

Museologia, Museografia, Estetica, Scenografia

Museology, Museography, Aesthetics, Scenography

Saggi
Essays

- 162 **Celebrazione *in situ* e celebrazione *ex situ*. Leggere il progetto di moda nel patrimonio tra necessità pragmatiche e valori semantici**
Simone Mauro Riccardo Bottazzi, Pietro Brunazzi

- 175 **The Cabinet of Scenographies.
Moda, Patrimonio e la Vita delle Forme Espositive**
Amath Luca Diatta

CELEBRAZIONE *IN SITU* E CELEBRAZIONE *EX SITU*

Leggere il progetto di moda nel patrimonio tra necessità pragmatiche e valori semantici

Simone Mauro Riccardo Bottazzi, Pietro Brunazzi

SCENOGRAFIA, COMUNICAZIONE, PROGETTO FIGURA - SFONDO

Il progetto di "architettura per la moda", inserito in contesti di pregi storico-artistico, va oltre l'immediatezza della promozione di una collezione o di un prodotto di moda. Una sfilata di moda infatti rappresenta oggi non solo un momento celebrativo del lavoro di una *maison* ma vuole anche attivare un processo comunicativo che lega patrimonio e *brand identity*, in cui il progetto di allestimento, seppur concretizzato in un minimo gesto formale, corrisponde ad un significativo gesto artistico ed un risultante impatto mediatico.

Alla luce del vicendevole rapporto tra i ruoli di figura e sfondo, alternamente ricoperti dal monumento o dalla collezione in sfilata, il contributo intende visualizzare la duplice vocazione estetico-comunicativa dell'evento di moda: come celebrazione *in situ*, legata alle questioni pragmatiche del progetto e dell'allestimento dell'evento e celebrazione *ex situ*, legato invece ai valori semantici di una sfilata all'interno del patrimonio. Il primo caso lega in maniera evidente il lavoro della *maison* al patrimonio artistico, sia in termini di generazione di valore economico sia in termini di avvaloramento delle scelte estetiche in relazione al valore artistico circostante. Il secondo apre riflessioni rispetto a quello che appare durante l'evento e a quello che si vuole comunicare; pur inserito in un ambiente di valore iconico e carismatico, l'evento di moda infatti costituisce una temporanea astrazione rispetto all'intorno.

SCENOGRAPHY, COMMUNICATION, PROJECT FIGURE - BACKGROUND

The project of "architecture for fashion", set in contexts of historical and artistic value, goes beyond the immediacy linked to the promotion of a collection or a fashion product. Today, a fashion show is not only a celebration of a maison's work, but also aims to activate a communication process that links heritage and brand identity, in which the staging project, albeit realised in a minimal formal gesture, corresponds to a significant artistic gesture and a resulting media impact.

In light of the reciprocal relationship between the roles of figure and background, alternately played by the monument or the collection on show, this contribution aims to visualise the dual aesthetic and communicative vocation of the fashion event: as an in situ celebration, linked to the pragmatic issues of the design and staging of the event, and an ex situ celebration, linked instead to the semantic values of a fashion show within the heritage site. The first case clearly links the work of the fashion house to artistic heritage, both in terms of generating economic value and in terms of validating aesthetic choices in relation to the surrounding artistic value. The second opens up reflections on what appears during the event and what the show wants to communicate; even when set in an iconic and charismatic environment, a fashion event is in fact a temporary abstraction that takes priority over its surroundings.

Simone Mauro Riccardo Bottazzi

Event Architect

simonemaurobottazzi@gmail.com

Pietro Brunazzi

Accademia Adrianea di Architettura e Archeologia

pietro.brunazzi@gmail.com



CELEBRAZIONE *IN SITU* E CELEBRAZIONE *EX SITU*

Leggere il progetto di moda nel patrimonio tra necessità pragmatiche e valori semantici

Simone Mauro Riccardo Bottazzi**, Pietro Brunazzi*

*Introduzione**

Nell'ambito delle multiformi realtà mirate alla promozione e spettacolarizzazione proprie del mondo della moda, si possono identificare alcune tipologie di progetto di "architettura per la moda". Si tratta di progetti inseriti in contesti di pregio storico-artistico che possono essere registrati come una nuova forma espressiva che sta acquistando un ruolo preponderante nella comunicazione del sistema-moda al punto da diventare autentiche manifestazioni estetiche, stimolanti la nostra capacità percettiva e conoscitiva del patrimonio. Questi progetti rivelano una profonda esperienza pragmatico/progettuale per la realizzazione di allestimenti di breve durata formale ma di profonda permanenza semantico/iconica, in grado di legare la *brand identity* dell'azienda all'immagine riconoscibile del patrimonio. Al fine di approfondire questa forma di valorizzazione del patrimonio, il contributo indaga alcune esperienze di *fashion shows* in contesti di rilievo storico-artistico, in cui, il progetto allestitivo, seppur concretizzato in un minimo gesto formale ha coinciso con un profondo impatto mediatico, rispetto a evidenti dinamiche economiche, e con un significativo gesto artistico [Fig. 1].

Il contributo visualizza quindi la duplice valenza pragmatico/professionale e semantico/estetica del progetto di "architettura per la moda": infatti, a partire da una discussione sugli aspetti pragmatici del progetto (e.g. la scelta del sito e come questo si possa legare all'immagine della *maison*; l'individuazione delle principali figure operative del processo, dal ruolo dell'architetto al contributo del direttore creativo; il confronto rispetto ad altre figure professionali; l'eventuale contributo da parte degli organi preposti alla tutela al fine della realizzazione di un evento che conduca ad un'autentica valorizzazione del patrimonio, ...) tramite dell'approfondimento di due casi magistrali di *fashion shows* allestiti negli ultimi anni in contesti di pregio e, successivamente, nell'ottica di un'esaustiva indagine sul metodo del progetto di moda nel patrimonio, prenderà la forma di una riflessione di alcuni possibili codici estetico-narrativi attuati dal progetto rispetto alle dinamiche di oscillazione nel rapporto figura-sfondo e della sua narrazione semantica.

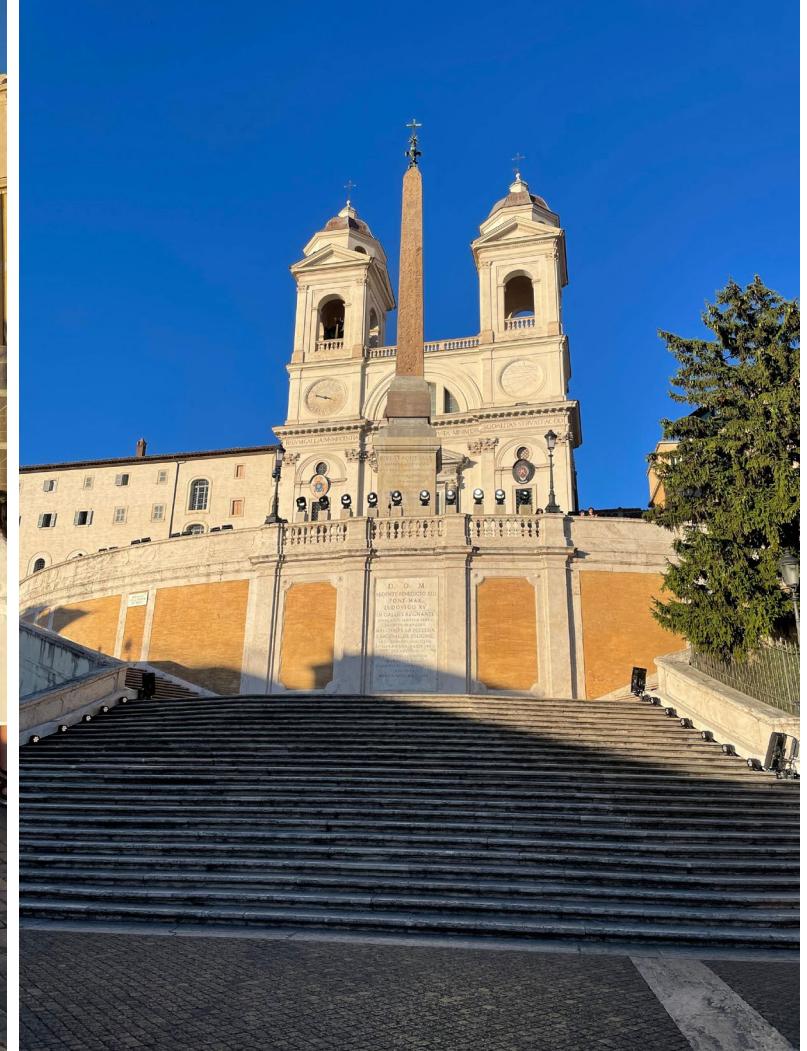
*Una duplice chiave di interpretazione del progetto di moda nel patrimonio**

Un aspetto paradossale del gusto contemporaneo è che, seppur tempo di consumo delle forme, per il rapido avvicendamento di nuovi nuovi codici ideologici, è in verità uno dei periodi storici in cui le forme si recuperano con maggiore intensità, e si conservano al di là della apparente obsolescenza. Di fronte al chiaro fine commerciale-identitario, il progetto di architettura per la moda in ambientazioni di rilievo artistico e monumentale, riassumibile come "architettura per la moda nel patrimonio", rappresenta un movimento di riconoscimento di contesti originari e creazione di altri contesti: si tratta di una decontestualizzazione del segno (prodotto di moda) e del suo reinserimento in un contesto nuovo (il patrimonio) che lo carica di un nuovo significato (Eco 1994, 213-214). Questo particolare metodo di progetto, inquadrato nella sua dimensione multiscalare dall'oggetto di design fino alla dimensione della scenografia urbana, può essere indagato nella cornice di due codici iconico-narrativi: celebrazione *in situ* e celebrazione *ex situ*.

Nel quadro di una celebrazione *in situ*, l'evento di moda nel patrimonio si configura come una manifestazione che lega in maniera evidente il lavoro della *maison* al patrimonio artistico, sia in termini di generazione di valore economico sia in termini di avvaloramento delle scelte estetiche: il valore del prodotto di moda corrisponde e si confronta direttamente con il valore artistico circostante. Diversamente, la dinamica della celebrazione *ex situ* apre fronti di riflessione rispetto a quello che appare durante l'evento e a quello che si vuole comunicare. Pur inserito in un ambiente di valore iconico e carismatico, l'evento di moda costituisce

1

Legame iconico tra prodotto di moda e patrimonio monumentale, foto di Simone Mauro Riccardo Bottazzi



una temporanea astrazione in cui ciò che accade *on stage* acquista importanza prioritaria rispetto all'intorno. La sottile differenza tra queste declinazioni sta nel gradiente comunicativo messo in gioco dalla volontà del progetto: le sfilate di moda, seppur effimere, possono essere analizzate come eventi composti da elementi semiotici che, combinati tra loro, generano una varietà di significati che determinano un'impressione complessiva per cui forniscono informazioni aggiuntive rispetto ai luoghi di patrimonio entro cui sono inserite. Ciascun evento di moda configura allo stesso tempo una celebrazione *in situ* ed *ex situ* poiché, allo stesso tempo, vengono attuate le corrispondenti dinamiche estetiche e comunicative. Tuttavia, nell'ottica dell'approfondimento della duplice natura dell'evento, si possono identificare alcuni caratteri salienti propri di ogni declinazione della celebrazione; di conseguenza, rispetto alla celebrazione *in situ*, prevale l'analisi della componente pratico/pragmatica del progetto che indaga l'aspetto più stimolante del "come si fa", oltre ai tempi e ai modi che mettono in relazione i professionisti del e il regime vincolistico. Diversamente, nell'ottica della celebrazione *ex situ* prevale l'analisi semantica, in quanto basato su un sistema di segni volti alla comunicazione; in questo caso l'interpretazione può essere diversa, a seconda del grado di inclusione degli elementi del patrimonio nell'evento, o del grado di relazione o rilevanza che il pubblico osserva tra l'evento e il luogo fino a determinare diversi significati per ciascuna sfilata.

2

The Beginning, Line-up delle modelle, foto di Simone Mauro Riccardo Bottazzi

3-4

The Beginning, Il patrimonio esistente diventa l'unica scenografia dell'evento, foto di Simone Mauro Riccardo Bottazzi

5

The Beginning, La rete di servizi e impiantistica è stata progettata per integrarsi con il monumento, foto di Simone Mauro Riccardo Bottazzi

*Componente pragmatica del progetto***

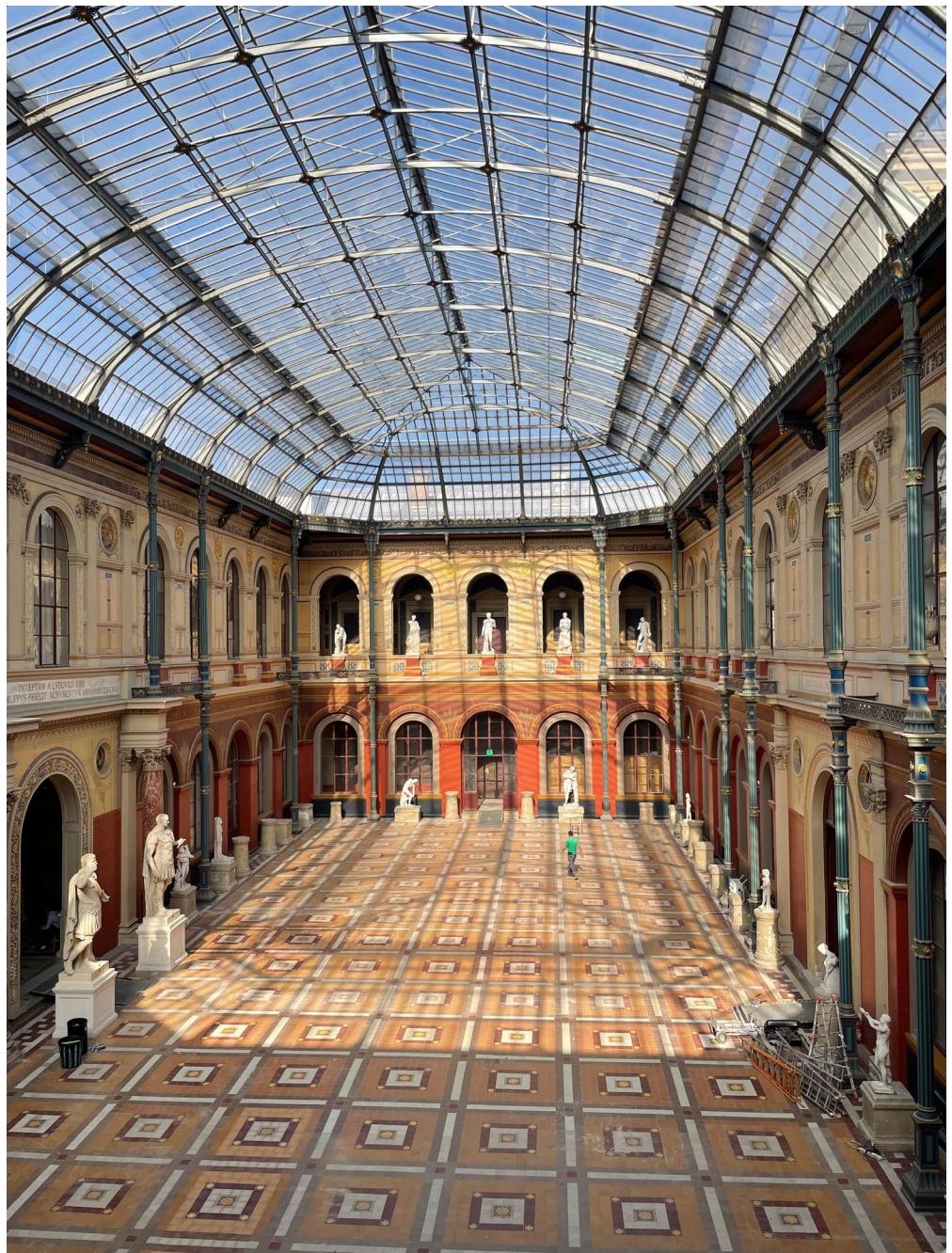
La questione pragmatica sul mondo degli eventi e nello specifico dei *fashion show* è difficilmente riconducibile ad un unico approccio operativo; ogni evento è un'esperienza lavorativa a sé stante, seppur caratterizzata da alcune costanti formali. Innanzitutto, il posizionamento del brand sul mercato e la sua cultura identitaria definiscono alcuni valori che guideranno il progetto alla luce delle scelte del direttore creativo. L'investimento economico allocato al singolo *show* costituisce sicuramente un aspetto fondamentale come sintesi di un livello più raffinato di strategia di comunicazione e marketing uniti alla sensibilità del direttore creativo: quale collezione verrà presentata? quale tipo di palcoscenico si adatta meglio al racconto che la contraddistingue? La decisione può essere specifica per la collezione o parte dell'imprinting dato dal direttore creativo al *brand*. Per arrivare ad esempi pratici,



una prima distinzione si può fare tra marchi quali Gucci, Balenciaga o Diesel - volutamente esempi molto distanti tra loro - ma uniti dalla comune scelta di sfilare con allestimenti grandiosi, in veri e propri "set cinematografici", spesso costruiti in grandi spazi asettici, con l'obiettivo di cancellare il mondo reale e trasportare ospiti e collezione in un universo parallelo. All'estremo opposto ci sono *brand* che non vogliono distrarre il pubblico dal prodotto e di conseguenza adottano un setup minimale (che pur richiede attenta progettazione). Tra i due estremi si collocano due diversi *cluster*: i *brand* che puntano alle performance, anche a costo di distrarre dalla collezione pur di creare un momento mediatico (come nel caso di alcune collezioni uomo di Louis Vuitton o di Coperni, allestite nella cornice di show high-tech), e i *brand* che sono riconducibili ad un ideale romantico con *location* straordinarie da popolare con collezioni paragonabili ad opere d'arte, come nel caso di Dolce&Gabbana o Valentino, in particolare durante l'esperienza di Pierpaolo Piccioli.

Il patrimonio diventa allora il set principale e le proposte su cui si può lavorare sono relative a pochi dettagli visibili (il materiale della passerella, la seduta, il rivestimento degli elementi tecnici indispensabili, la tipologia di fonte luminosa o l'eventuale performance di accompagnamento), mentre il resto deve diventare invisibile o integrato. A monte di un intenso processo progettuale che vede interfacciarsi agenzia e *brand*, il regime vincolistico di tutela definisce i perimetri di lavoro generali su cui strutturare una proposta che possa garantire il rispetto del patrimonio e la riuscita dello show.

Lo spazio di manovra, basato sullo scambio di immagine e impatto mediatico, va interpretato come una fiducia che le autorità possono riporre nella visibilità del *brand*; dovesse avvenire una qualche forma di danneggiamento, oltre alla gravità del danno in sé al patrimonio storico, ne conseguirebbe un immenso danno di immagine, di conseguenza ogni *brand* ha interesse primario nell'eseguire i lavori a regola d'arte, adattandosi dove possibile a tutte le richieste pervenute dagli organi di tutela. Alla luce di questa specifica emerge già un profilo che delinea i criteri di scelta della *location* cui va aggiunta la distinzione, fondamentale, tra collezioni *prêt-à-porter* e *haute couture*. Le prime vengono strutturate per lo più durante le canoniche settimane della moda, in cui la concentrazione di attività è tale da costringere i marchi a muoversi anche con un anno di anticipo per potersi garantire le location più gettonate (per posizione e feature specifiche adatte ad accogliere il pubblico e/o



gli allestimenti). Esistono tuttavia innumerevoli casi di *brand* meno imponenti che, per varie necessità, lavorano con sole due o tre settimane di anticipo.

In questa varietà di casi spesso l'agenzia, basandosi su un *brief* (creativo e tecnico) produce una ricerca location da proporre al *brand*, cui seguiranno sopralluoghi e valutazioni congiunte tra agenzia/team eventi e *brand*/direttore creativo.

Le collezioni *haute couture*, invece, pur avendo un proprio calendario di appartenenza, sono per natura eventi unici che ambiscono ad avere una risonanza globale e, di conseguenza, distaccandosi spesso dalle tradizionali ambientazioni, il tema della scelta della location, proposto direttamente dal *brand* all'agenzia di produzione, viene affrontato con almeno sei o otto mesi di anticipo.

Le specifiche che distinguono collezioni *haute couture* e *prêt-à-porter* influenzano l'intero approccio al progetto e all'intervento rispetto al contesto. Nel caso dell'evento di alta moda, virato ad una risonanza mediatica globale, il posizionamento fuori sia dal calendario delle settimane della moda e sia dalle città canonicamente indicate porta ad un maggiore impegno in ottica della memorabilità dell'evento prediligendo quindi location irripetibili, difficilmente replicabili come allestimento scenografico *on stage*. Al contrario, la sfilata di una collezione *prêt-à-porter* cerca di offrire, per quanto riguarda la scelta della location, una prospettiva

6

L'Ecole, Salone del Palais des Etudes prima dell'allestimento, foto di Simone Mauro Riccardo Bottazzi

nuova all'interno di un contesto già conosciuto, al fine di interpretare diversamente i luoghi della città.

I grandi allestimenti possono poi richiedere anche mesi di lavoro, ma l'allestimento di una sfilata generalmente si concretizza come un'operazione compresa tra i due e i dieci giorni, fino al caso di allestimenti realizzati in poche ore. Il lungo processo decisionale e progettuale si concretizza poi in un evento di brevissima durata, solitamente tra i 10 e i 25 minuti; questa caratteristica rende le sfilate di moda una categoria di eventi che non permettono modifiche in corso d'opera e spesso mesi di lavoro devono essere condensati ed eseguiti perfettamente in questo intervallo.

Nonostante tutte le possibili declinazioni del progetto, esistono alcune costanti necessarie al suo svolgimento e alla sua fruizione. Si tratta degli spazi "back of house" che, parallelamente al consolidamento di calendari fitti di eventi e alla presenza di più figure professionali, richiedono un'attenta progettazione. Questi spazi possono essere ricondotti entro tre macrocategorie in base a chi vi opera: gli spazi per modelli e modelle, protagonisti della sfilata; gli spazi per il lavoro di fotografi e make-up artists che preparano i modelli, spesso in sovrapposizione agli spazi loro dedicati; e gli spazi della regia, invisibili ma necessari. Nella prima categoria rientra il *back stage*, singolo spazio più importante in cui diverse figure professionali sono presenti in contemporanea per preparare l'evento. La maggiore importanza di questo spazio rispetto a quello della sfilata stessa è dovuta al ruolo nevralgico che qui si svolge: senza gli adeguati preparativi andrebbe perso il focus dell'evento, ovvero la presentazione dei capi della collezione. Di questo fanno parte gli spazi utilizzati dai modelli per cambiarsi, di solito separati per genere e con eventuali camerini dedicati a personaggi di spicco (top models, celebrity, performer). Questo spazio dev'essere privato e sicuro in quanto ospiterà una collezione ancora inedita e deve garantire un flusso rapido di preparazione. In questo contesto una fase progettuale rispettosa di alcuni standard è cruciale alla buona riuscita dello

7-8

L'Ecole, Sistema di podi nelle diverse fasi di allestimento, foto di Simone Mauro Riccardo Bottazzi



show. I team di lavoro, specialmente nel caso degli operatori del reparto hair & make-up, arrivano poche ore prima della sfilata - verosimilmente provenienti dalla precedente e diretti alla successiva - e necessitano di ritrovare spazi simili e con dotazioni comuni.

In fase progettuale è fondamentale prevedere anche alcuni spazi "astratti" cui però dedicare adeguata attenzione: trattasi dello spazio per la *line-up* [Fig. 2], ovvero la fila in cui si disporranno i modelli prima di uscire durante la sfilata lungo la quale vengono segnati i nomi dei modelli in base al *running order* definito dallo stilista e dal suo team, e lo spazio per il "first look", piccolo set fotografico indipendente in cui, insieme agli elementi principali della sfilata, vengono scattate foto ai modelli da pubblicare a mezzo social o su riviste. Gli spazi regia infine rappresentano un elemento progettuale autonomo, declinato in due *cluster*: luci/audio e video/streaming. Il primo deve generalmente avere una visibilità diretta sullo stage per verificare il corretto funzionamento del sistema luci (programmate o gestite live) e audio (preregistrato o performance live), mentre il secondo può anche essere dislocato separatamente, in cui il setup è già pronto e richiede solamente il cablaggio verso le videocamere individuali e la sala sfilata.

Sicuramente nella scelta di una location i professionisti che avranno esigenza di questi spazi devono essere preventivamente coinvolti in quanto, in assenza di possibilità di realizzare uno o più spazi tecnici, potrebbe non essere possibile svolgere l'evento. Al pari della collezione e dell'evento, la presenza del pubblico costituisce un elemento identitario di ogni sfilata definito caso per caso. Il disegno della sfilata deve andare di pari passo con la disposizione degli ospiti e vanno fatte considerazioni a priori: nell'approccio più tradizionale degli ultimi anni viene disegnato un percorso di passerella lungo il quale vengono disposti gli spettatori - idealmente puntando a massimizzare la prima fila in quanto più ambita e limitandosi solitamente ad avere al massimo due file.

Sono però innumerevoli i casi in cui il progetto prevede sedute che si discostano da questo

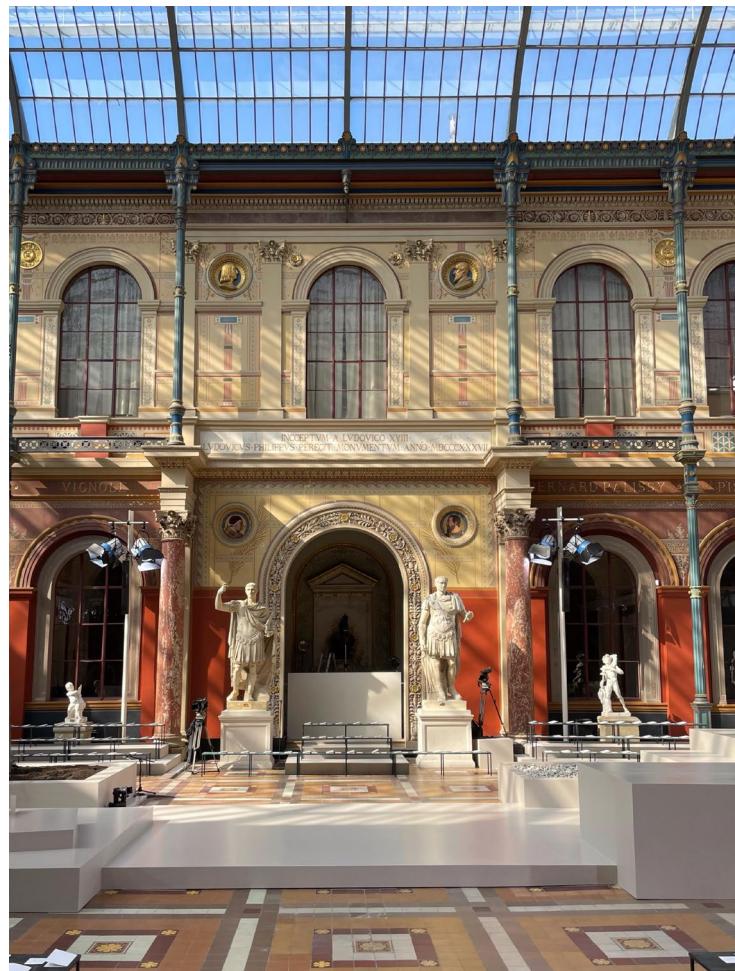


9

L'Ecole, Sedute lavorate in rame ossidato, foto di Simone Mauro Riccardo Bottazzi



10
L'Ecole, Artisti e performer durante le prove, foto di Simone Mauro Riccardo Bottazzi



11
L'Ecole, Decoro del salone in stile pompeiano, foto di Simone Mauro Riccardo Bottazzi

iter: in molti spazi - per esigenze di spettacolo - vengono progettate gradinate, orientate in modi diversi rispetto allo show. Il seating degli ospiti ha un'importanza strategica per cui a tutti va ugualmente garantita la visibilità dello show. Esiste certamente una "gerarchia" nella collocazione degli ospiti in posizioni più o meno privilegiate, in base alla prossimità ai vari punti della sfilata: agli ospiti VIP viene garantita la priorità nella visione dell'uscita di modelle e modelli, congiuntamente a ragionamenti legati anche alle riprese ed inquadrature, per cui determinati personaggi, spesso celebrities, vengono posizionati strategicamente a favore di obiettivo fotografico.

*Semantica del progetto**

Parallelamente all'operazione della celebrazione *in situ*, immediatamente recepita come allestimento di eventi che lega in maniera evidente maison e patrimonio, la dinamica *ex situ* apre ulteriori fronti di riflessione rispetto a quello che appare durante l'evento e al fine dell'intento comunicativo.

La progettazione di scenografie per eventi di moda è essenzialmente un fatto di comunicazione, ben oltre la sua funzione primaria. Le oscillazioni vicendevoli tra le forme del progetto e i contesti si traducono in configurazioni fisicamente stabili (e descrivibili oggettivamente in quanto significanti, immagini di una forma osservabile e descrivibile) che messe in relazione ad accadimenti che conferiscono loro nuovi significati (immagine mentale della cosa, variabile a seconda dei codici). Le possibilità comunicative della celebrazione *ex situ* si generano dal rapporto tra forme significanti e significati messe in relazione durante l'evento di moda all'interno del patrimonio, riconosciute in base a codici che fanno riferimento alla loro manifestazione architettonica più o meno visibile.

Le oscillazioni significante-significato corrispondono a oscillazioni tra configurazioni fisicamente stabili, che identificano il rapporto figura-sfondo, e le diverse percezioni della moda e del patrimonio. Pur trattandosi di un evento di carattere temporaneo, derivante dalla natura stessa dei processi di consumo, l'evento di moda propone anche le condizioni per



un recupero della presenza semantica del patrimonio. In questi termini, la presenza di una “passerella” in una sfilata risulta un modello ormai assimilato, per cui la sua funzione è data per certa e passa in secondo piano rispetto al risultato comunicativo nel contesto di intervento. La forma artistica viene comunicata attraverso la sua stessa struttura che, in virtù della sua irruzione entro un particolare contesto, ne accresce il valore informativo (Dorfles 2004, 91). Stabilito quindi che il progetto di architettura per la moda sia volto alla comunicazione, può anche essere considerato come un sistema di segni da indagare attraverso schemi semiologici che registrano oscillazioni nel rapporto figura-sfondo. Le dimostrazioni sull’articolazione “figura-sfondo” attribuiscono alla figura un carattere oggettuale maggiormente pronunciato rispetto allo sfondo, in termini per cui la figura ha un aspetto più solido e possiede maggior risalto dello sfondo, fino ad apparire come un pieno che emerge di fronte ad un vuoto (Kanisza 1980, 44). Il comprarire come “figura” di una porzione di campo fa sì che assuma caratteristiche percettive diverse da quelle dell’ambiente circostante sintetizzato come “sfondo”. In quest’ottica, nello stesso modo in cui alcuni *brand* di moda sono stati presi a riferimento per indagare la componente pragmatica del progetto, alcuni casi possono essere approfonditi alla luce del progetto semantico capace di tradursi in forme sempre nuove e carismatiche. Nello specifico il contributo mette a confronto le oscillazioni tra figura e sfondo che hanno caratterizzato due show progettati per la maison Valentino: *The Beginning* e *L’Ecole*, allestiti rispettivamente a luglio 2022 e settembre 2023, entrambi costituiti da una sfilata di moda e una performance artistica. I due casi individuano due distinti codici, sia dal punto di vista della narrazione (codice narrativo) sia da quello della manifestazione ultima del progetto (codice iconico) e registrano un’oscillazione nel rapporto figura-sfondo, dove la “figura” è canonicamente riconosciuta in rilievo rispetto allo sfondo.

Nel caso della sfilata *The Beginning*, snodatasi tra la Scalinata di Trinità dei Monti e Palazzo Gabrielli-Mignanelli a Roma [Fig. 3, Fig. 4] ogni superfetazione allestitiva scompare, la presenza del patrimonio diventa l’unica scenografia formale di riferimento, in questo caso lo sfondo ha un carattere formale maggiormente riconoscibile e diventa esso stesso progetto. La passerella e le strutture di supporto scompaiono riservando alla scenografia del patrimonio il ruolo di autentico oggetto di rilievo su cui allestire la collezione [Fig. 5].

Differentemente, nel caso di *L’Ecole*, ambientata all’interno del cortile vetrato del *Palais des Etudes* di Parigi [Fig. 6], lo sfondo scenografico abbandona un ruolo di rilievo e tutta la scena ruota attorno al sistema di podi e sedute, progettato e realizzato *ex novo*, a supporto dell’allestimento e dell’esibizione [Fig. 7, Fig. 8]. Questi costituiscono le uniche eccezioni di un allestimento neutro: le sedute sono lavorate come rame ossidato [Fig. 9] a memoria della statua di Igor Mitoraj presente del cortile di Palazzo Mignanelli a Roma, sede degli uffici della maison, e il palco centrale è costituito da quattro podi che ospitano altrettante vasche piene di sabbia, ghiaia, sassi e terra, fulcro della successiva performance [Fig. 10]. Il monumento, pur di rilievo artistico e storico per il tentativo ottocentesco di rievocazione delle ambientazioni delle *domus* pompeiane [Fig. 11], passa in posizione di sfondo, difficilmente confrontabile con il rilievo che acquista la struttura a podi attorno cui ruota la sfilata. Queste oscillazioni tra figura e sfondo vengono registrate anche dalla prossemica di spettatori e modelli all’interno dello spazio, intesa anch’essa come momento comunicativo: a Roma gli spettatori sono stati collocati “di fronte” alla scenografia, con la possibilità di mettere a diretto confronto la collezione e il patrimonio [Fig. 12], mentre a Parigi la scenografia fissa è posta “alle spalle” del pubblico, rivolto esclusivamente verso l’allestimento dello spettacolo centrale [Fig. 13]. I due casi mostrano come, nel caso della celebrazione *ex situ*, il progetto di eventi all’interno del patrimonio possa proporre diversi gradienti di astrazione, dal legame simbolico e semantico con la scenografia monumentale che viene celebrata e resa unica protagonista della scena fino all’allestimento che usa il patrimonio come semplice contenitore e sfondo che non si relaziona con il progetto e l’azione.



L'Ecole, Lo sfondo monumentale passa in secondo piano rispetto a sfilata e performance, foto di Simone
Mauro Riccardo Bottazzi

Conclusioni*

Al fine di scongiurare il rischio di svuotamento della potenza significante originaria del patrimonio, le forme effimere del progetto di moda devono necessariamente arricchirne il significato. Questa operazione di *styling* ne ridisegna la veste simbolica per una funzione secondaria che, da una parte, si consuma più rapidamente ma, dall'altra, non inficia lo sfondo culturale in cui si inserisce. Si restituiscono quasi tutti i sottocodici connotativi originari ma li si complicano con codici di arricchimento tramite fissioni semantiche, ovvero la riscoperta di forme del passato inserite in progetti dal diverso significato (Eco 1994, 218). Questo significa che il patrimonio non sarà vittima dei medesimi processi di obsolescenza e consumo cui è sottoposto il sistema-moda, piuttosto, il progetto entro il patrimonio diventerà stimolo e comunicazione di ulteriori operazioni possibili, atte ad adeguarlo continuamente alle situazioni mutevoli dello sviluppo storico. In tal senso, il progetto di moda per il patrimonio affronta la sfida di dover proporre significati alle cose che, anziché esercitare una facile filologia nei confronti del passato, implichii un'invenzione di codici nuovi. Le riscoperte qualità scenografiche del patrimonio antico diventano guida per la progettazione del futuro linguaggio della moda, il quale, avvalorato dal nuovo riferimento di figura-sfondo, acquisisce autonomia per la riscoperta e l'invenzione di segni e forme di consumo.

Riferimenti

- DORFLES, Gillo. 2004. *Le oscillazioni del gusto. L'arte di oggi tra tecnocrazia e consumismo*. Skyra.
- ECO, Umberto. 1984. *La struttura assente. La ricerca semiotica e il metodo strutturale*. Bompiani.
- KANISZA, Gateano. 1980. *Grammatica del vedere. saggi su percezione e gestalt*. Il Mulino.
- SAMBIN, Marco, and Lucio MARCATO. 1999. *Percezione e architettura*. Raffaello Cortina Editore.
- CALABI, Clotilde. 2009. *Filosofia della percezione*. Editori Laterza