

Conservare il Novecento. Le carte della moda

Atti del Convegno, Ferrara, Salone internazionale dell'arte del restauro e della conservazione dei beni culturali e ambientali, 4 aprile 2008, a cura di Giuliana Zagra, Roma, Associazione italiana biblioteche, 2009, p. 81, ISBN 978-88-7812-197-3

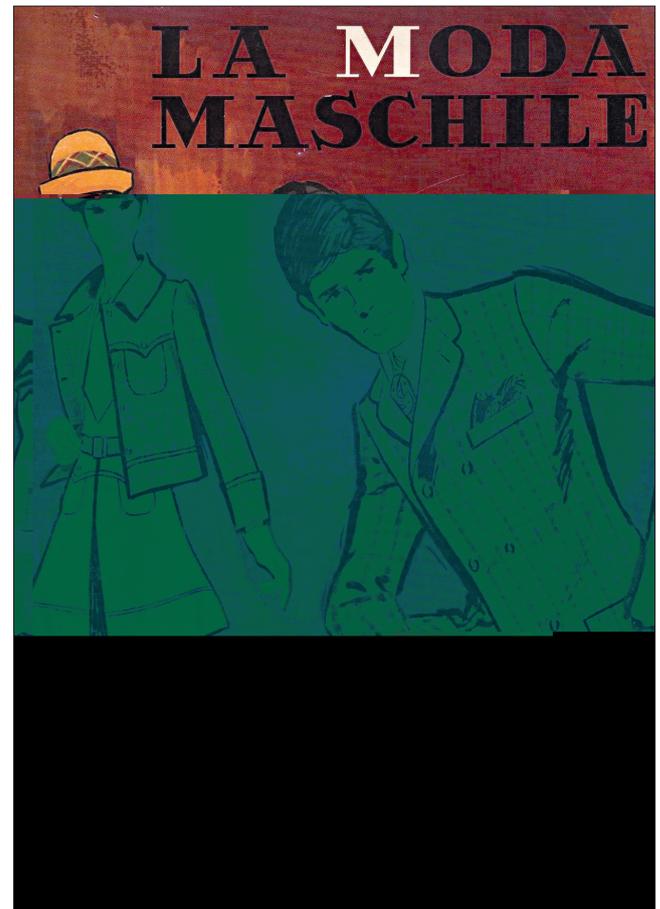
Poche cose hanno influenzato, nel tempo, l'immaginario collettivo come la moda, in particolare nel Novecento, il secolo breve che come nessun altro ha visto repentini cambiamenti nel gusto e nelle idee. È impensabile una società – che è la manifestazione di una stratificazione culturale in un determinato luogo e in un ben preciso momento storico – senza figurarsene gli attori, in qualche modo “vestiti” con gli abiti propri. Perché la moda è anzitutto un modo d'essere e una particolare forma di partecipazione sociale, addirittura cantata come dea da Parini e metafora della caducità dell'esperienza umana nelle *Operette morali* di Leopardi. Proprio in quando oggetto di consumo legato indissolubilmente al tem-

po che la esprime, la moda è quanto mai intima dell'effimero. Dunque la conservazione delle sue carte – sia in quanto salvaguardia dei bozzetti e degli archivi degli *ateliers*, sia in quanto tutela degli stampati, per lo più periodici, di largo consumo – pone di fronte a questioni in gran parte ancora insolite. Il convegno tenuto a Ferrara nel 2008 nell'ambito del Salone internazionale dell'arte del restauro affronta questi problemi e si confronta con il mondo della moda e delle “memorie che documentano la sua arte”. Ricorda infatti Giuliana Zagra nella *Premessa*: “Come tutti i prodotti che nel Novecento raggiungono un'altissima diffusione, come per i giornali, per i libri in edizione economica, per le trasmissioni radiofoniche e televisive, secondo quel principio sul quale ormai nei nostri appuntamenti annuali abbiamo imparato a riflettere, per cui la capacità di conservazione è inversamente proporzionale alla ‘tiratura’ del prodotto, anche per la scienza della vestizione, il rischio di una perdita irreversibile di ciò che ne testimonia i processi, la storia, i contesti, è altissimo”. I saggi che compongo il volume offrono un quadro a tutto tondo delle questioni aperte. La curatrice ricorda che l'Associazione nazionale archivistica italiana ha dato vita agli “Archivi della moda nel Novecento”, un progetto triennale che si prefigge il compito di “riuscire a salvare almeno gli archivi delle grandi firme e delle imprese significative e arrivare a un primo censimento delle innumerevoli piccole sartorie che hanno contribuito a scrivere la storia della moda italiana”. Tale progetto è illustrato dall'intervento di Isabella Orefice, che pone in

evidenza la necessità di un censimento preliminare dei distretti italiani della moda al fine di “tracciare una mappa di realizza-zione di una guida ai luoghi fisici della moda in Italia”; in seguito, è prevista l'organizzazione di appositi seminari di studio (dal 2008 al 2010), tesi a preparare il terreno al convegno del 2010 su “Stilisti, creatori di mode del Novecento: gli archivi del Sistema Moda”. Gli archivi della moda hanno poi un ben preciso valore storiografico: è quanto rammenta Giorgetta Bonfiglio-Dosio, nel richiamare alla memoria il mondo rinascimentale, quando il vestiario, in genere assai costoso, era espressione del carattere di chi l'indossava. L'abito è dunque frutto della felice “compenetrazione tra ar-

ti diverse: pittura, tessitura, oreficeria, sartoria, calzoleria, cuoieria, ecc.”. La moda è perciò fenomeno d'arte e l'autrice sottolinea quanto essa assorba della cultura che la circonda. Tale è anche la convinzione di Gloria Bianchino, che nelle sue pagine riflette sulla “forma-funzione” dell'abito, ponendo in particolare l'accento sulla progettazione razionale dell'abbigliamento in base all'uso: l'*excursus* parte dall'inizio del Novecento, e si sofferma sulle figure di Chanel, Albini, Armani.

Diversi sono per contenuto i saggi successivi: non linee teoriche o indagini su linee storiche, ma veri e propri *case-studies* relativi ad archivi esistenti o a piccole e sorprendenti realtà artigianali. È il caso degli archivi della



Una rivista di moda degli anni Settanta

ditta pugliese Contegiacomo (studiati da Antonella De Lucia), che documentano un'intensa e validissima realtà di produzione lunga ottant'anni (1905-1984). La Contegiacomo, durante gli anni Trenta, arrivò a esportare i suoi prodotti in altri paesi del Mediterraneo, come Egitto, Siria, Libano, Tunisia, Albania, e – negli anni Sessanta – registrò il massimo periodo di attività, raggiungendo i 750 dipendenti e portando un proprio stand alla fiera di Chicago del 1962. Rita Car-

rarini (*Dalla cronaca alla storia: il ruolo delle riviste di moda*) discute il valore dei periodici italiani (e non solo) legati alla moda e ne sottolinea i cambiamenti nel corso del tempo. L'autrice individua snodi significativi nei diversi assetti redazionali, nello sviluppo di professionalità ben precise – redattori, fotografi, disegnatori – che “si specializzano nella comunicazione, sia visiva che testuale, relativa alla moda”. Le importanti pagine conclusive sono dedicate agli stru-

menti presenti in rete per valorizzare il patrimonio-moda, per lo più di matrice anglosassone o francese.

L'Italia, per cui si auspica l'avvio di progetti simili con l'apporto di diversi soggetti, potrebbe indubbiamente offrire molto in proposito.

La rivista di moda amplifica così il desiderio di chi la sfoglia e il potere delle stoffe si fonde con quello delle linee e delle figure, e delle carte. Quando Gino Boccasile disegnò le copertine per la rivista “Le grandi firme”

diede vita a oltre settanta icone femminili (siamo nel 1937-'38) e tratteggiò anche un nuovo tipo di donna (la “signorina Grandi firme”, appunto, cantata in quegli anni dal Trio Lescano) che influenzò non poco la società del tempo. Abiti, bozzetti, figure femminili che hanno popolato e forse ancora popolano i sogni di chi ha calpestato il Novecento.

Paolo Senna

Biblioteca Università Cattolica
Milano
sennapa@tiscali.it