell'educazione alla moda. È molto importante rispettare il momento educativo, stimolando la curiosità degli studenti, però credo che, contemporaneamente, si debbano fornire le basi per affrontare il mondo in cui gli studenti lavoreranno. Uno strumento per raggiungere questo obiettivo è il Progetto. Coinvolgere gli studenti in lavori non tradizionalmente identificati con l'attività didattica: ad esempio la creazione di un magazine degli studenti, o l'organizzazione di una mostra.

**W. Van Beirendonck:** Il progetto è un fattore importantissimo in una scuola di moda. Progettare significa

**Nell'oceano editoriale dei magazine d'arte, cultura contemporanea, moda e design come e perché Tar Art?**

Per cercare di cambiare il senso della corrente di questo oceano. Tar

**Il vostro è un collettivo di altissimo livello che coinvolge personaggi dei vari mondi del contemporaneo...**

Ci siamo uniti a formare un gruppo che beneficia collettivamente delle

che condividono la nostra visione e le nostre forme di espressione e comunicazione.

**Ma cosa significa gestire un simile collettivo? Comporta delle difficoltà?**

Non è difficile gestire un collettivo. Se tutti hanno una qualche forma di partecipazione nel magazine, automaticamente parteciperanno all'attività con volontà e attenzione.

e in ogni caso all'interno di Tar si esprimeranno *contributor* che appartengono a entrambe le categorie. Diciamo che è più che altro il primo numero ad avere attratto e raccolto una maggiore quantità di personalità affermate.

**Come si strutturano le attività di creazione e editing all'interno di Tar Art?**

Ognuno di noi è legato a un campo

*Di Marco Pecorari. .wit incontra Evanly Schindler, fondatore e direttore creativo di Tar, il neonato collettivo artistico che opera, in piena coscienza sociale, per la produzione di un magazine e di materiale video. Un lavoro strategico come creative agency per trasformare l'Ideale in un oggetto d'arte...*

# Collettivo artistico \ Tar Art

esplora acque ancora vergini proponendosi come forma e oggetto d'arte.

La scelta di esplorare dimensioni come arte, estetica e linguaggio visivo conduce di per sé ad acque più profonde.

qualità e caratteristiche dei singoli individui, allo scopo di dare vita ad una nuova entità altamente qualificata. A causa della nostra personale esperienza, e della missione di Tar, siamo in grado di attrarre poi la curiosità di *contributor* di spessore

**L'aver scelto di formare un team composto da professionisti riconosciuti non rischia di escludere la linfa che proviene dal "non-conosciuto"?**

Pensiamo che gli "sconosciuti" siano interessati ai personaggi noti

d'azione specifico e ha una propria personale esperienza. Abbiamo meeting creativi sulle idee, sviluppiamo argomenti e li mettiamo in circolo collettivamente. Tutti insieme. Nel creare un progetto come questo la responsabilità individuale,



e del gruppo, è di rispettarne la missione, e di farla costantemente evolvere attraverso il contributo di artisti e contributor, e dei sostenitori del brand.

**Avete differenti linguaggi di espressione, dalla rivista ai film, passando per i libri e per l'azione di creative agency. Come si sviluppano?**

C'è una sorta di movimento globale che tende all'esplorazione della comunicazione attraverso il linguaggio visivo, la scrittura e nuove soluzioni d'espressione. Il tutto tende a soddisfare gli ideali artistici ed estetici che vogliono trasmettere.

**Come queste esperienze contemporanee e parallele influenzano il magazine?**

Questa domanda ci riporta al concetto di collettivo, che crea, produce e cura contenuti attraverso svariati mezzi di comunicazione. Si legano tutti l'uno all'altro, sono abbastanza complementari. Si nutrono e si informano vicendevolmente e promuovono una crescita centrifuga. Il magazine è una forza di questa centrifuga.

**Dite che la qualità e la ricerca grafica del magazine lo rendono un oggetto d'arte. Non credete che questo sia un controsenso per uno strumento pop come il magazine? Come affrontate la problematica del costo?**

Abbiamo pensato Tar come un progetto d'arte, un oggetto d'arte. In ogni suo elemento: dal contenuto alla forma. Il costo è certamente alto, però, grazie al nostro editore Siz Group - nostro partner finanziario - siamo riusciti a creare un prodotto di altissimo livello, limitando sensibilmente i costi. Il prossimo passo è lavorare e produrre tutto con materiali ecologici: al momento non è ancora possibile farlo a

basso costo, ma lo sarà a breve, man mano che sempre più persone, società e industrie si sensibilizzeranno. E' una questione di domanda e offerta, come sempre.

**La vostra volontà di rivalutare, esprimere e trasmettere valori di cultura, sostenibilità e apertura non rischia di diventare un discorso tautologico, visto il target della vostra rivista. Come si arriva al pubblico privo di queste consapevolezze?**

Speriamo che l'aver dato vita a Tar con il contributo di importanti artisti, scrittori e fotografi ci consentirà di attrarre l'attenzione anche di gente che vive all'esterno di questa sfera. Se si muovono e agiscono personalità caratterizzate da particolare saggezza, esperienza e successo - come i nostri contributor - si produce una sorta di effetto domino. Questo almeno nelle nostre intenzioni...

**Cosa significa per voi la ciclicità temporale del magazine?**

Un lavoro come Tar richiede molto tempo. Tar è un libro d'arte sotto forma di magazine. C'è tanto da leggere, guardare e assorbire. Inoltre, noi produciamo direttamente tutti i nostri contenuti, sia scritti che di immagine, e commissioniamo molti "progetti". Crediamo serva Tempo per creare. E poi, lavorare su due soli numeri all'anno è più

divertente, e ne guadagna la qualità della vita.

**Anche nella moda Self Service e Purple hanno periodicità semestrale. Voi in cosa vi differenziate?**

Tar è un magazine di arte, non di moda. Quelle che avete nominato sono riviste di moda che si occupano anche di arte. In giro si vede un sacco di moda artistica, magari anche noi ne "usiamo" un po'.



**Nella presentazione di Tar si spinge l'idea di "coscienza sociale". Ma che cos'è?**

La coscienza sociale altro non è che consapevolezza condivisa dall'intera società dei problemi che dobbiamo affrontare nella nostra quotidianità. Esistono tre livelli di coscienza sociale: acquisita, risvegliata e sviluppata. Noi di Tar siamo interessati a tutti e tre i livelli e speriamo di trasmettere tutto questo ai nostri lettori.

[www.tar-art.com](http://www.tar-art.com)

**.mestieri scorsi**

- << wit 7: artistic curator \ Kaat Debo
- << wit 6: curatore di moda \ Maria Luisa Frisa
- << wit 4: make-up artist \ Aaron Henrikson
- << wit 2: multi brand press office \ Probat



*A cura di Paola Riviera. .wit incontra il designer romano Fabio Quaranta. E la sua collezione maschile. Che guarda al mondo dell'occulto e strizza l'occhio al lavoro dell'artista e antropologo Harry Smith. Intimi capi per un pubblico ristretto, capace di cogliere sottili riferimenti alla musica, alla poesia e alle arti visive. Con giacche classiche e Converse viniliche, FQR parte da Roma per approdare a Parigi e a Tokyo. Presto anche sul web con un fashion-show online only...*

# FQR

#### **FQR un acronimo di...**

Semplicemente delle iniziali del mio nome e cognome: Fabio Quaranta. E della mia amata città, Roma. Una sorta di biglietto da visita.

#### **Come e quando nasce questo progetto?**

Appena qualche anno fa, con l'idea di ricoprire con il vinile una scarpa All Star. Naturalmente prima che lo facesse la Converse...

#### **An intimate ready to wear collection. Cosa c'è di intimo?**

I materiali prima di tutto. FQR è un insieme di capi pensati per essere presi dall'armadio e indossati con grande naturalezza. Sono ideati per un pubblico ristretto che ha le mie stesse esigenze.

#### **Artista o designer?**

Meglio designer. Di base realizzo capi di abbigliamento maschile. Poi faccio anche altre cose, legate all'universo artistico.

#### **Ad esempio?**

Penso alla pittura, il mio primo punto d'incontro con l'arte. Ma anche al collaborativo creativo Antonio Salieri, per cui realizzo installazioni, foto, video. Con il progetto Guest At poi invito regolarmente al Motel Salieri artisti e designer da tutto il mondo per promuovere i loro lavori.

#### **Come ti muovi nel fashion system?**

Mi sento come un microscopico cavalluccio marino dentro il grande oceano. Ma seguo la mia strada e

porto avanti le mie idee.

#### **Il tuo concetto di moda.**

È sicuramente quello legato al sentirsi a proprio agio dentro i vestiti che si indossano.

#### **Comfort, ma anche mondo dell'occulto a quanto pare...**

La religione e l'universo occulto trovano sicuramente grande spazio nelle mie creazioni: del resto Roma è la mia città e ne subisco il fascino. A volte il processo creativo è innescato da una coincidenza, ma tutti i riferimenti sono voluti e l'uso della simbologia non è mai casuale, bensì frutto di una dura ricerca. Tutto ha sempre inizio con un'idea che diventa una strada da percorrere, tra un bivio e un altro, fino alla creazione di un abito.

#### **Modelli di riferimento?**

Mi piacciono molto le divise in generale e lo stile di Enzo Cucchi. Nel mio universo artistico brillano Syd Barrett, Daniel Johnston, Gianni Colosimo, Will Oldham, Aleister Crowley e Carlo Benvenuto.

#### **Cosa proponi per questo autunno/inverno?**

Un guardaroba che trae ispirazione dal vasto lavoro dell'artista e antropologo Harry Smith, geniale e controverso studioso americano.

#### **Giacche a doppio petto, pantaloni a sigaretta, gilet: la tua collezione AW 2008/09 è piena di pezzi classici. Sei un nostalgico della cara, vecchia eleganza maschile?**

Esiste solo "la cara vecchia eleganza maschile". Tutto il resto è superfluo!

**E la donna? Mai pensato ad una collezione femminile?**

Una volta i ruoli erano ben definiti: lo stilista sceglieva di vestire l'uomo oppure la donna. Era raro riuscire ad interpretare ugualmente bene due universi così opposti. Io sono rimasto fedele a questa impostazione ed ho fatto la mia scelta. E poi produrre una collezione da uomo ogni stagione è già un tour de force.

**Come presenti poi al pubblico il risultato di ogni tuo tour de force?**

Dipende dalle circostanze. FQR ha esordito a Parigi con una sfilata, poi sono cominciate le installazioni negli showroom in giro per il mondo insieme ad altre realtà internazionali indipendenti. Per la prossima collezione, invece, pensavo di sfruttare le grandi potenzialità comunicative del web.

**Sulla scia di Viktor & Rolf...**

Loro hanno sfruttato il web per arrivare ad un pubblico più ampio. Per FQR invece è soprattutto un mezzo per

abbattere i costi e puntare ad una qualità sempre maggiore.

**Un capo da eliminare per sempre dal guardaroba di un uomo.**  
Qualsiasi scarpa che metta in mostra i piedi.

**Un capo che manca?**

Un cappello che mi acceleri il cervello.

[www.fqr.it](http://www.fqr.it)  
[www.motelsalieri.org](http://www.motelsalieri.org)



**.dove**

*Be Cool - Roma*  
*Industry - Napoli*  
*Interno 5 - Brescia*  
*Lazzari - Treviso*  
*Slamjam - Verona*  
*Nuzyn - Rotterdam*  
*Adam And Rope - Tokyo*  
*AI - Tokyo*  
*Johnbull - Tokyo*  
e su [www.motelsalieri.com](http://www.motelsalieri.com)



**.scout scorsi**  
<< wit 7: Butterflysoufire  
<< wit 6: Alessandra Marchi  
<< wit 5: Rohka  
<< wit 4: Livia Crispolti





14

13

12

1

2

3

4

5

6

8

9

7

**TRIBUTE**

**TO DEVENDRA BANHART**  
 È laureando alla University of Applied Arts di Vienna lo stilista **George Bezhnashvili (4-6)**. La sua prima collezione l'ha presentata lo scorso gennaio all'interno di un festival austriaco di moda e fotografia, vincendo un importante premio che gli ha permesso di poter vendere i suoi capi presso Song, shop viennese dall'allure concettuale. La sua linea maschile è ispirata alla figura hippie-folk del cantante Devendra Banhart e si è distinta per l'inedita combinazione di tessuti e colori dal sapore contemporaneamente antico e innovativo. Pesante e leggero. Lana e seta. George adora i

mien, dal pie de poule al broccato, abbinati a modelli sartoriali e stravaganti dal forte impatto visivo.  
[www.dariaclazzan.com](http://www.dariaclazzan.com)

**PLUME OF SMOKE**  
 È libera da influenze e memorie del passato e completamente protesa verso il futuro la moda di **Iris van Herpen (12-14)**, nuova stilista olandese che

**TAILORING FUNZIONALE**

Emanano una sensualità d'altri tempi, gli abiti creati da **Redley Exantus (1-3)**, designer nata e cresciuta a New York che nel 2001 si è trasferita in Europa per acquisire una diversa visione della moda. Bravissima nel fondere il suo approccio funzionale e industriale - tipico del ready

*A cura di Antonella Reina*

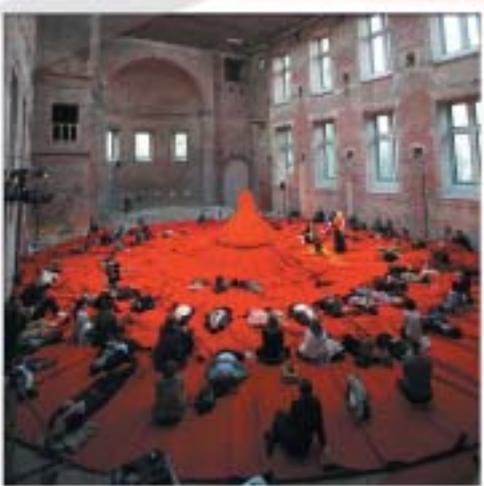
# When You Where Young

to wear americano - con lo stile europeo caratterizzato da una più forte tradizione sartoriale, Redley crea capi ora estremamente femminili, ora austeri, giocando con trasparenze e tessuti corposi, volumi ora ampi ora ridotti e differenti tecniche di drappaggio. L'uso di materiali pregiati, come la seta made in France comprata da Belinac, maison in Saint- Etienne fondata nel 1882, accresce l'esclusività della linea, nata nel 2007 e prodotta in Svizzera dove la stilista vive e lavora.  
[www.redleyexantus.com](http://www.redleyexantus.com)

contrasti e personalizza i capi con pattern e dettagli etnici, alla ricerca di un mix - ben equilibrato - di fantasie e materiali discordanti per ottenere un risultato più fresco e originale.  
<http://profile.myspace.com/nlo44>

**PIE DE POULE E BROCCATI**  
 La moda è soltanto uno dei fronti su cui opera **Daria Dazzan (7-11)**, giovane creativa based in London. Artista, stilista e sarta, Daria segue personalmente tutte le fasi del processo creativo, per arrivare a capi d'abbigliamento da indossare o semplicemente da osservare, come se fossero opere d'arte. Uno studio appassionato di epoche e culture differenti ispira disegni minuziosi per poi concretizzarsi in abiti eccentrici e inconsueti. Il suo gusto si esplicita attraverso l'uso di tessuti maschili o bohe-

sta dando spettacolo durante le fashion week di Amsterdam. Le sue creazioni nascono da personali riflessioni su teorie astratte e impreviste: il fluire del tempo, il meccanismo surreale, a volte crudele, che scandisce le nostre vite. Oppure il mistero degli alchimisti e la loro singolare teoria di poter trasformare qualsiasi metallo in oro miscelando i giusti prodotti chimici. Avant-garde couture e sbuffi di fumo realizzati con pelle, ottone, catene e ferro.  
[www.irisvanherpen.com](http://www.irisvanherpen.com)



## RedDress

*Berlino. Maggio 2008. St. Elizabeth Church. Un abito per colmare la distanza tra il cantante e il suo pubblico. Quattro mesi di lavoro e cinquecentocinquanta metri di tessuto per produrlo. Venti metri di diametro per una gonna in lana, feltro e velluto cucita con dodici chilometri di filo. Un asilo ordito per duecentotrentotto spettatori.*

[www.com-pa-ny.com](http://www.com-pa-ny.com)



design: Aamu Song  
foto: Bernhard Ludewig

Milano



Comune di Milano

Cultura



Stato  
della  
Repubblica  
Italiana



Fondation  
René  
Magritte

Sotto l'Alto Patronato  
del Presidente della  
Repubblica Italiana

con il patrocinio di  
Ministero degli Affari Esteri  
Ministero per i Beni  
e le Attività Culturali  
Ambasciata del Belgio

Milano  
Palazzo Reale  
22 novembre 2008  
29 marzo 2009

main sponsor



# MAGRITTE

## IL MISTERO DELLA NATURA

*"La natura ci offre lo stato di sogno  
che procura al nostro corpo  
e al nostro spirito la libertà di cui  
hanno assolutamente bisogno"*  
René Magritte

**Info e prenotazioni**  
[www.mostramagritte.it](http://www.mostramagritte.it)  
[servizi@civita.it](mailto:servizi@civita.it)  
199.199.111 - 02.433553522

**Orari**  
Lunedì, 14:30 | 19:30  
Martedì - Domenica, 9:30 | 19:30  
Giovedì, 9:30 | 22:30  
La biglietteria chiude un'ora prima

ideazione

CLAUDIO ZINI & PARTNERS  
an engineering

una coproduzione

PALAZZO REALE



con il contributo di



catalogo

