

SCHIAPARELLI E PRADA: CONVERSAZIONI IMPOSSIBILI

Narrare un brand attraverso i materiali

Nel 1982, sei anni prima che Miuccia Prada debuttasse con la sua prima collezione pret à porter, Susan Sidlauskas nel catalogo a corredo della mostra *Intimate architecture: Contemporary clothing design* definì Elsa Schiaparelli, insieme a Madeleine Vionnet, una “scultrice del tessuto” per via dell’interesse che la stilista aveva mostrato per i temi spaziali e strutturali. Schiaparelli non aveva una formazione da sarta, né da couturier, era una giovane rampolla di una famiglia aristocratica cresciuta tra agi e cultura alla quale mai era stato richiesto di rammendare una toppa o fare un orlo a una gonna. Irrequieta di fronte al destino che si

rivoluzioni femministe - nel 1917 si trasferisce a New York per scappare dalla guerra e lì il matrimonio con il marito si incrina e finisce. Entra, grazie a una conoscenza comune, nella cricca di Man Ray, coacervo di avanguardie artistiche e nel 1922 quando ritorna a Parigi comincia a pensare di produrre abiti. Il bacino di esperienze alle quali Schiaparelli poteva attingere era unico per una donna del 1920, per questo decide di porsi in discontinuità con quanto era stato fatto prima di lei e di puntare sull’abbigliamento sportivo femminile. Schiaparelli fin dalla sua prima collezione pone al centro il prodotto e la ricerca dei tessuti, esplorando nuove tecniche e metodi di lavorazione. A differenza di Chanel o Vionnet che avevano lavorato direttamente sul taglio dei capi, riflettendo le loro capacità



IG by @schiaparelli

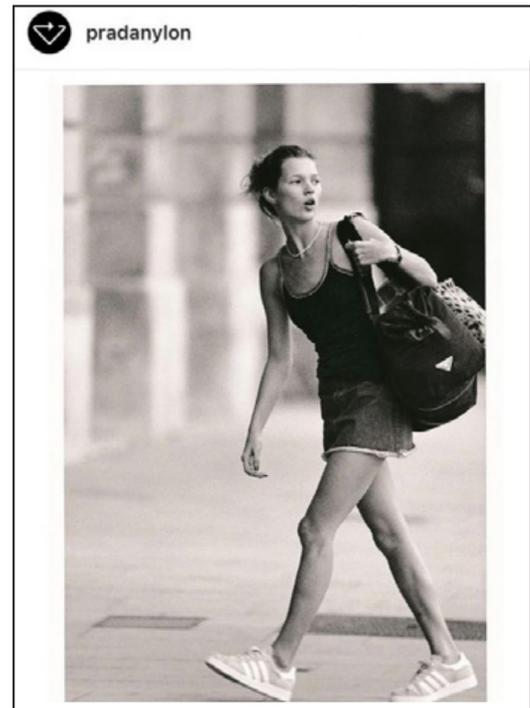
prospettava per una donna nei primi anni del '900, grazie alle illustri conoscenze della sua famiglia riesce prima a trasferirsi a Londra, dove si sposa nel 1914, quando la città è invasa dalle manifestazioni delle suffragette anche la produzione di Miuccia Prada sarà segnato



IG by @elsa.schiaparelli_



Kate Moss in una campagna di Prada
IG by @andreakoeppellighting



@IG by pradanylon

tecniche, Schiaparelli non sa come si taglia un abito, sa però scegliere chi potrebbe farlo per lei, e soprattutto sa che cosa chiedere al tessuto. Infatti, se il titolo di “scultrice del tessuto” dato da Sidlauskas a Vionnet si confà all’approccio “Michelangiolesco” che la stilista aveva nel suo lavoro, nel quale si operava per sottrazione della materia: si toglieva in modo tale che l’idea, preesistente all’atto creativo, uscisse; nel caso di Schiaparelli la creatività aveva invece il dominio sulla materia. Schiaparelli imponeva alla materia di plasmarsi: cercava di renderla qualcosa che non era, cercava attraverso l’uso sapiente del tessuto di creare degli spazi nuovi, ciò che non c’era lei lo disegnava, ciò che non andava bene lo correggeva. Nel 1935 produce un capo che diventa distintivo nella sua produzione: la “cappe de verre”. Una mantella realizzata con il rhodophane, una resina plastica trasparente, simile al plexiglass, che aveva un aspetto per tutto simile a quello del cristallo; Schiaparelli potesse introdurre il concetto di “surrealismo nella moda”,

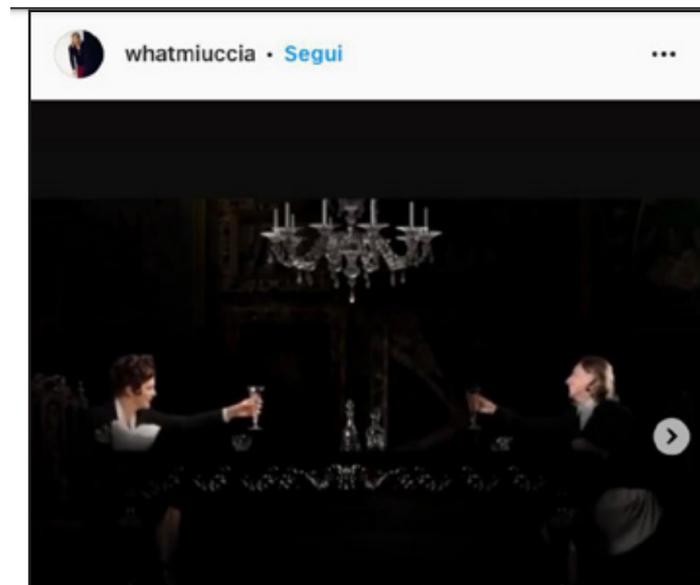
combinando elementi artistici con la praticità degli abiti, prendendo l’idea di una materia e trasponendola su un’altra dando l’illusione di poter realizzare qualsiasi cosa. Miuccia Prada, come Schiaparelli, non ha una formazione tecnica, si è occupata per lungo tempo d’altro, leggenda narra infatti che la signora sfilasse vestita Saint Laurent durante i moti del sessantotto e che lavasse le pentole sporche di sugo nella sezione romane del PCI; insomma è come la Schiap una ribelle antiborghese che dopo l’adolescenza e la prima giovinezza cerca di coniugare nella moda l’educazione familiare e quella sentimentale-creativa, diventando una delle innovatrici del codice vestimentario contemporaneo. Come Schiap Prada non sa cucire, come Schiap Prada è una secciona e si lascia contaminare da tutto, come Schiap Prada punta sui materiali. Prima di avventurarsi nei meandri dello stilismo la Miuccia rimane fedele alla linea familiare producendo una borsa, solo che non la realizza in pelle bensì in nylon. è il 1978 e ci si domanda come mai si dovrebbe acquistare

un oggetto fatto di materiali di poco pregio, nel 1984 viene lanciato lo zaino, sempre in nylon, dieci anni più tardi il nylon viene introdotto anche nelle collezioni pret à porter. Il nylon diventa la struttura portante del marchio Prada, oltre che una dichiarazione programmatica di innovatività e ricerca, un brand nato per la commercializzazione di pelletteria si rigenera proiettandosi nel futuro e forgiando una nuova definizione di lusso. Nel 2012 il Metropolitan Museum of Art di New York consacra questa eredità assunta ospitando la mostra "Schiaparelli & Prada: impossible conversations" nella quale i curatori Andrew Bolton e Harold Coda hanno costruito una serie di analogie tra le due stiliste accostando i loro capi e rilevando differenze analogie nei loro lavori. A corredo della mostra alcuni filmati girati da Buz Luhrmann in cui si inscenano delle conversazioni, sul calco di quelle impossibili comparse negli anni '30 su Vanity Fair, tra Elsa Schiaparelli, interpretata da Judy Davis, e la signora Prada; le due, sedute agli antipodi di una tavola lunghissima e spoglia, adornata soltanto con due bicchieri di cristallo, parlano e si confrontano sul modo in cui approcciano temi simili ottenendo risultati diversi. Ed è talmente intimo, talmente bello, che anche in questo caso l'inganno di Schiaparelli funziona, sembra quasi vero.

Matilda Ferraris



Copertina del libro della nostra impossible conversationIG by @thejewelrylibrary



IG by @whatmiuccia