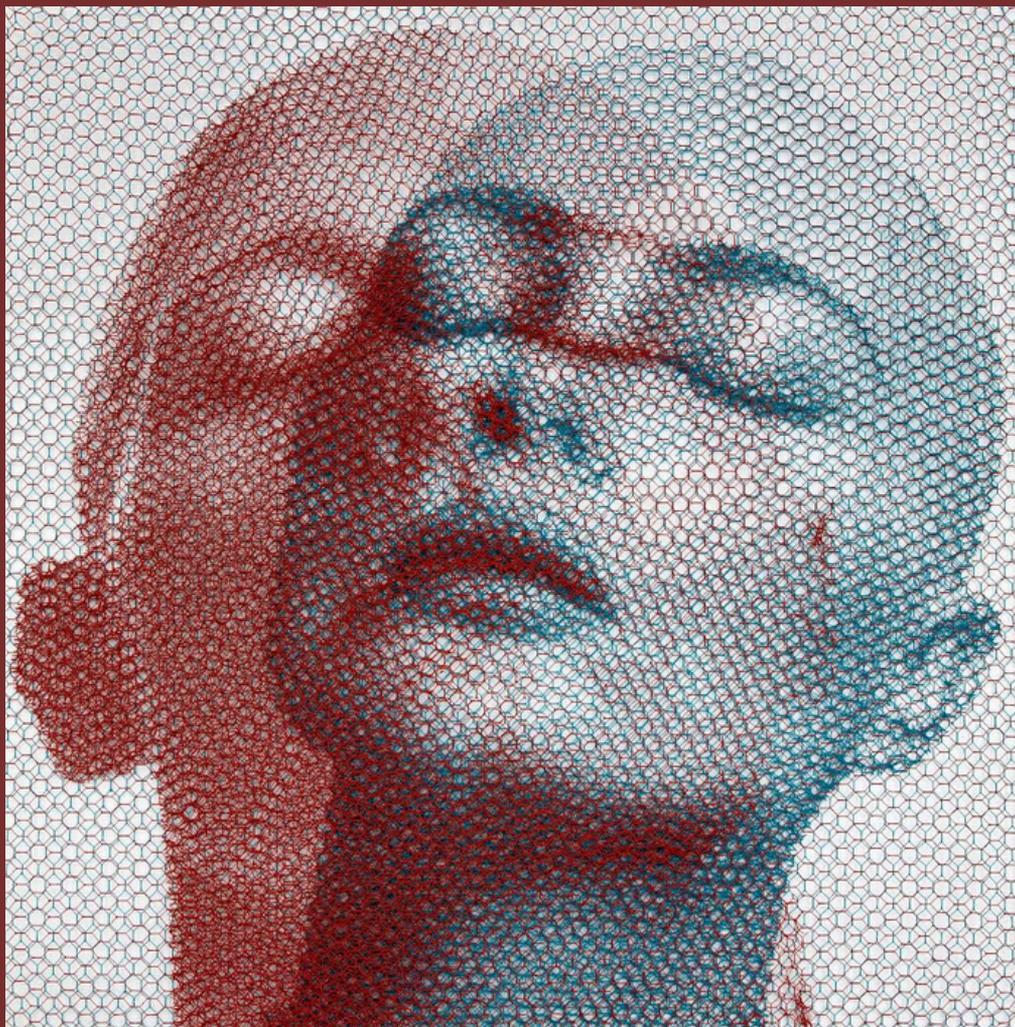


GROUNDBREAKING



EVERLASTING

GROUNDBREAKING



EVERLASTING

In copertina:

Giorgio Tentolini

No One - 051292, 2023

rete metallica cyan e bordeaux

tagliata a mano e sovrapposta a fondale bianco

95x95cm, GT230205

Colossi Arte Contemporanea, Brescia

Giorgio Tentolini

No One - 041294, 2023

rete metallica turchese e rossa

tagliata a mano e sovrapposta a fondale bianco

95x95cm, GT230207

Colossi Arte Contemporanea, Brescia



Direttore responsabile

Emanuela Scarpellini

Direttore editoriale

Angelo Ruggeri

Redazione

Cecilia Chiara Cracco

Mariavittoria Galeazzi

Fiorenza De Gregorio

Douglas Limongi

Lucie Mistrulli

Andrea Petrella

Sara Vona

Segreteria di redazione

Sara Vona

Correttore di bozze

Douglas Limongi

Grafica

Douglas Limongi

Impaginazione e versione digitale

Cecilia Chiara Cracco

Mariavittoria Galeazzi

Fiorenza De Gregorio

Douglas Limongi

numero 9 (2024)

<http://riviste.unimi.it/index.php/groungbreaking>

Autorizzazione del Tribunale di Milano n. 304 del 5 dicembre 2016

Rivista dell'Università degli Studi di Milano ISSN: 2531-7296

INDICE

1. EDITORIALE	7
2. STILE ATENEIO	8
3. MODA	
• Il mondo delle borse second hand di Selvaggia May	12
• Cool ladies: le donne agé che dettano tendenze	17
• Is luxury makeup still a thing?	28
• Dead in 2012? Indie sleaze e il tornare alle estetiche del passato	36
• Il vestito femminile tra politically correct e self confidence	42
• Naked dress: oltre lo shock, verso l'empowerment femminile	47
• Il fashion system sempre più impaurito dell'AI	54
• Rodeo Revival	57
• Fashion Amarcord	62
4. I FILI DELL'INFLUENCING	65
5. ARTE E DESIGN	
• Giorgio Tentolini: "Con la mia arte voglio denunciare la bellezza"	69
• Eternit e faux fur per (ri)scoprire Pino Pascali	84
• Dal cuore alle mani. L'amore per il Made in Italy si conferma eccellenza artigianale	92
• Masterly; the Dutch in Milan	102

6. TEATRO, MUSICA E CINEMA

- Priscilla: female gaze sulla storia d'amore per
eccellenza 114
- Unapologetic. Madonna: coraggio e sovversione 122
- La moda diventa protagonista delle serie tv più cool 128
- Fantasmagoria Callas: l'icona dell'opera al Teatro alla
Scala 135
- Back to the 90's 146

7. PER SAPERNE DI PIÙ

148

EDITORIALE

Everlasting. Ovvero, eterno. Eterno come un amore incondizionato.

Il tema di questo nuovo numero di Groundbreaking vuole celebrare il tempo in rapporto con la realtà che viviamo ogni giorno. Il tempo che racconta le tendenze della moda. Il tempo che dirige la musica. Il tempo che definisce l'arte e viceversa. Come quella di Giorgio Tentolini, artista contemporaneo le cui opere sono esposte anche alla Biennale d'Arte di Venezia 2024 e, da oggi, anche sulle due copertine - in anteprima e da collezionare - di questo magazine.

Con grande orgoglio lo diciamo: questo nostro progetto editoriale, anno dopo anno, sta crescendo, sta facendo emozionare il lettore, sta ridefinendo il concetto di creatività delle nuove generazioni, sta descrivendo una nuova armonia tra testa e cuore. Senza malinconia né nostalgia: solo con passione e determinazione. Godetevi questo nuovo numero, perché profuma di modernità e sfida. La nostra sfida. Buona lettura.

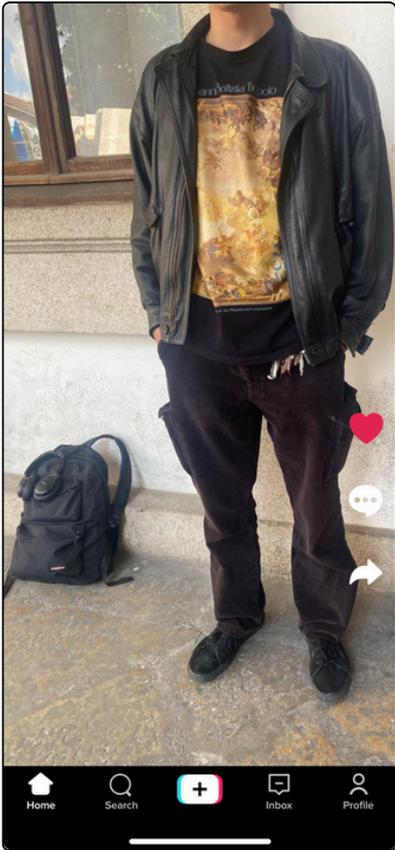
La redazione

Stile Ateneo

Moda ed eleganza tra le vie della città:
l'università diventa passerella



Stile Ateneo



Stile Ateneo



MODA

IL MONDO DELLE BORSE SECOND HAND DI SELVAGGIA MAY

“All'epoca i miei risparmi non erano abbastanza per entrare in una boutique e così sono approdata sui siti di articoli usati”, come una passione si è trasformata in lavoro

di Cecilia Chiara Cracco

Alessia Migliavacca, per tutti Selvaggia May, è una giovane influencer che si dedica alla ricerca di borse di seconda mano. Nasce a Pavia in una famiglia semplice e sin da piccola mostra una grande passione per gli accessori di lusso. I prezzi sono inavvicinabili, ma lei non si dà per vinta e sviluppa una grande abilità nel trovare i migliori affari di borse pre-loved. Oggi ha una propria azienda con un sito dedicato in cui ogni giovedì escono nuovi modelli di alta qualità ed estrema ricercatezza.

In un mondo fashion sempre più fast e transitorio, con reseller molto furbi che crescono a vista d'occhio e cercano di vendere materi-



Foto di Selvaggia May

ale falso a prezzi elevati, Alessia si distingue per la cura e la passione mostrate non solo verso gli accessori, ma anche verso la sua community.

Come ti presenteresti a chi non ti conosce?

Sono Alessia, meglio conosciuta sui social come Selvaggia May, e sono una Reseller di borse di lusso second hand. Non mi ritengo solo ed esclusivamente una venditrice, ma soprattutto una cultrice e una appassionata di borse preloved e di tutto il mondo del second hand. Nel 2023 ho creato la mia azienda e lavoro anche sui social come Content Creator.

Dove nasce la tua passione per le borse?

Mi chiedono spesso se ho ereditato questa passione dalla mia famiglia, ma in realtà nessuno dei miei parenti spenderebbe mai anche

solo più di 50€ per una borsa... È una passione che si è sviluppata da sola, verso l'adolescenza, guardando serie tv e leggendo blog. Ma all'epoca i miei risparmi non erano abbastanza per entrare in una boutique e così sono approdata sui siti di articoli usati.

Perché hai scelto il vintage? E come nasce Selvaggia May?

Ho scelto il vintage perché non avevo altre scelte. Forse suona poco romantico. Non avevo soldi per entrare nelle boutique e i miei genitori non avrebbero mai consentito a queste spese. Ho iniziato a fare lavoretti per mettere da parte i primi risparmi: dog sitter e fotografa agli eventi. Quello che riuscivo a racimolare però non bastava: così finii a fare ore e ore di ricerca sui siti di seconda mano per trovare la borsa più bella al miglior prezzo...e la trovavo!

Dopo però qualche mese di utilizzo avevo voglia di cambiare, così la rimettevo in vendita. Realizzai che avevo impiegato così tanto tempo a cercarla al miglior prezzo, che avrei potuto rivenderla ad una cifra superiore. Iniziai così a ricaricarci 20, 30 o 50€.

Per anni ho acquistato e rivenduto solo per me, poi ho iniziato a farlo per gli altri. Così, sostanzialmente, è nata la mia attività.



Logo ufficiale di Selvaggia May

Qual è il tuo modello preferito?

La borsa presente nel mio logo: la Prada Galleria. È una borsa semplice, elegante, comoda e resistente.

Quale brand secondo te si occupa maggiormente di

sostenibilità nella realizzazione delle borse?

L'altro brand presente sempre nel mio logo: Stella McCartney. È stata la prima stilista a portare il concetto di sostenibilità nel lusso.

Hai un approccio sostenibile anche per il resto del tuo armadio? Hai qualche consiglio?

Nel tempo ho maturato una certa etica sulla moda circolare e sei anni fa ho iniziato a trattare anche abbigliamento vintage.

Sono fortunata perché sono molto coerente con i miei gusti. Quindi, anche se lo stile è sempre lo stesso, nel tempo è cambiato molto il mio armadio in termini qualitativi. Se inizialmente sono partita da un classico guardaroba "adolescenziale" di capi fast fashion, sono arrivata poi a riempirlo di essenziali di qualità grazie al mio lavoro e alla ricerca nei mercatini.

Oggi invece cerco di acquistare capi più particolari, anche firmati, che so che dureranno decenni.

Il consiglio che darei è forse quello di non buttarsi subito nel trend del momento ma capire inizialmente come farlo proprio con capi che già si hanno e poi, una volta capito che fa parte del nostro stile, investire in capi che durano nel tempo.

Come riconoscere un falso?

Con l'esperienza. Non esistono corsi per riconoscere un falso come non esistono consigli realmente pratici. Serve occhio, conoscenza, manualità ed esperienza. Purtroppo, serve conoscere anche i falsi.

Racconteresti un esempio divertente di qualcuno che ha provato a incastrarti vendendoti un falso?

In realtà non mi succede quasi mai perché chi si rivolge a me e mi conosce già

tramite i social sa che deve compilare un form sul sito e inviare delle foto dettagliate del prodotto. Questo step rappresenta un disincentivo per chi non ha buo-



Foto di Selvaggia May

ne intenzioni. Se non vengono inviate foto sufficienti spesso non ritiro il prodotto. Ogni dettaglio è importante.

Hai qualche progetto in programma per il futuro? Qualche sogno nel cassetto?

Vorrei continuare a investi-

re nella mia azienda per espandere l'attività su una scala più ampia.

Come ti vedi all'apice del tuo successo? Qual è l'obiettivo massimo della tua carriera?

Credo che il successo sia un insieme di piccole tappe e non un traguardo finale.

L'industria della moda è in continua evoluzione e le sfide del domani sono già quelle di oggi.

Parlare di sostenibilità e incentivare la circolarità dei materiali e dei prodotti è una necessità imminente e voglio impegnarmi sempre più verso questa strada.



Foto di Selvaggia May

COOL LADIES: LE DONNE AGÉ CHE DETTANO TENDENZE

Non solo le giovani possono essere delle trendsetter; anche le “più grandi” hanno molto da insegnarci quando si tratta di stile

Di Douglas Limongi

Quando pensiamo a una modella, normalmente la immaginiamo alta, magra e giovane – e, fino a qualche decennio fa, anche caucasica. Oggigiorno, però, coi discorsi dell’inclusività e della body positivity, si è cominciato a vedere sulle passerelle delle modelle che non seguono questo stand-

ard. È il caso del marchio Nina Ricci, che ha aperto la

sua sfilata A/I23 per la Settimana della moda di Parigi con la modella plus-size

Precious Lee, o ancora delle iconiche sfilate della designer brasiliana Karoline Vitto, che mette sulle passerelle solo modelle plus-size e mid-size, sfuggendo completamente dallo stereotipo sopraccita-

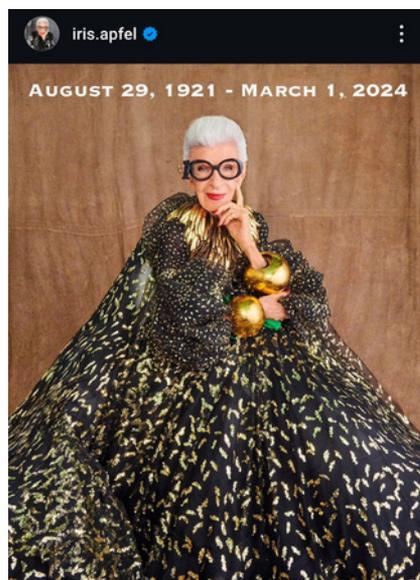
to. Tuttavia, nonostante sia in corso questo movimento



Qin Huilan alla sfilata di MiuMiu
IG: @vogueitalia

verso un cambiamento, c'è ancora un lungo percorso da seguire, visto che le modelle che sono fuori questo standard sono ancora marginalizzate nelle sfilate, come succede con le donne *agé*, che hanno cominciato a comparire sulle passerelle pochi anni fa. Uno dei momenti più recenti è stata la sfilata A/I 24 di Miu Miu per la Paris Fashion Week. Incentrata sul tema del passaggio del tempo e delle diverse fasi della vita, la griffe ha fatto sfilare, insieme alle modelle tradizionali, anche modelle longeve, come la dottoressa di 70 anni Qin Huilan. È vero che l'industria della moda punta specialmente sulle ragazze più giovani, ma se guardiamo fuori le sfilate, possiamo trovare molte donne anziane che sono anche loro delle *trendsetter*. Un ottimo esempio è Iris Apfel, l'imprenditrice e interior designer nata a New York il 19 agosto 1921 che ci ha

lasciato a 102 anni il 1° marzo 2024 a Palm Beach. Con uno stile eccentrico e massimalista e l'uso di molti colori, non si è mai adeguata al classico immaginario chic e posato della donna matura newyorkese. Ha invece improntato sui suoi look la sua personalità anticonformista, originale e stravagante attraverso degli abbinamenti osati, l'uso dei bijoux e dei suoi inseparabili occhiali tondi dalla montatura nera, la capigliatura bianca e il rossetto rosso vivo. Non a



IG: @iris.apfel



IG: @vogue_ukraine

caso aveva come motto «More is More & Less is a Bore».

Con uno stile completamente diverso, ma ugualmente accattivante, l'attrice, attivista e produttrice cinematografica Catherine Deneuve (nata il 22 ottobre 1943 a Parigi, Francia) è spesso definita la regina dell'eleganza francese. E non è una sorpresa! Con uno stile raffinato, elegante e sensuale, la Deneuve è stata in grado di emanare il suo fascino sia nei personaggi che ha interpre-



IG: @loicprigent

tato sia nella sua vita privata. Da questi personaggi traeva ispirazione per il suo stile, il che la rendeva ancora più affine e stimolante.

Come Deneuve e Apfel, anche la top model e attrice 69enne Iman (nata il 25 luglio 1955 a Mogadiscio, Somalia) considera la moda come un mezzo di espressione personale. Avendo studiato scienze politiche prima di diventare modella, considera importante trasmettere il messaggio giusto attraverso i vestiti. Iman è convinta che, quando ci sen-



IG:@the_real_iman

tiamo bene e sicuri di noi stessi con i nostri abiti, trasmettiamo questa sicurezza a chi ci circonda. La modella accentua le sue caratteristiche preferite e nasconde quelle che non le piacciono indossando abiti che la fanno sentire a proprio agio con il suo corpo e con la sua immagine complessiva. Per esempio, attira l'attenzione sul collo con girocolli e scollature audaci e usa stivali alti per nascondere le gambe. Le scelte di moda di Iman sono così divertenti ed eccitanti e



IG:@the_real_iman

lei sa davvero come far risaltare i suoi outfit. Il suo stile unico è caratterizzato da paillettes chic, stivali alti fino alla coscia, stampe audaci, spolverini, giacche da moto e pellicce.

Per l'attrice, produttrice cinematografica, attivista e modella Jane Fonda (nata il 21 dicembre 1937 a New York, Stati Uniti), la moda è anche un atto politico. Il suo stile si è evoluto con le tendenze di ogni decade - per esempio, il suo stile bohemian chic degli anni 70' o la fitness mania de-

gli anni 80' di cui fece parte con il suo video del 1982 "Jane Fonda's Workout" –, ma oggi giorno lo definisce come sostenibile. L'attivista, che si veste con una grande gamma di designer diversi, supporta con passione la lotta contro i cambiamenti climatici e ha affermato che farà delle scelte più consapevoli nell'ambito della moda e che non comprerà più capi d'abbigliamento come parte del suo sostegno alla causa. Oltre alla sostenibilità, alcune delle *signature pieces* che



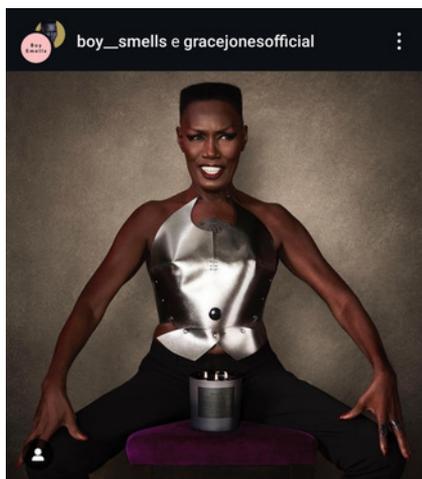
IG: @janefonda

fanno parte dello stile di Fonda sono le stampe animalier, il tailleur pantalone e la vita stretta.

Un'altra donna che usa la sua immagine per trasmettere un messaggio di molto valore è la modella e cantante Grace Jones (nata il 19 maggio 1948 a Spanish Town, Giamaica). Uno dei personaggi più influenti della scena musicale e della moda negli anni Settanta e Ottanta, Jones ebbe il suo esordio come modella a Parigi, per poi diventare icona della disco music e infine regina delle discoteche gay. Con il suo spirito ribelle, il suo aspetto



IG: @gracejonesofficial



IG: @boy__smells e @gracejonesofficial
inconfondibilmente androgino e la sua incomparabile presenza scenica - sia in passerella che sul palco - i suoi concerti originali e trasgressivi le hanno fatto guadagnare il meritato titolo di Regina dei Gay Club. Infatti, nella copertina del suo disco "Nightclubbing", del 1981, fu la prima a mostrare il cross-dressing in un prodotto seguito dal grande pubblico, indossando un completo Armani. Oggigiorno, fa delle apparizioni sporadiche sul palco, spesso dedicate a cause benefiche, come l'Elton John AIDS Foundation Academy Award Viewing Party e l'Inspi-



IG: @gracejonesofficial
ration Gala di San Paolo del Brasile. Rimane, quindi, molto rilevante non solo per il mondo della moda, ma anche per la lotta per i diritti della comunità LGBTQIA+. Mentre Jones è un'icona della comunità gay mondiale,



IG: @mina_mazzini_official



IG: @lastoriadellamusicaitaliana

nel territorio italiano abbiamo anche noi un costante punto di riferimento sia per la moda che per la comunità queer: la cantante, produttrice discografica, conduttrice televisiva e attrice Mina (nata il 25 marzo 1940 a Busto Arsizio, Italia). Con i suoi splendidi capelli rossi e gli occhi meravigliosamente dipinti, il suo senso della moda è una miscela perfetta di stile classico e audace stravaganza. La sartorialità maschile contrasta sorprendentemente con la sensualità della



IG: @nssmagazine

sua voce e del suo sguardo. Con un approccio unico ai costumi, anche lei utilizza la sua immagine per rivelare la sua individualità e spesso indossa look accattivanti che riflettono la sua personalità da diva ribelle.

Non possiamo parlare di icone gay senza parlare di Cher (nata il 20 maggio 1946 a El Centro, California, Stati Uniti). La cantautrice, attrice, produttrice discografica e conduttrice televisiva statunitense ha uno stile eclettico che ha cambiato molto con il



IG: @cher

passare del tempo. In coppia con il primo marito, Sonny Bono, ha interpretato il ruolo di un'icòna hippie, una zingara giramondo che amava le camicette a fiori e gli stivali da pirata. Ha ballato in jeans e tacchi a spillo sulla pista da ballo dello Studio 54. In seguito, ha sostituito gli eccentrici abiti di Bob Mackie con tute e cappelli da cowboy. Alla fine, è diventata un'attrice da Oscar e una rockstar scandalosa. Nonostante tutti questi cambiamenti, ci sono delle caratteristiche dello stile di Cher che sono atemporali: i lunghi capelli lisci e neri, il set coor-



IG: @cher

dinato in due pezzi, i top di tendenza, il denim e i tessuti scintillanti. Con sessanta anni di carriera, è ancora oggi un'icòna della musica e della moda, adorata da milioni di fan, inclusi quelli più giovani. Così come Cher, anche Dame Helen Mirren (nata il 28 luglio 1945 a Londra, Inghilterra) ha subito una notevole trasformazione di stile nel corso degli anni. In pochi decenni, l'attrice è passata dal glamour della vecchia Hollywood al look da modella di alta moda. Nel corso delle sue numerose apparizioni sui red carpet, la Mirren ha esibito attraverso i suoi vestiti il



IG: @helenmirren

suo stile personale raffinato, vivace e spiritoso, pur abbracciando la sua età. I suoi abiti da sera colorati valorizzano la sua figura senza essere eccessivamente sofisticati o composti da "pezzi forti". Irradiando sicurezza e gioia con le sue scelte di moda azzeccate, Helen Mirren è una meravigliosa icona di moda e il suo stile testimonia che l'età è solo un numero. Non cerca mai di sembrare più giovane, ma semplicemente di essere favolosa.

Se lo stile di Cher e di Helen



IG: @helenmirren

Mirren è cambiato notevolmente col tempo, lo stesso non può essere detto sullo stile di Diane Keaton (nata il 5 gennaio 1946 a Los Angeles, Stati Uniti). E questo non lo dico in modo negativo - assolutamente l'opposto! L'attrice californiana ha uno stile intramontabile, vintage chic e androgino. Nel corso degli anni, ha saputo adattare il suo guardaroba senza seguire ogni tendenza. Il suo senso della moda è sorprendente e stimolante e la sua capacità di rimanere fedele al suo stile unico è davvero ammirevole. Ha raggiunto questo obiettivo selezionando

do attentamente i pezzi chiave adatti a ogni epoca, come cappotti oversize, abiti di velluto a coste, camicette con collo a cravatta, pantaloni vintage e gli amati fedora. I look di Keaton sono spesso caratterizzati da colori neri, grigi, bianchi e terrosi. Le tonalità neutre fanno davvero risaltare gli accessori non convenzionali e gli abiti voluminosi. Dagli smoking da uomo ai blazer in pelle scamosciata abbinati a gonne a tubino, dalle giacche di pelle sopra gonne ampie agli



IG: @diane_keaton

abiti scintillanti, e persino maxicappotti scozzesi e abiti a quadri Vichy, ce n'è per tutti i gusti. Il punto di riferimento stilistico della Keaton è l'iconica attrice Katherine



IG: @diane_keaton

Hepburn, già famosa negli anni Quaranta per i suoi look *à la garçonne*.

Tutte le donne che ho citato finora sono assolutamente straordinarie! E sono soltanto alcune delle tante donne *agé* con un senso di stile così ammirevole. Sono

anziane signore forti e agguerrite che non si preoccupano di conformarsi alle aspettative della società sul modo di vestire adatto alla loro età. Indossano ciò che piace loro e che le fa sentire bene, mostrando il loro stile unico. Pur avendo sensi della

moda completamente diversi, dimostrano che le donne anziane possono ancora essere alla moda e fare tendenza, mantenendo il loro stile personale. Sono favolose indipendentemente dalla loro età e grandi esempi da seguire!

IS LUXURY MAKEUP STILL A THING?

Nate per vendere un pezzo di sogno, le linee beauty dei marchi di moda sono riuscite nel corso degli anni a lanciare prodotti divenuti virali e super ambiti, non solo per la reputazione del brand. E oggi?

Di Andrea Petrella

Le grandi maison di moda si sono accorte subito del potere del beauty, sia per creare il total look per le loro clienti, sia per l'importanza a livello economico di vendite, che accresce di non poco il fatturato. Le prime

aperture delle case di moda al mondo della cosmesi sono passate sicuramente per la creazione dei profumi, basti pensare a Poiret con Le Parfum de Rosine, in onore della figlia, Lanvin e l'iconico Arpège, nel 1927, Chanel e il super famoso Chanel N°5, Dior con Miss Dior nel 1947.



Rouge Dior Satin. Immagine presa dal sito dior.com



Chanel Rouge Allure. Immagine presa dal sito chanel.com

Da qui, queste linee si sono ampliate negli anni anche con i prodotti per il make-up e la skin care. Queste si sono rivelate un buon modo per aumentare le entrate delle case di moda, soprattutto perché accolte calorosamente dai clienti

già fidelizzati, quelli diciamo che già acquistavano prodotti delle maison, e hanno inoltre incluso un bacino di clienti molto più ampio, hanno coinvolto anche coloro che avrebbero voluto pos-

sedere qualcosa di un determinato brand ma magari non potevano per via dei prezzi eccessivi... Sicuramente è più accessibile un rossetto Chanel che una sua borsa!
Dalle linee make-up di alcuni

brand sono nati prodotti iconici: i Rouge Dior, rossetti a lunga durata, lo Chanel Rouge Allure, altro rossetto, Armani Lip Maestro, tinta labbra, o l'Yves Saint Laurent Rouge Volupté Shine, il viralissimo rossetto balm dalla colorazione su-

per sheer e luminosa.

Ma è un caso che la maggior parte dei prodotti più famosi di questi brand siano dei rossetti?

Spoiler: non lo è! Infatti, negli anni si è notato che in tempi di incertez-



IG: @chanel.beauty

za economica emerge un comportamento peculiare tra i consumatori: il cosiddetto "lipstick effect". Questo fenomeno è stato osservato per la prima volta durante la Grande Depressione degli an-

ni '30, quando si è notato un incremento di vendite del settore cosmetico nonostante una forte recessione negli altri settori.

È lecito quindi chiedersi perché, durante i periodi di difficoltà economica, la cosmesi continui a prosperare. La risposta risiede nella psicologia del consumatore: le persone tendono a ridurre le loro spese su beni costosi, come automobili o elettrodomestici, ma mantengono o addirittura aumentano le spese su beni considerati meno costosi o di lusso relativo, come cosmetici, profumi, e, appunto, rossetti. Insomma, quando si tratta di dover fare tagli sulle spese per sopravvivere in queste epoche storiche difficili, le persone tendono a concedersi dei piccoli lussi e piaceri per sentirsi meglio e provare a mantenere un senso di normalità.

In generale, comunque, an-

che in periodi floridi, non tutti possono permettersi un total make-up "firmato", ma se proprio si vuole investire su un pezzo di luxury make-up solitamente si tende a scegliere un rossetto.

È importante anche tener conto di come i prodotti make-up sono veicolati non solo dalle pubblicità ufficiali dei brand, ma anche e soprattutto sulle piattaforme social, dove ormai, con un po' di "fortuna" tutto sembra diventare facilmente virale.

Che il trucco e il truccarsi esiste da sempre, dall'antico Egitto, è un dato di fatto. Ma come è cambiato nel tempo l'approccio verso di esso?

Senza spostarci troppo indietro nel tempo, quando i primi prodotti cosmetici erano per il teatro, poi per il cinema e per la televisione e non c'era un pubblico in grande scala che poteva permetterselo, il mezzo principale per far conoscere

i nuovi lanci è sempre stato la pubblicità, cartacea e poi televisiva. Ma chi era la fonte di ispirazione? Le dive di Hollywood, le grandi cantanti che si vedevano in tv, come Mina, Rita Pavone, Caterina Caselli in Italia, e poi anche le super model nelle riviste di moda.

Con l'avvento dei social tutto è cambiato. Per il mondo del make-up all'inizio dell'era dei social la piattaforma che è stata il vero e proprio trampolino di lancio è stata YouTube. Che fossero veri make-up artist o solo semplici persone molto appassionate di make-up il formato del video esteso e la possibilità di creare una community e interagire tramite la sezione "commenti" su questa piattaforma si rivelò super-efficace.

Un ambiente democratico, dove tutti possono caricare video in cui si cimentano nelle loro passioni e sentono l'esigenza di trametterle e co-

municarle ad un ampio pubblico.

Il boom dell'uso di YouTube per i tutorial di make-up è avvenuto all'inizio degli anni 2010. In questo periodo il numero di canali dedicati al trucco su YouTube è cresciuto rapidamente, con creatori di contenuti che hanno acquisito una vasta base di fan e influenzato le tendenze di bellezza in tutto il mondo.

Il fenomeno partito oltreoceano è approdato in Italia con la ormai famosissima Clio Zammatteo, che ha iniziato a caricare video su YouTube per il pubblico italiano, quando viveva a New York e aveva appena finito la scuola per diventare MUA. In questo periodo per quanto le linee di make-up fossero già molto affermate, luxury e non, c'è da dire che la competizione tra i marchi era sicuramente minore: quelli erano i lanci di nuovi prodotti c'erano ma ad un

ritmo normale e sostenibile. Grazie ai tutorial su YouTube molti prodotti sono diventati virali e ambiti dal pubblico seguace: non era strano vedere spesso l'utilizzo di certi prodotti make-up, consigliati per le loro ottime performance, e come è facile credere, bastava che il prodotto fosse consigliato da uno o due youtuber che subito partiva la ricerca e l'acquisto. In questo periodo d'oro iniziale anche molti prodotti delle linee di luxury make-up sono diventati virali, ad esempio la Chanel Les Beiges



Chanel Les Beiges Crème Belle Mine Ensoleillée. Immagine presa dal sito chanel.com

Crème Belle Mine Ensoleillée, uno dei primi bronzer in crema, in un packaging iconico: il pot di vetro, pesante, largo e sottile e il vortice inciso sulla superficie del prodotto, che a tutti dispiaceva rovinare usando il prodotto. O anche l'Armani Luminous Silk Foundation, un fondotinta dalla texture impalpabile, effetto second skin ma dalla coprenza e durata impressionante, anche qui con l'iconico packaging in vetro satinato, come a riflettere la texture del fondotinta e il capnero con il logo. Poi ancora il Touche Éclat Radiant Touch di Yves Saint



Armani Luminous Silk Foundation. Immagine presa dal sito armanibeauty.it

Laurent, la "penna magica", un correttore illuminante, perfetto per tutti i tipi di pelle, dalle più giovani che non hanno bisogno di molta coprenza e pesantezza, alle più mature e segnate per ridare luminosità. Anche qui pack iconico: forma di una penna dorata da girare su sé stessa per far uscire il prodotto da un applicatore a pennellino. E come non dimenticare Guerlain con il Météorites Illuminating Pearls che fece impazzire proprio tutti, forse per il suo aspetto giocoso e quasi goloso. È una cipria/illuminante in perle, letteralmente fatta da piccole



Yves Saint Laurent
Touche Éclat Radiant Touch.
Immagine presa dal sito yslbeauty.it

palline di prodotto, di vari colori, raccolte in un pack di metallo con un motivo a rosone, che nel tempo ha cambiato stile, come decorazione sul coperchio.

Questo era però solo l'inizio del mondo beauty in velocissima evoluzione dopo l'approdo sui social e ancora più veloce nel cambiamento durante e post pandemia da Covid-19.

Con la creazione di video brevi, prima per Tik Tok e poi per Instagram, le beauty creator hanno trovato terreno fertile per i loro contenuti. Alcune tra le più famose hanno trasportato le proprie community



Guerlain Météorites Illuminating Pearls.
Immagine presa dal sito sephora.com

create su YouTube sui social, altre invece hanno iniziato da zero sulle nuove piattaforme. I contenuti shorts sono diventati più fruibili per il nuovo spettatore, che ha l'attenzione ridotta al minimo, e l'abbondanza di prodotti consigliati e usati dalle beauty guru ha raggiunto l'apice.

Anche le case di produzione di cosmesi hanno sempre più ascoltato le esigenze del pubblico, e in questa tecnica sono sicuramente state più brave le marche low price. Con loro è iniziata la mania per i dupes: prodotti palesemente copiati, nel pack, nelle texture, nei colori dai prodotti high end andati virali. Ci sarebbero tantissimi esempi da portare ed alcuni hanno interessato anche i luxury brand, come il brammatissimo Lip Oil di Dior. Imitato da tutti i brand, è nato addirittura il trend di comprare una volta sola l'originale e poi fare il refill con prodotti low cost quando termina, riutilizzando il pack.

A rubare la scena alle linee di make-up delle case di moda sono state sicuramente anche le nuove linee lanciate dalle celebs: Fenty di Rihanna, Rare beauty di Selena Gomez, Florence by Mill di Millie Bobby Brown, e la lista è davvero lunga.

Inoltre, con la pandemia è sì cresciuto l'interesse per il make-up, con valanghe di ordini online e trend che nascevano come funghi tutti i giorni, ma un nuovo spazio è stato dato alla skincare e il lipstick effect ha avuto un effetto diverso.

Ovviamente l'uso delle mascherine ha influito non poco... Si potrebbe dire che il lipstick effect c'è stato ma non propriamente sui rossetti, quanto più sui prodotti long wear e transfer proof per la base formulati e lanciati appositamente nel periodo in cui era obbligatorio indossare le mascherine, che appunto andavano a sfregare sulla pelle e

portar via la base. Anche in questo campo le linee make-up dei brand di moda sembrano non essere riuscite a mantenere il passo.

L'unica tecnica adottata, sicuramente già esistente e usata anche prima, dalle case di moda è stato l'impiego maggiore di ambasciator anche nel mondo beauty con la scelta di visi nuovi e giovani. Ad esempio, Giorgio Armani ha scelto Sadie Sink, la coprotagonista della famosissima serie tv Net-

flix "Stranger Things" o Chanel che per il lancio dei nuovi rossetti Rouge Allure Velvet Nuit Blanche ha scelto come volto della campagna Margot Robbie, dopo il successo come protagonista nel film "Barbie".

In sostanza i brand di moda

che lanciano collezioni beauty non tramonteranno mai, hanno il loro pubblico fidelizzato: quello che trae dall'acquisto dei loro prodotti un riconoscimento di status, e quello attratto dall'idea di comprare un pezzo

di lusso a relativamente poco prezzo. La domanda finale è se queste linee riescono ancora ad essere accattivanti per il pubblico giovane e riescono a cavalcare l'ondata sempre più alta dei nuovi trend e dell'evol-

uzione che il mondo beauty sta attraversando. Potrebbe essere una scelta anche quella di rimanere esclusivi, anche se si rischia un po' di morire o comunque non aumentare i fatturati, scopo per cui sono nate le linee beauty?



IG: @armanibeauty

DEAD IN 2012? INDIE SLEAZE E IL TORNARE ALLE ESTETICHE DEL PASSATO

Dopo un lungo periodo di 90s e Y2K, la tendenza nella moda e nel lifestyle sembra spostarsi su qualche anno dopo, tra la fine del primo decennio del 2000 e i primi anni 2010

di Fiorenza De Gregorio e Mariavittoria Galeazzi

Documenting the decadence of the mid-late aughts and the indie sleaze party scene that died in 2012: così recita la biografia del profilo Instagram @indiesleaze, 195mila follower e migliaia di post, principalmente foto di archivio di celebrità tra le più disparate ma accomunate dallo stile.

 indiesleaze



IG: @indiesleaze

... Leggings metallizzati, cuffie con il filo, ballerine e giacche di pelle sono solo alcuni tra gli elementi caratterizzanti di quest'estetica, il cui nome in realtà è stato coniato recentemente, nel 2021, e popolarizzato dalla trend forecaster Mandy Lee (@oldloserinbrooklyn).

Significa letteralmente *dis-solutezza indie*: evoca il genere musicale da cui tutto è iniziato, l'indie mescolato a vari altri subgeneri, e la ribellione dei suoi musicisti più rappresentativi, da Pete Doherty e i suoi Libertines ai The Strokes ai Crystal Castles.

E ribelli sono anche le figure pop a cui questo stile si è legato da subito. Il personaggio forse più puramente *indie sleaze* è Effy Stonem, della popolarissima serie tv *Skins*. Interpretata dalla bella Kaya Scodelario, Effy conduceva una vita al limite, soprattutto per una quattordicenne: alcol, MD e cocaina mentre si dimenava in un triangolo amoroso, il tutto con gli occhi tristi pesantemente truccati e indossando pantaloncini, calze a rete e t-shirt stam-pate. Basta aprire TikTok per trovare suoi edit, a dimostrazione dell'immensa popolarità riacquisita re-



IG: @indiesleaze

centemente dalla serie, la cui ultima puntata è andata in onda nel 2013.

Il ritorno di questo tipo di prodotti d'intrattenimento (per citarne un altro tra i più iconici: *The Bling Ring* di Sofia Coppola, magnificamente trash) è solo la punta dell'iceberg di un fenomeno ben più diffuso. Tornare ad estetiche del passato non è un trend passeggero, ma un vero e proprio metodo di sopravvivenza delle nuove generazioni. Sembra un pa-

radosso, ma è così: l'epoca tardo-capitalista in cui viviamo sembra collassare su se stessa, tra devastazione ambientale, pulizie etniche e la sinistra rinascita di pericolose ideologie del passato. Le nuove generazioni non vedono futuro, perché forse non lo hanno. Allora revival: in particolare, quello indie sleaze è sintomo di distacco dall'idea di società ipertecnologica dei vari Zuckerberg e Musk. Come scrive Isabel Sloane sul suo articolo per Harper's Bazaar, si tratta proprio di un rigetto del metaverso. Meno condivisione in rete, più vivere il momento di persona. E molta più materialità: l'indie sleaze vive di eccessi, sia nello stile di vita che nell'estetica, caratterizzata da un look disordinato, decadente e ribelle, dal trucco ai vestiti. Tutto il contrario della *clean girl aesthetic* che sembrava essersi impossessata delle

nostre pagine social per qualche mese.

Naturalmente, il ritorno dell'indie sleaze non è un vero viaggio nel tempo, nel senso che, per quanto possiamo sforzarci di replicare quegli anni, le cose sono irrimediabilmente mutate. Lo stesso concetto di ritorno implica uno snaturamento dell'estetica: la moda indie sleaze era una conseguenza dello stile di vita sfrenato dei suoi rappresentanti, oggi è il contrario. Ci vestiamo in un certo modo per sentirci persone cool e anticonformiste. Indossare denim shorts e parigine ci farà apparire più simili ad Alexa Chung nel 2010, ma lo saremo davvero? Impossibile: se prima regnava il *who cares what people think*, oggi invece regna un'eccessiva consapevolezza del contesto, oltre che una costante comparazione all'altro. L'indie sleaze si basava anche sulla libertà di indos-

sare accostamenti improbabili a testa alta, ma se la ribellione è calcolata si tratta solo un'altra forma di omologazione. Togli la purezza dissoluta a questo stile di vita, e gli avrai tolto la sua ragione di esistere.

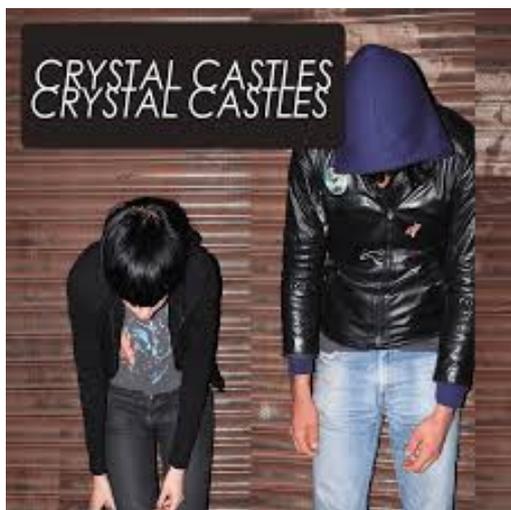
L'estetica del "cringe inconsapevole" e la libertà di esprimere se stessi senza inibizioni hanno creato un forte senso di comunità tra i seguaci dell'indie sleaze. Questo movimento celebrava l'individualismo, il disordine e la vita notturna, contrastando nettamente

con le immagini patinate e curate dei media tradizionali fino ad allora esistiti.

L'indie sleaze è stato strettamente legato alla nascita dei social media come MySpace, Tumblr e Facebook, piattaforme dove le persone condividevano foto che riflettevano questo stile unico. Le immagini erano spesso catturate con macchinette digitali compatte, evocando un'atmosfera autentica e cruda. Fotografi come Mark Hunter (alias The Cobrasnake) e Terry

Richardson hanno contribuito a definire l'estetica con i loro scatti flash, imperfetti e spontanei.

Numerosi designer di spicco hanno abbracciato elementi dell'indie sleaze, sia all'epoca che oggi. Hedi Slimane, noto per il suo lavoro con Dior Homme e Saint Laurent, ha incorporato il look



Cover ufficiale dell'album *Crystal Castles* del gruppo omonimo

skinny e il rock'n'roll decadente nelle sue collezioni. Marchi come Chanel, sotto la direzione creativa di Karl Lagerfeld, e Raf Simons hanno sperimentato con elementi grunge e ribelli. Anche Marni e Marc Jacobs con la collezione Heaven

hanno abbracciato questa estetica. Stilisti come Ann Demeulemeester hanno saputo rivisitare l'indie sleaze fondendo elementi di ribellione con una sartorialità raffinata, tipica della scuola di Anversa.

Gli accessori giocano un ruolo fondamentale nell'estetica indie sleaze, sono essenziali. Un'estetica fatta di maximalismo, gioielli chunky, iperdecorativismo e frasi iconiche su t-shirt. Jeans skinny, stivali Dr. Mar-

tens e ballerine con le calze. Il festival di Glastonbury è fondamentale come punto di riferimento per questa estetica, dove Kate Moss indossava un mini-dress con stivali Hunter o Alexa Chung con parigine, chiodo di pelle, maglietta a righe



IG:@hellofashion_uk

e panta-loncini stretti. Brand come Diesel e Charles Jeffrey Loverboy non sempre adottano completamente l'estetica indie sleaze, ma spesso ne recuperano tratti distintivi come l'iperdecorati-

vismo, il lettering grande e gli accessori eccentrici. L'influenza dell'indie sleaze si manifesta anche nei prodotti culturali contemporanei, come film e serie TV. Un esempio è Venetia, interpretata da Alison Oliver in



IG: @hellofashion_uk

Saltburn, film del 2024 diretto da Emerald Fennell, che incarna lo spirito ribelle e disinvolto dell'indie sleaze con matita nera pesante, capelli decolorati, zeppe e collant viola mentre gioca a tennis. Designer come Loewe, con campagne fotografiche firmate da Juergen Teller, utilizzano immagini dall'aspetto amatoriale e crudo, richiamando l'estetica dell'indie sleaze. L'eredità visiva di questo

movimento è evidente nella moda e nei media di oggi, dove l'autenticità e l'espressione individuale continuano a essere celebrate. La rivisitazione di questi elementi nel contesto moderno dimostra come l'indie sleaze sia più di una semplice tendenza passata, ma un'influenza duratura che continua a ridefinire la moda e la cultura.

Possiamo dire quindi che l'indie sleaze rappresenta un capitolo significativo nella storia della moda e della cultura popolare. La sua capacità di evolversi e adattarsi ai tempi moderni, pur mantenendo la sua essenza ribelle e autentica, testimonia la sua rilevanza e il suo impatto duraturo. Ora chiaramente non viene più fatto in modo casuale, non è più uno stile di vita, ma ripropone quell'autenticità che ha caratterizzato i primi anni 2000.

IL VESTITO FEMMINILE TRA POLITICALLY CORRECT E SELF CONFIDENCE

Dal power dressing di Tina Anselmi al nuovo style di Michelle Obama. Le donne in politica ritrovano uno stile che esalta la loro femminilità

Di Sara Vona

Nella politica italiana non esiste un codice vestimentario né per gli uomini e né per le donne, eppure la femminilità quando mostrata, sembra essere motivo di polemica per l'opinione pubblica. Così per anni le donne hanno scelto tenute per lo più mascolinizzate evitando che pagine di giornali parlassero delle loro apparenze piuttosto che delle loro idee.

Ma è doveroso ricordare, nella storia della politica italiana, coloro che hanno spianato la strada per le donne in un contesto esclusivamente maschile. Una di loro

è Tina Anselmi, ex partigiana che nel 1976 viene nominata prima donna Ministro della Repubblica. Un anno dopo nel 1977 è approvata la legge 903, nota come Legge Anselmi, che ha vietato ogni discriminazione di genere per l'accesso a qualsiasi tipo di lavoro. Nell'Aprile dello stesso l'Anselmi rilascia un'intervista su Vogue Italia e risponde così sulla moda e politica economica della moda: "La moda è uno dei segni di rottura più importanti della cultura di un paese. Molto importante per noi, dal punto di vista economico ed occupazionale".



anpi.sez.intercomunale.sb

Segui



IG: @anpi.sez.intercomunale.sb

Il commento dell'Anselmi riguardo alla moda è quello di una persona che riconosce il suo peso economico e di essere portavoce di messaggi, talvolta scomodi e di rottura.

Ma guardando i suoi look non c'è niente di anticonvenzionale. Tina vestiva con senso di rigore quel power dressing all'italiana: tailleur sartoriali, giacche squadrate, camice abbottonate fino al collo e pochi pantaloni. Poche stampe e colori neutri o scuri che non dessero all'occhio. Non solo Tina ma anche colleghe come Nilde Iotti, preferivano questa mise sobria forse per non finire nel mirino delle critiche

maschiliste ed essere delegittimate dal loro ruolo.

Quarantasei anni dopo dall'intervista di Tina Anselmi, il 25 Aprile Elly Schlein rilascia un'intervista su Vogue Italia, dove gli viene chiesto se credesse nel "power dressing" e lei rispose così: "Allora, se sapessi che cos'è, ti potrei rispondere! Scherzi a parte, le mie scelte di abbigliamento dipendono sicuramente dalla situazione in cui mi trovo. A volte sono anticonvenzionale, altre volte più formale. In generale dico sì ai colori e ai consigli di un'armocromista, Enrica Chicchio". Fra tutti gli argomenti trattati nell'intervista, solo questo "frivo-



ellyesse



IG: @ellyesse

lo" cattura l'attenzione dei suoi colleghi politici che la criticano e ironizzano sulla sua scelta.

Si deve ricordare, però, che l'immagine, i colori e lo stile fanno parte del sistema comunicativo di qualsiasi personaggio pubblico.

Questo lo sa bene Brigitte Macron, di recente apparsa insieme a Nicolas Ghesquière, direttore artistico delle collezioni donna di Louis Vuitton, in copertina su Madame Figaro. In questa intervista a Madame Figaro, Brigitte e Nicolas ri-



Copertina della rivista Madame Figaro



IG: @michelleobama44

costruiscono il loro legame professionale, nato nel lontano 2017. Ghesquière dichiara di aver creato il guardaroba della first lady attraverso alcune parole chiave: empowerment, l'abito che dà potere, linee pulite e morbidezza. Non sono mancate neanche per questa first lady le critiche per le sue scelte stilistiche. Brigitte, infatti, ricorda la polemica intorno alla lunghezza dei suoi abiti o ancora quelle sulle sneakers o dei tacchi molto alti. Brigitte chiarisce che in

queste scelte non c'è un minimo di trasgressione. I suoi look sono espressione di una donna libera ed è per questo che è molto ammirata da donne della sua età. Una libertà stilistica che si è conquistata anche Michelle Obama con il lavoro esemplare di Meredith Koop. La Koop diventa stylist personale di Michelle Obama dal 2010 ma viene fuori il suo nome solo quando emerge una trasformazione del suo stile.

Prima di Meredith "lo stile Obama" è stato costruito da Ikram Goldman. Michelle da sempre è stata amante della moda, ha indossato sia abiti delle grandi griffe ma anche quelli di giovani stilisti come Jason Wu, stilista taiwanese o Naeem Khan, designer indo-americano. Michelle ha fin da subito mostrato uno stile unico e irripetibile, reso tale soprattutto per alcuni no detti all'etiquette politica. È il caso

dei colori pastello sostituiti da quelli decisi e intensi come l'amato giallo, il rosso, il blu e il verde. Dall'altro canto, però, i suoi look presiden-



IG: @marieclairetr

ziali erano sempre molto formali: tubini sotto il ginocchio, tailleur sartoriali, abiti da sera elegantissimi e qualcuno in chiffon più svolazzante e romantico.

Nel dicembre 2018 intervistata da Sarah Jessica Parker per la presentazione di "Becoming", Michelle sbalordisce tutti con un look appariscente firmato Balenciaga: stivali cuissard glitterati abbinati a uno

chemisier di seta di colore giallo. Una metamorfosi di stile dell'ex First Lady iniziata con l'aiuto della Koop che sembra evolversi nel 2022 durante il tour promozionale del secondo libro *The Light We Carry*.

Michelle look dopo look conquista tutti con uno stile più sperimentale e giovanile: pantaloni cargo con bomber, bodi monospalla e t-shirt con stampe. Il tailleur è rimasto nel suo guardaroba ma è diverso: linee più

morbide come quello in denim, in leather e total white. Lontana ormai dalla Casa Bianca trasforma la sua chioma sfoggiando le goddess locks, lunghe trecce sciolte o legate in uno chignon e coda.

Michelle Obama ritrova la sua self confidence stilistica al di fuori del panorama politico. Dopo di lei ci saranno altre donne che si cuciranno addosso un vestito politico consapevole e confortevole?



IG: @nextlevelwardrobe

NAKED DRESS: OLTRE LO SHOCK, VERSO L'EMPOWERMENT FEMMINILE

Uno dei simboli della liberazione del corpo delle donne,
l'abito iconico e paradossale continua
a generare polemiche

Di Douglas Limongi

Beyoncé, Megan Fox, Kendall Jenner e Olivia Wilde sono solo alcuni esempi di artiste che hanno suscitato stupore con i loro

naked dress, ovvero "abito nudo". Ma la lista delle celebrità che hanno fatto questa audace scelta di moda è lunga e non si ferma qui. Al-



IG: @vogue magazine

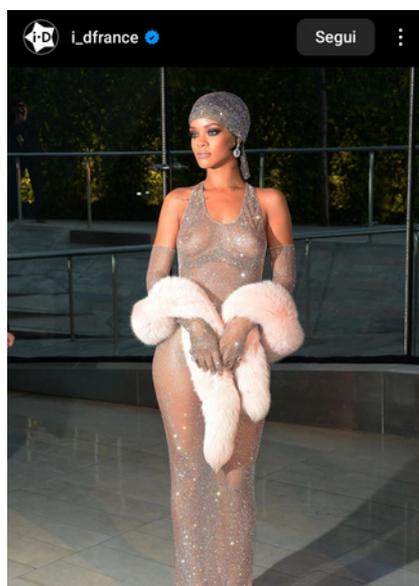


IG: @vogue magazine

cune delle occorrenze più recenti sono il *naked dress* YSL marrone chiaro drappeggiato sul davanti indossato da Bella Hadid al Cannes Film Festival, quello Versace con schiena scoperta e ricamo intricato con motivi floreali indossato dalla supermodella e attrice Emily Ratajkowski al Met Gala e quello della cantante brasiliana Anitta, che ha indossato al Vanity Fair Oscars 2024 Party un abito Fendi alta moda primavera/estate 2024 completamente trasparente. Un altro caso rilevante è quello di Zoë Kravitz, che, al Met Gala 2021, ha optato per un abito Yves Saint Laurent in rete metallica completamente trasparente con perizoma abbinato. Dieci anni fa, toccava a Rihanna il momento di scioccare il pubblico con il suo vestito, un *naked dress* appositamente realizzato da Adam Selman che la illuminava durante il Fashion



IG: @fendi



IG: @i_dfrance

Awards del 2014. La scelta è stata coerente all'occasione, in quanto in quell'anno riceveva il premio di icona di stile e ha scelto di indossare proprio un abito che confermasse il titolo.

Nonostante lo shock che causa ancora, questa moda provocatoria fu resa famosa nel 1968 dal leggendario stilista francese Yves Saint Laurent, quando presentò una modella che indossava una camicetta trasparente, lanciando il "nude look" nel mondo. Tuttavia, tutto cominciò ancor prima, quando, nel 1962, Marilyn Monroe cantò "Happy birthday" per il 40esimo compleanno del presidente John F. Kennedy a Madison Square Garden, a New York. La diva hollywoodiana indossava un vestito con tessuto nude contenente oltre 2500 cristalli lucentissimi, recentemente riproposto da Kim Kardashian al Met Gala 2022, che aveva come tema il

Gilded Glamour.

Ma a raccontare la storia del *naked dress*, non ci sono solo Saint Laurent e Monroe. Nel 1969, la sensualissima Jane Birkin ne ha indossato uno mentre accompagnava il cantante Serge Gainsbourg alla première del film *Slogan* (1969), che favorì l'incontro e l'innamoramento tra i due. Nel decennio seguente, al Met Gala del 1974, fu il momento della popstar Cher. Creato da Bob Mackie, il vestito con effetto sparkling grazie alle paillettes argentee indossato dalla cantante era completamente trasparente e sarebbe quasi stato come una seconda pelle se non fosse per il piumaggio presente alle estremità delle sue braccia e gambe. Fu considerato così iconico e innovativo che fece meritare all'artista la copertina del *Times*.

Erano già gli anni Novanta



IG: @i_dfrance

quando Kate Moss e Rose McGowan fecero scalpore con i loro *naked dress*. La prima, forse l'esempio più famoso, ne indossò una versione minimale alla festa dell'Elite Model Management nel 1993, recentemente messo all'asta. Mentre quello di Moss era semplicissimo, il *naked dress* di Rose McGowan è forse uno dei più iconici nella storia del vestito. Lo straordinario abito a reti metalliche con schiena scoperta che McGowan indossava ai VMA



IG: @i_dfrance

del 1998 accompagnata dal fidanzato Marilyn Manson è stato un vero spettacolo. Più tardi, nella sua autobiografia, ha rivelato che il vestito era un modo per fare una dichiarazione politica: voleva denunciare uno stupro di cui era stata vittima nel 1997 e aveva scelto di indossare l'abito come un modo per rivendicare il suo corpo. I VMA furono la prima apparizione pubblica che fece dopo l'aggressione, che alla fine diventò uno dei principali elementi di



IG: @i_dfrance

#MeToo. Come si vede, il *naked dress* rappresenta più di un semplice abito che svela il corpo femminile; è un simbolo di empowerment, coraggio e accettazione.

Storicamente, gli uomini hanno imposto le norme su cosa le donne possono mostrare in società. Pertanto, è cruciale che esse possano scegliere cosa mostrare sul proprio corpo, prendendone così il giusto controllo. Si tratta di sentirsi sexy, sicure di sé e pa-



IG: @i_dfrance

drone del proprio corpo. Perciò, indossare il *naked dress* è un modo per esprimere la propria sensualità senza timore di giudizi.

Ma con un messaggio così positivo e liberatorio, vi siete mai chiesti perché troviamo così scioccante il *naked dress*? Quando andiamo al mare, vediamo donne in spiaggia con il bikini, il che significa che quasi tutto il corpo è in mostra. Durante l'estate o se andiamo in Paesi tropicali, vediamo donne in minigonna e pantaloncini corti,

e spesso con la pancia scoperta. Questo non scandalizza nessuno. Allora, qual è il problema? Sembra essere il seno, o più precisamente il capezzolo.

Risale al 1889 la creazione del reggiseno, inventato dalla francese Herminie Cadolle durante l'Esposizione Universale di Parigi. Ideato per liberare le donne dalle costrizioni del corsetto, il reggiseno fu una volta un simbolo dell'emancipazione femminile, ma oggi sembra di non esserlo più. Anzi, con il passare degli anni, è diventato una sorta di nuovo corsetto, una forma di dominazione imposta dalla società. Tant'è che, nel 1968, le femministe bruciavano sul lungomare di Atlantic City i loro reggiseni come forma di liberazione femminile.

Nonostante siano già passati più di cinquant'anni da questo evento, i movimenti contemporanei come "no

bra" e "free the nipple" continuano a incarnare la lotta per l'emancipazione femminile, dimostrando che la ricerca di libertà e autodeterminazione rimane una questione rilevante nella società odierna. Il movimento "Free the Nipple", emerso dal film omonimo di Lina Esco del 2012, è un'iniziativa straordinaria che incoraggia le donne a rimanere senza reggiseno in pubblico, sfidando le norme sociali. Ha ottenuto un'incredibile diffusione a livello globale e ha fatto tendenza su Instagram con l'hashtag #FreeTheNipple, sostenendo la libertà di evidenziare i capezzoli senza stigmatizzazioni. Più recentemente, con il primo lockdown causato dalla pandemia, è decollato il movimento "no bra", dando alle donne un assaggio di libertà di non indossare l'indumento e spingendole a vestirsi per sé stesse e non per gli altri.

Questo cambiamento dimostra che le donne stanno abbracciando gli ideali post-femministi, che riguardano l'autonomia, l'uguaglianza e l'orgoglio della femminilità. In definitiva, poter scegliere di indossare o no il reggiseno significa cercare la liberazione e l'emancipazione personale; è un simbolo della libertà e dell'autodeterminazione delle donne. Entrambi i movimenti riflettono il concetto del *naked dress*, che celebra l'autonomia delle donne di non essere costrette a coprire il proprio corpo – e i propri capezzoli –, ribaltando le rigide norme sulla moda e sulla sessualità.

Realizzato per enfatizzare anziché nascondere, il *naked dress* crea un'illusione di nudità senza essere vera-

mente nudo, capovolgendo il concetto stesso di nudità, che ha subito trasformazioni significative nel corso dei secoli, riflettendo il cambiamento degli atteggiamenti culturali, delle norme sociali e dei regolamenti legali. Alcune donne hanno, infatti, abbracciato il suo messaggio *body-positive*, lottando per liberare il proprio corpo dalle costrizioni del decoro convenzionale, mentre altre hanno celebrato il suo fascino seducente e sensuale. Questo capo di abbigliamento, quindi, sfida audacemente le norme tradizionali della moda, celebrando la forma naturale del corpo come simbolo di forza ed emancipazione, oltre a essere un potente rifiuto degli standard patriarcali.

IL FASHION SYSTEM SEMPRE PIÙ IMPAURITO DELL'AI

Uno strumento creativo o una minaccia per la moda?

di Lucie Mistrulli

Negli ultimi anni non possiamo ignorare l'emergenza dell'intelligenza artificiale. All'inizio solo con chat gpt, poi uno sviluppo che ha iniziato a interessare sempre più settori, in particolare la moda. Che si tratti di design di abbigliamento, sfilate o pubblicità, l'AI è onnipresente. Ma cosa ne pensano i

professionisti del settore? I designer si confrontano costantemente su questa nuova tecnologia, alcuni la vedono come uno strumento di creazione, altri hanno paura di essere sostituiti. Ma quali sono i vantaggi e gli svantaggi dell'intelligenza artificiale per la moda? Numerosi professionisti ve-



Screenshot del Website dell'AI Fashion Week

dono l'AI come uno strumento di creazione, un modo per innovare. L'intelligenza artificiale apre un'infinità di nuove possibilità per la moda: è sinonimo di nuovo modo di creare, nuovo modo di sfilare, nuovo modo di vendere l'abbigliamento. Nel 2023, c'è stata la prima fashion week completamente dedicata all'AI. Le sfilate erano online o su schermi a Soho in New York, furono presentati manichini e abiti realizzati interamente dall'intelligenza artificiale ed era aperta a più di 150 persone. Tra i partecipanti, c'era anche Pat McGrath, star del make-up. L'AI si presenta come un'occasione per i nuovi creativi di tentare la fortuna nel settore della moda.

Ma l'AI non è solo vista come una cosa positiva.

Per molti marchi famosi, l'intelligenza artificiale è un paradosso per la moda. In realtà, la moda si basa sull'a-

spetto umano e su un know-how ineguagliabile. La creazione d'abbigliamento fatto dall'AI può creare un problema d'immagine per i brand e crea nuove sfide artistiche e tecniche. L'Oréal afferma di non voler lavorare con l'AI perché è troppo distante dalla realtà umana. Malgrado tutti questi progressi tecnologici, la moda è un settore che vede i limiti dell'intelligenza artificiale. Si serve di materiali e di tecniche, di creazione artigianale che l'AI non può avere.

Nonostante questo strumento tecnologico abbia rinnovato molti aspetti del fashion system, non può ancora dominare questo settore. Questo settore diventa sempre più avanguardistico e in costante evoluzione. Ricordiamo il vestito spray di Coperni visto nella collezione spring summer 2023. Dalla sua creazione, l'intelligenza artificiale è una novità molto controver-

sa che crea molti dibattiti,
che continueranno proba-

tabilmente ad esserci per
qualche anno.



IG:@coperni

RODEO REVIVAL

Ora, nell'epoca in cui ogni cosa può essere categorizzata con il suffisso "-core" arriva il cowboycore

di Mariavittoria Galeazzi



IG: @bellahadid



IG: @chemena

È bastato che Bella Hadid presentasse sui social il suo nuovo ragazzo cowboy, Adan Banuelos, e Beyoncé annunciasse il nuovo album country, 'Cowboy Carter'. Volenti o nolenti, il cowboycore è sempre stato tra noi:

a volte in modo sottile, altre volte, come ora, ci troviamo sommersi da contenuti di persone che sfoggiano stivali texani e cappelli da cowboy. La moda gioca un ruolo di primo piano.

Nella sfilata uomo di Louis Vuitton Autunno Inverno 2024/2025, curata dal nuovo direttore creativo Pharrell Williams, assistiamo a una fusione di elementi del selvaggio west reinterpretati in chiave moderna, mantenendo sempre fede all'heritage del marchio. Anche i colori saturi e la scenografia rivestono un ruolo di rilievo, evocando atmosfere simili a quelle dei film di Wes Anderson. Workwear, Canadian tuxedo, frange, overalls e giacche di camoscio sono solo alcuni degli elementi protagonisti. Pharrell Williams certamente non è il primo a esplorare questo lato dell'America. Centrale fra tutti fu infatti Ralph Lauren, artefice del mito americano, che dal 1979 propone gli stivali cowboy. O ancora Thierry Mugler, che nel 1992 presenta "Les Cowboys", dove la figura femminile diviene sensuale

grazie all'utilizzo di bustini e luccichii. La tendenza cowboy si intreccia chiaramente anche con il romanticismo della prateria, dei campi e della vita rurale, incarnato sicuramente da Isabel Marant, che incorpora elementi boho-chic nelle sue collezioni, e Laura Ashley negli anni '70. E ancora, Chloé con abiti ampi, lunghe rouches e tessuti svolazzanti, tornati ad essere il fulcro della collezione con la recente nuova direttrice



IG: @roommatesvtg

Chemena Kamali. Il cowboy-core arriva anche nelle sfilate più minimali dei designer più avanguardisti, come Raf Simons per Calvin Klein, che nel 2017 propone una rivisitazione stoica di tale estetica, con gli iconici stivali dalla punta squadrata e argentea.

Anche la collezione autunno 2022 di John Galliano per Maison Margiela racconta una storia fatta di denim, cappelli da cowboy con tesa maxi e giacconi di pelle. Antony Vaccarello, mantenendo l'heritage di Yves Saint Laurent, ha spesso inserito stampe fibbie western e camicie di flanella. Prodotto di punta sono gli stivali ricamati, dal cherry all'argento del neo-brand danese amato dalla Gen Z, Ganni, sottolineando come questa estetica sia arrivata dal lontano West ai social, le cui icone della musica e della moda sono le principali paladine.



IG: @chemena



Stivali Camperos con paillette Calvin Klein. Immagine presa dal sito *Vestiaire Collective*

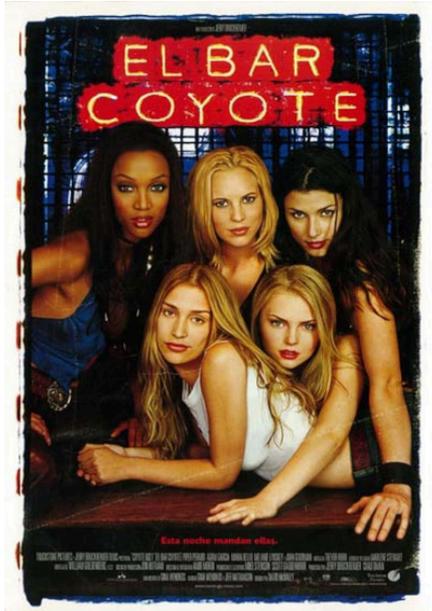
La già citata Beyoncé che nel suo nuovo album cita e reinterpreta, criticata da molte, la canzone di Dolly

Parton, regina del cowboy-core ancor prima che questo esistesse, ma anche Taylor Swift, che ha iniziato la sua carriera facendo musica country per poi cambiare e scoprirsi sempre in nuovi generi, anche se le fan più affezionate la ricorderanno sempre mentre cantava "mean" con il banjo e una camicia legata in vita e scenografie fatte di contadini e balle di fieno.

Musica, cinema e moda dialogano per creare sempre di più un'estetica precisa. Hannah Montana, che torna a casa nel Tennessee, si toglie la parrucca e indossa abiti normali allontanandosi dalla città e tornando alle origini, e "Le ra-

gazze del Coyote Ugly" che lavorano con camicie a quadri e cappelli con tesa larga, in un locale dove, oltre a servire, ballano sul bancone e cantano, hanno contribuito a promuovere il cowboy-core tra le ragazze degli anni 2000. Fondamentale per questa estetica è poi "Brokeback Mountain", diretto da Ang Lee, che è stato in grado di allontanare l'immagine del cowboy da un immaginario di mascolinità tossica e di uomo macho, con la storia di amore nascosto tra Ennis Del Mar e Jack Twist.

Rimangono invece fedeli i fratelli Coen con "No Country for Old Men", riflettendo invece sul concetto



Locandina ufficiale del film "Le ragazze del Coyote Ugly"

di violenza e di moralità. Stilemi di film diretti da Sergio Leone rimasti nell'immaginario collettivo reinventandosi in modo da rappresentare lo zeitgeist in cui vivia-

mo. Da colori neutri e terrosi si è passati a colori accesi, i dettagli delle giacche non sono più la polvere e le macchie, ma ricami pregiati e paillettes.

FASHION AMARCORD

Sui social la mia generazione ha iniziato a riabbracciare accessori e modi di vestire che ci riportano alla nostra infanzia e pre-adolescenza

Di Mariavittoria Galeazzi

Questa tendenza non è solo una moda passeggera degli ultimi anni, ma un riflesso profondo dei nostri sentimenti e paure. Molti di noi, me compresa, hanno iniziato a comprare accessori e ab-

bigliamento che ricordano il passato. Dalle magliette con Hello Kitty alla lunch box dei Pokémon, dalle mollette a forma di frutta ai Monchici da appendere alle



IG: @sendhelp

... borse: sembra che ogni oggetto abbia il potere di trasportarci indietro nel tempo. Non si tratta solo di una scelta estetica, ma di un desiderio di rivivere momenti spensierati e gioiosi. Non sono sola in

questo viaggio nostalgico; molti dei miei coetanei condividono lo stesso sentimento. Crescere può spaventare, e questi oggetti ci offrono un rifugio sicuro, un



Collaborazione Pan Milano x GCDS



Bancarella al mercato di Milano

modo per restare aggrappati a un periodo in cui le responsabilità erano minime e il mondo sembrava un posto più semplice. La moda ancora una volta ne è la protagonista.

Molti brand hanno iniziato a proporre collezioni che si ispirano ai cartoni animati e alle figure iconiche della nostra infanzia. Fast fashion

come H&M e Urban Outfitters, ma anche grandi marchi non si sono tirati indietro, con pop-up come quello tra Pan e GCDS per i 50 anni dalla nascita di Hello Kitty, ma anche collezioni: sotto la direzione di Alessandro Michele, Gucci ha proposto una capsule a tema Doraemon con sfondo monogram per il Capodanno cinese. Loewe propone spesso collezioni di questo tipo, come quella con lo Studio Ghibli e i suoi personaggi iconici. Levi's, per i 25 anni dei Pokémon ha proposto giacche e jeans con Pikachu. Jeremy Scott per Moschino ha portato in scena SpongeBob e Barbie. Anche Marc Jacobs per i Peanuts, Coach e Givenchy per la più famosa Disney, e Balenciaga per i Simpson. Un'estetica *childish* che troviamo anche in passerella come nei recenti marchi italiani CORMIO e Marco

Rambaldi, che uniscono top a uncinetto, colori pastello e colli peter pan, anche Sandy Liang con il suo mondo fatto di fiocchi e ballerine in raso. Questa tendenza non è solo una strategia di marketing, ma un vero e proprio fenomeno culturale che riflette il desiderio collettivo di ritrovare un senso di sicurezza e familiarità. La nostalgia nella moda va oltre il semplice stile; è una risposta psicologica ai tempi incerti in cui viviamo. In un mondo in continua evoluzione, tornare agli oggetti della nostra infanzia ci offre conforto e stabilità. Questo fenomeno dimostra come la moda non sia solo un mezzo per esprimere la nostra identità, ma anche un modo per affrontare le nostre paure e insicurezze.

La nostalgia nella moda è molto più di un trend passeggero. Per la nostra generazione, rappresenta un modo per esorcizzare la paura dell'incerto e per ritrovare se stessi.



Mocassini con calze di Pikachu



Sandali con calze di Jigglypuff

I FILI DELL'INFLUENCING



Digital artwork by Douglas Limongi

Nella Grecia Antica, si credeva che la vita degli uomini fosse controllata da tre figure femminili che tessevano il loro destino. Cloto, la più giovane, Lachesi, e Atropo, la più vecchia, erano responsabili, rispettivamente, di filare lo stame della vita, decidere la sua sorte e reciderlo. Parlo delle tre Moire, principale fonte d'ispirazione di questo *digital artwork* creato con l'ausilio dell'Intelligenza Artificiale (MidJourney e l'app Face Swap AI). Oltre a queste figure della mitologia greca, un altro elemento che ha ispirato questa immagine è stato l'affresco rinascimentista di Raffaello "Scuola di Atene". L'artista ha raffigurato importanti filosofi antichi – e alcuni non contemporanei tra di loro – con la faccia di pittori che erano contemporanei a Raffaello stesso, creando così una sorta di collage. È proprio

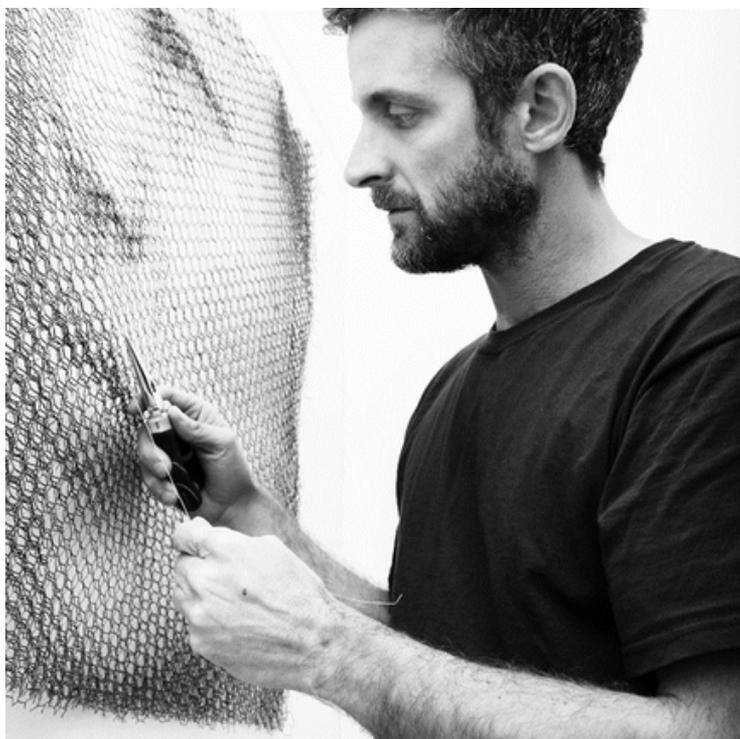
questo che è stato fatto in questa opera digitale: ho realizzato le tre Moire con la faccia di tre donne contemporanee: le sorelle Kim Kardashian e Kylie Jenner, e la loro madre Kris Jenner. Una scelta che non è stata fatta a caso. Negli ultimi decenni, infatti, la figura dell'*influencer* è cresciuta esponenzialmente e le Kardashian ne sono uno degli esempi più noti. Così come le tre Moire, le *influencer* in qualche modo controllano o almeno – come dice il termine stesso – influenzano il modo in cui vivono le persone. Le Kardashian rappresentano, quindi, una sorta di "tre Moire contemporanee". Infine, l'apparente disordine che si vede nel filato rappresenta le vicende dei destini che si intrecciano, creando qualcosa di disforme e, allo stesso tempo, affascinante: la vita stessa.

ARTE E DESIGN

GIORGIO TENTOLINI: “CON LA MIA ARTE VOGLIO DENUNCIARE LA BELLEZZA”

Nell'arte dell'artista cremonese la bellezza non è solo modalità di rappresentazione, ma spunto di riflessione sociale. Ci ha parlato di questi e altri temi, tra cui la sua partecipazione alla Biennale 2024

di Fiorenza De Gregorio e Sara Vona



L'artista Giorgio Tentolini al lavoro

Giorgio Tentolini espone alla 60° edizione della Biennale Arte di Venezia, un traguardo raggiunto al culmine di una lunga attività artistica, eclettica ma sempre coerente con i suoi temi chiave: memoria e identità. L'artista si racconta in questa intervista, presentando la sua estetica, tra sottile denuncia sociale e innovazioni nell'uso dei materiali, tra intelligenza artificiale e ritorno alla classicità. Tutto questo rende la sua produzione unica e riconoscibile, con un appeal internazionale.

Potrebbe parlarci della sua formazione artistica? Fare l'artista è sempre stato il suo sogno?

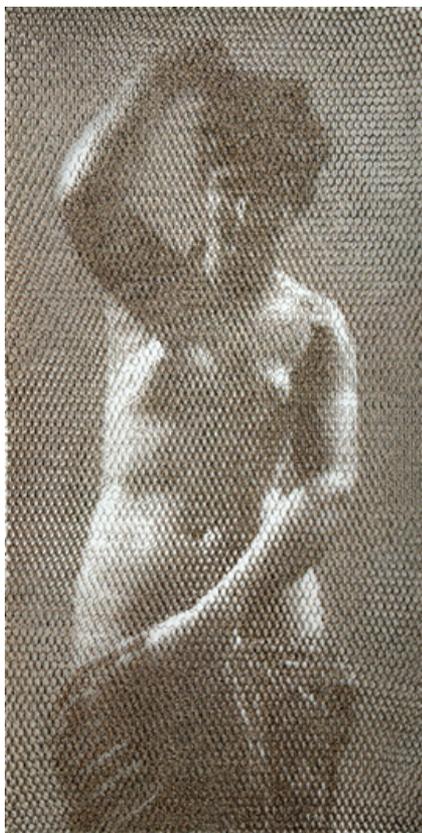
Ho fatto l'istituto d'arte a Parma e poi ho frequentato un corso post-diploma in una scuola di design e comunicazione, ora chiusa, che si chiamava "Università del progetto".



Giorgio Tentolini, *Gwen - movimento 011019*, 2022, rete metallica, 80x80

Contemporaneamente, lavoravo come grafico e fotografo per una agenzia di Parma, collaborando con Vogue Pelle, Vogue Gioielli, Donna, Men's Health e per editori come Rusconi e Mondadori. Ho lavorato anche per l'allegato Magazine for Living e Magazine for Fashion di Milano Finanza. Ho collaborato anche pe diverse case di moda, ad esempio per il gruppo MaxMara. Diciamo che si è formata lì la mia vera e propria educazione estetica. Nel frattempo, ho fatto

anche le mie prime mostre, nel senso che ho cominciato a sviluppare proprio quello che è il mio percorso artistico. Come artista ho sempre lavorato sui materiali, partendo ovviamente dal disegno e dalla pittura. La prima mostra risale al

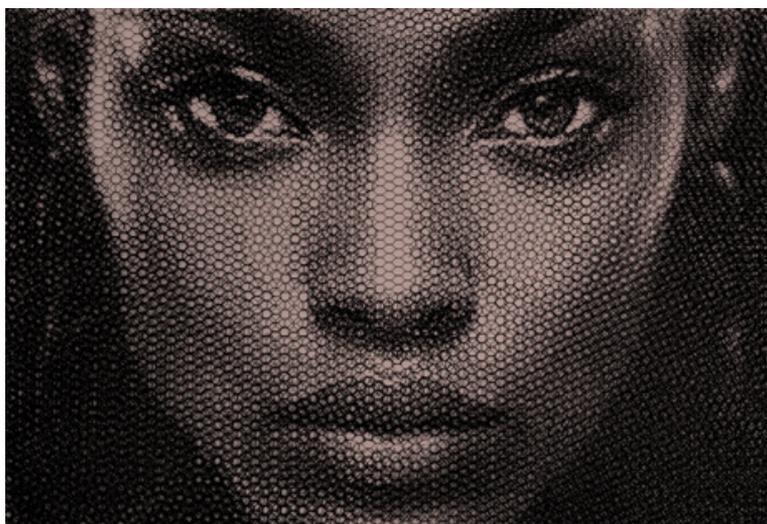


Giorgio Tentolini, *Venere Celeste-vista 021223*, 2023, rete metallica, 180x60

2003: ho sempre lavorato su una diversa fruizione dell'immagine fotografica, perché per me la fotografia rappresentava il dato reale. Mentre per quanto riguarda i materiali, ho sempre utilizzato quelli di uso comune, come i vari tipi di rete, plastiche, carte, materiali che portano al loro interno un messaggio forte.

Ha un materiale preferito con cui lavorare?

Adesso mi sto molto concentrando sulla rete metallica, che, per me, ha un significato importante, perché da una parte diventa metafora del web e di tutte le interconnessioni che ci sono al giorno d'oggi. E allo stesso tempo la rete è anche una gabbia, una trappola. Ci sono sempre state gabbie, nei quali tutti noi siamo intrappolati. Ad esempio, quando giudichiamo una cosa come bella è perché ci hanno insegnato a



Giorgio Tentolini, *Derealized - algor 061262*, 2023, rete metallica, 85x125

vederla come tale, e il più delle volte smettiamo di fare pensieri che possano andare oltre essa. Io la mia gabbia la rompo, nel senso che sto cercando proprio di denunciare anche quanto la bellezza stia condizionando la nostra vita quotidiana.

Infatti, in merito a questo, nella sua produzione artistica c'è tanta classicità. E anche tante donne! Può spiegarci il perché di entrambe le scelte?

Ho introdotto il concetto di classicità quando il mio pro-

getto artistico, già iniziato da anni, è diventato una riflessione sui canoni estetici. La statuaria classica incarna il canone estetico più antico, che nel corso dei millenni è praticamente rimasto invariato. Ho realizzato su questo diversi progetti, come *In too deep* o *Derealized*, lavorando sul parallelismo che c'è tra l'arte classica e l'intelligenza artificiale, che ho usato per generare le immagini ritratte nelle opere. Nel senso che, così come gli antichi greci per creare la bellezza

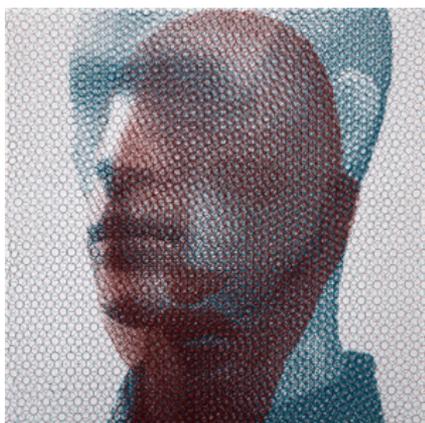
ideale non ritraevano un unico bel viso, ma ne univano tanti diversi, la stessa operazione la sta facendo l'intelligenza artificiale, che in base a un input testuale va a sovrapporre migliaia di visi in base ad un algoritmo e li va a unire assieme per ricreare la bellezza. Prima però avevo già fatto una mostra sull'emancipazione femminile. Avevo cominciato a rappresentare le modelle fotografate nel backstage delle sfilate, proprio perché la donna, e ancor di più la modella, è quella che più di tutti ha subito il discorso dell'ingabbiamento in determinati schemi. Questa roba mi ha sempre fatto male, quindi questo progetto nasceva per esprimere il pericolo legato alla standardizzazione. Le mie prime donne le ho fatte con la rete metallica, che ora rappresenta la maggior parte della mia produzione. La donna per me è un simbolo:



@giorgiotentolini
Diadumenos - Vista 031222 (Pagan Poetry), 2023, rete metallica nera tagliata a mano e sovrapposta a fondale in legno di pioppo naturale e rosso paprica, 125x85cm, GT230135

ho deciso di iniziare a lavorare sulle donne perché, per me, sono le maggiori vittime (del sistema e dell'idea di bellezza della società, ndr). Ora, finalmente, si sta cominciando a parlare di politicamente corretto, e per me è importante che ci siano discorsi di questo tipo, come quello che evoco con le mie opere. Ad esempio, per il progetto *Jeune Fille*, ero partito da un testo del collettivo francese *Tiqqun*,

Elementi per una teoria della Jeune-Fille, che ho trovato illuminante, perché lì la giovane ragazza diventa metafora del bene di consumo. Ripeto: io voglio denunciare la bellezza. Se nell'Ottocento poteva valere l'enunciato per cui "la bellez-



Giorgio Tentolini, *Endiadi - sequenza 1007 90*, 2021, rete metallica, 100x100

za salverà il mondo", adesso a forza di invocarla lo sta invece distruggendo. Quindi sì, io sono consapevole che le mie opere siano bellissime (ride, n.d.r.), ma sono fatte come una trappola, con un materiale che punge e graffia. Per me le mie ragazze diventano un'icona, rap-

presentano un fenomeno di cui siamo tutti testimoni.

Parlando di identità, come definirebbe la sua arte? Qual è la sua verità?

La verità non ce l'ha in mano nessuno. Io penso che il compito di un artista sia quello di registrare quello che gli succede attorno e quello che eventualmente sta per succedere. Se fino ad adesso si è rincorso il bello, mi auguro che il prossimo passaggio sia la ricerca dell'autentico. Io adesso, ad esempio, sto lavorando ad un progetto antagonista delle reti, perché penso che quello che succederà sarà una ricerca del vero. In questo progetto, sto lavorando con la cera. Se la rete è un filtro, è una gabbia, è qualcosa che lascia passare un fluido e trattiene delle scorie, la cera, al contrario, è quella cosa che non verrebbe mai imprigionata. Per fare questa serie, l'estate

scorsa ho fotografato dei naturalisti, di nascosto: persone normali con tutti i loro difetti, che si presentavano nude. Mi interessava il fatto che si offrivano per quello che erano.

Abbiamo visto che comunque nella sua arte c'è un connubio di scultura e pittura, il che implica il coinvolgimento di più sensi. Qual è quello predominante?

In realtà, spesso, parlando con i vari critici, la cosa che è sempre emersa è che i miei lavori fossero un ibrido tra scultura e pittura, perché il risultato, soprattutto con le opere di rete, è paragonabile a un lavoro pittorico. Ma l'opera è realizzata soltanto con un materiale prerogativa della scultura, la rete. Poi non c'è colore o, meglio, io spesso coloro le mie opere, ma il colore è un colore monocromo.

E la fotografia che ruolo ha?

Le mie opere nascono sempre da una base fotografica. All'inizio, per me la fotografia rappresentava il dato reale e quando ho iniziato non era contemplato che fosse ritoccata. Adesso, invece, sto lavorando sulla



@giorgiotentolini
Gilte, Jeune Fille 2020, Rete metallica tagliata a mano e sovrapposta a fondale bianco, 80x80 cm, GT 200364

manipolazione della fotografia, che ha smesso di essere qualcosa che potesse certificare un'autenticità. Ad esempio, progetti importanti fatti con le fotografie, come *Unknown* o *Agés*, sono realizzati con la

carta, per riflettere sul concetto di memoria. La carta è da sempre considerato il veicolo principale per la memoria, da quando siamo passati da una tradizione orale ad una scritta. Questi sono fogli di carta bianchi che vado ad incidere con la stessa metodologia delle reti metalliche o dei tulle e li vado a sovrapporre. Così, esprimo il concetto di falsa memoria. Vi faccio un esempio: siamo da qualche parte, facciamo una foto a qualcuno o qualcosa e una persona entra a sua insaputa nella fotografia. E

quindi entra a far parte dei nostri archivi personali, però su queste persone non puoi spendere una sola parola, perché non le conosci, non sai nulla di loro.

Il numero di quest'anno si intitola Everlasting. Data la sua riflessione sul tempo, come si relaziona con esso nelle sue opere e nella sua vita?

Nelle mie opere il tempo ha una sua importanza. Penso al tempo legato alla memoria: come dicevo, i canoni estetici sono in continuo movimento, nel corso delle



Giorgio Tentolini, *Rhizōma*, 2024, rete metallica, 148x98 (da sinistra: 041520, 031518, 011524)

epoche ci sono stati questo tipo di proposizioni, di stratigrafie, di movimenti, ma mai veloci come oggi. Si fa anche fatica a connotarlo questo tempo qui, nel senso che ci sono talmente tante sfaccettature e stereotipi, tante cose che si vanno a contraddire. Adesso c'è tutto un discorso di accelerazione. È molto interessante, molto divertente, però si fa fatica a stargli dietro.

Però con la sua arte comunque lascia un segno nel tempo.

Mi auguro che lo lasci. Adesso il mio rapporto con il tempo è cercare di adattarmi a questa accelerazione. Se fino adesso mi sono concentrato a cercare di capirlo, ora non mi rimane altro che viverlo.

Ora parliamo di Biennale: come si arriva ad esporre? Qual è stato il percorso che lo ha portato fino a qui?



Giorgio Tentolini, *Theclomovimento 01091*, 2022, rete metallica, 100x150

Innanzitutto, vanno suddivise le partecipazioni internazionali rispetto alla Biennale fatta nei Giardini Napoleonici (ovvero nel Padiglione Centrale, quello dell'Italia) e nell'Arsenale.

Per il Padiglione Centrale, così come per l'Arsenale, c'è un curatore (quest'anno è Adriano Pedrosa), che convoca degli artisti. Per quel che riguarda invece i Padiglioni nazionali, sono tutte cose a sé, quindi non seguono neanche l'iter classico. Io espongo in città e sono stato invitato dal curatore, che mi ha notato tramite la sua rete di conoscenze. Mi ha sottoposto il progetto, poi io gli ho esposto il concept

che avevo in mente e ne abbiamo discusso, facendo tutti gli aggiustamenti del caso per farlo rientrare il più possibile nel tema.

Cos'ha realizzato?

Espongo nel Padiglione del Camerun, al Palazzo Donà delle Rose. Ho ragionato molto sul discorso dell'Africa. In primis mi sono dato dei paletti su quello che non volevo che quest'opera fosse: non volevo fare il verso all'arte africana, bensì pormi

 **giorgiotentolini**
Casalmaggiore

...



@giorgiotentolini

Endiadi- Sequenza 110867, 2021, rete metallica magenta e cyan tagliata a mano e sovrapposta a fondale bianco, 100x100 cm, GT210347

nella mia visione di occidentale nei confronti del continente. Il percorso artistico è partito dal ragionare sul tema della Biennale stessa, ovvero *Foreigners Everywhere* (Stranieri Ovunque); tutti noi siamo stranieri di qualcos'altro. Dunque, ho realizzato quattro visi ricreati con l'intelligenza artificiale, due uomini e due donne etnicamente collocabili, rispettivamente di origine asiatica, latina, africana e caucasica. Poi li ho sovrapposti con una maschera (sempre creata con l'AI) che andasse a riprendere le maschere africane, riflettendo sul senso di ibridazione. Le opere sono integrate in quattro light box di plexiglass bianco, che si accendono e spengono gradualmente. Un'altra cosa che mi aveva colpito, nell'analisi di me occidentale nei confronti dell'Africa, erano le paure di noi oc-

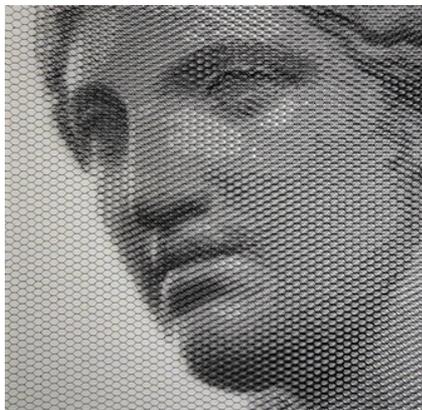
cidentali. La xenofobia è insensata, perché tutti noi siamo una grandissima mescolanza di etnie. Ciò si collega anche al mio uso dell'intelligenza artificiale: così come ognuno di noi è il frutto di milioni di patrimoni genetici, le immagini AI creano ciò che chiediamo sommando insieme tantissime altre immagini che già possiede. Anche le maschere sono fatte con l'intelligenza artificiale, perché volevo che ci fosse una memoria visiva, come se fosse davvero un viaggio di millenni. Non ho voluto usare maschere reali proprio per non farne prevalere il loro significato (mortuario, celebrativo ecc.) rispetto al fatto in sé dell'essere maschere. Sono maschere neutre, così da evitare di allontanare l'attenzione dal fulcro significativo dell'opera. Quindi, è chiaramente una maschera di origine africana, ma non esiste in sé,



L'artista Giorgio Tentolini al lavoro come nemmeno le persone rappresentate.

Il tema del Padiglione del Camerun è Nessuno è profeta in patria. Nel contesto della sua professione artistica, ma anche della sua vita personale, si è mai sentito uno "straniero" in Italia? Ha mai avvertito il bisogno di dover cambiare aria?

Ogni cinque minuti (ride, ndr), però ho scelto di rimanere in Italia e sono contento di questa decisione.



Giorgio Tentolini, *Venere Capitolina*
10 - PAGAN POETRY 2021,
rete metallica, 25x85cm, GT210222

Vivo molto anche il senso di estraneità delle altre persone, il loro senso di disagio. Io mi sono costruito il mio piccolo mondo in casa mia, ma quando esco fuori casa mi sento straniero nei confronti di tante cose. Certo, se dovessi dire dove vorrei essere in questo momento, direi proprio qui: non ho voglia di andare all'estero e cambiare tutto, ma capisco anche tutte quelle persone che vogliono farlo. Per dire, capisco perché una persona faccia un viaggio pericolosissimo per venire in Italia.

Nel corso della sua carriera, ha ricevuto il supporto della galleria Colossi Arte Contemporanea di Brescia. Secondo lei, quanto è importante per un artista avere una galleria di riferimento? Che peso dà alla Colossi nel sentiero artistico che lo ha portato ad esporre alla Biennale?

Per me è stata fondamentale: non è stata la prima galleria con cui ho collaborato, ma è quella con cui sicuramente ho avuto il rapporto più lungo e consolidato, di fiducia. È stato utile soprattutto per il mio carattere. Per me non è sempre facile pensare di andare a proporre i miei lavori; perciò, mi è stato utile avere un determinato distacco dalla committenza. I miei progetti non sono facili, vanno capiti e digeriti. Il rapporto con i Colossi è ottimo, di grande fiducia e amicizia, anche di discussioni, di tutto ciò che deve stare in un rapporto

sano. Sono persone che hanno avuto fiducia in me, mi hanno fatto crescere: a differenza di tante altre gallerie che tendono a tenersi stretto il loro gruppo di artisti, i Colossi hanno sempre cercato di passare i miei lavori a tante altre gallerie, in Italia e nel mondo. Poi non mi è mai stato imposto nulla, mai chiesto di fare soggetti specifici. Abbiamo sempre cercato di evitare il più possibile le opere commissionate, proprio per poter avere la libertà di poter parlare di ciò che volevo. Sono stato molto fortunato, anche perché da rapporto lavorativo è diventato anche di amicizia, anzi quasi familiare.

E il rapporto con i social? Sono più un ostacolo o un'ispirazione per la sua arte?

Non sono un ostacolo. Hanno avuto sicuramente un'ottima funzione nel fat-

to di far conoscere il mio lavoro, tante opportunità mi sono arrivate da lì. Come tanti altri ne sono schiavo però, e ci perdo tanto tempo (ride, ndr). Mi sono serviti tanto anche per conoscere altri artisti e ricercatori.

Tanti miei progetti nascono davvero da chiacchiere fatte con altre persone, quindi, i social mi hanno aiutato nel farmi contatti e conoscenze. Nel corso degli anni ho sviluppato collaborazioni e amicizie con filosofi, medici, psichiatri, chirurghi estetici, antropologi. Ogni volta che voglio lan-



IG: @giorgiotentolini

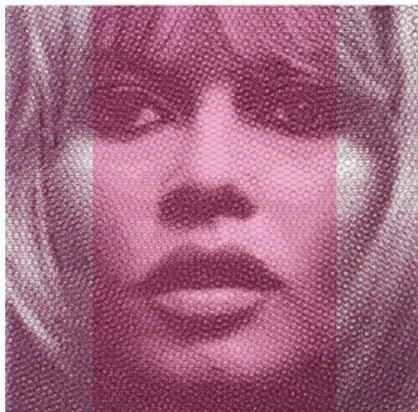
ciare una nuova serie di opere prima ne parlo con loro, per cercare di dare un senso a quanto sto facendo. Il soggetto rappresentato è l'ultima cosa che mi interessa, voglio prima che comunichi un messaggio.

Per concludere, una domanda classica: che consigli darebbe a un giovane creativo che vuole approcciarsi al mondo dell'arte?

A me ha sempre aiutato a portare avanti con coerenza un discorso, al di là del credere in sé stessi e altre cose fondamentali. Una volta che hai capito di cosa vuoi parlare, anche a grandi linee, devi cercare di affrontarlo tramite tutte le angolazioni possibili. Questo non significa assolutamente fare un lavoro ripetitivo! Io, ad esempio, ero partito con il desiderio di parlare di identità e memoria, che sono sempre state le mie due

 giorgiotentolini
ST-ART

...



Giorgio Tentolini, *BB - 2022 JEUNE FILLE*, rete metallica, 95x95 cm, GT220263

parole chiave, perché sono cose che avevo dentro. E su queste due parole ho costruito il lavoro di più di vent'anni. Poi, mi ha aiutato molto avere una cifra stilistica che potesse essere riconoscibile. In passato ci sono stati artisti anche molto affermati, ad esempio Pino Pascali, che passavano spesso da un progetto ad un altro totalmente diverso, ma poi fai fatica a riconoscere i loro progetti. Ci sono altri artisti le cui opere invece puoi riconoscerle al primo sguardo. Quindi con-

siglio di avere un grande rispetto della propria coerenza, e di sviscerare i propri temi attraverso tutte le possibili sfaccettature. Sono cose risultate vincenti in tanti ambiti, non solo nell'arte: se pensiamo ad esempio alla moda, di alcuni stilisti puoi riconoscere un loro pezzo a distanza di chilometri. Nel mio caso tutto ciò ha pagato, sia nel senso di facilitare a me la vita, sia mettendomi nei panni di chi

guarda un mio lavoro, in termini di riconoscibilità. Nel mio caso, ogni progetto nuovo è sempre stato la conseguenza del progetto precedente. È un discorso, ancora una volta, che c'entra con l'identità. Memoria e identità sono parole che, a dirla tutta, più che sceglierle io, sono loro ad aver scelto me. Però poi le ho difese con la mia arte, così sono diventate mie, in tutte le loro possibili declinazioni.

ETERNIT E FAUX FUR PER (RI)SCOPRIRE PINO PASCALI

Dal 28 marzo al 23 settembre 2024 Fondazione Prada
ospita una ricca retrospettiva sull'artista barese,
serpente dell'arte contemporanea

di Fiorenza De Gregorio



Cavalletto, 1968, Pino Pascali
Lana di acciaio su struttura di legno,
materiale acrilico, rafia.
Galleria Nazionale d'Arte Moderna e
Contemporanea, Roma, inv. 9223
Fotografia in bianco e nero di Ugo Mulas

Pino Pascali odiava dover definire la sua arte. È evidente in ogni sua opera: nell'approcciarmi ad esse anche io, ovviamente da inesperta, tentavo sul come poterle descrivere. Si tratta di scultura pura? O sfocia nella pop art? Oppure ancora, è tutto parte di un unico spettacolo espositivo più complesso? È allora estremamente calzante che Pascali si autoidentificasse in un serpente, simbolo

(Nota: tutte le foto sono state scattate da me presso la mostra. Parte di esse sono in analogico, fatte con una macchina fotografica Yashica FX-3 e su pellicola Kodak Ultramax 400)



Ricostruzione del dinosauro, 1966, Pino Pascali, Tela grezza trattata con Vinavil e caolino su strutture di legno, Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea, Roma, inv. 5358

9m² di pozzanghere, 1967, Pino Pascali, Pannelli in truciolato laccato e gesso, copia espositiva

Pinacoteca Metropolitana "Corrado Giaquinto", Bari

della reinvenzione. Esattamente come l'animale, l'artista cambiava pelle ad ogni nuovo lavoro, riformando le sue tecniche e i suoi materiali, ideando modi innovativi di esporre e di parteciparvi in prima persona, sfuggendo ad ogni cliché. La mostra è pervasa dalla sua intraprendenza creativa, e allo spettatore arriva forte, in primis, la felici-

tà che egli ricavava dall'INVENTARE. Dunque, un artista-inventore, uno scultore moderno, un genio visionario di arte povera, dall'anima giocosa di bambino. La retrospettiva a lui dedicata cerca di incapsulare questo feeling camaleontico, evitando di seguire logiche temporali o tematiche banali, e privilegiando una suddivisione in quattro se-

zioni. Ciascuna di esse si concentra sull'approfondimento di determinati aspetti del metodo di Pascali e fasi della sua produzione, oltre che su incursioni nell'originalità della sua persona. Si tratta perciò di un'esposizione atipica: il cu-

ratore Mark Godfrey (persona influente nel mondo dell'arte, presso il Tate Modern di Londra dal 2007 al 2021) seleziona quarantanove opere dell'artista pugliese

da collezioni pubbliche e private, italiane ed internazionali, ma evita di ripercorrere la cronologia in cui esse sono state presentate al mondo. Non vogliamo una biografia artistica, perché l'evoluzione, in Pascali, non era una fase, ma un vero e

proprio metodo di lavoro. La sede di Fondazione Prada si presta bene a questo esperimento: grazie ai suoi spazi, tra loro prossimi ma non direttamente comunicanti, la divisione tra sezioni è fisica oltre che concettuale, e ciò ci per-

mette di andare a fondo, ma gradualmente, nel genio di Pascali. Le Mostre Personali sono nel Podio, mentre la sezione Materiali è al piano sovrastante. La sezione Foto-

grafia è in Galleria Sud, mentre le Mostre Collettive sono in Galleria Nord. Interessante l'inserimento anche di opere di altri artisti, come fotografi e scultori, che hanno esposto o collaborato con Pascali, il tutto ad arricchirne il ritrat-



Vedova blu, 1968, Pino Pascali, Legno, pelliccia sintetica. ÖL-Stg 129/0, mumok – Museum moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien, Leihgabe der Österreichischen Ludwig-Stiftung.

Fotografia in bianco e nero
di Claudio Abate



Pino Pascali con *Il Colosseo* (1964),
"Pascali", Galleria La Tartaruga, Roma,
1965

Fotografia in bianco e nero, fotografo
non noto, Courtesy Ministero della
Cultura – Archivio di Stato di Latina

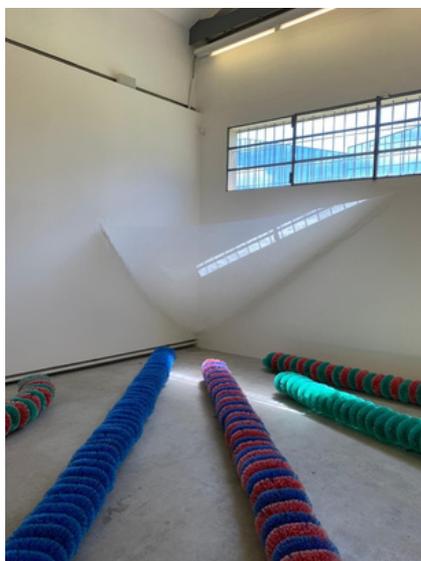
to umano.

Prima però un passo indietro: chi era Pino Pascali? Nasce a Bari nel 1935 e passa lì la maggior parte della sua adolescenza, per poi terminare le superiori a Napoli e trasferirsi a Roma nel 1965, dove si diploma presso l'Accademia di Belle Arti. Lavora in tv e in pubblicità in vari ruoli, ad esempio come scenografo per la Rai. Nel mentre lavora alle sue creazioni,

cominciando ad esporre con altri emergenti e arrivando alla sua prima personale nel '65, presso La Tartaruga a Roma. Una carriera artistica promettente ma, purtroppo, subito interrotta: espose, in modo molto frequente e riuscito, solo fino al 1968, anno dell'incidente in moto che pose fine alla sua vita. Ci rimane l'amarrezza di ciò che avrebbe potuto creare se avesse avuto più tempo; la proficuità della sua produzione, e la diffusa ricezione, ci permettono però, ancora oggi, di riconoscerne l'immenso fascino. Inoltre, Pascali era noto per cambiare spesso idea all'ultimo, modificando in calcio d'angolo parti intere delle sue mostre: grazie a questo, la quantità di opere prodotte (che possiamo dunque vedere oggi) nei quattro anni di attività è di gran lunga superiore a quella delle opere effettivamente esposte.

L'arte di Pino Pascali stupisce perché riesce a convogliare spunti di riflessione sfaccettati senza mai dare un'impressione di pretenziosità. Si tratta di una creatività fruibile e comprensibile a più livelli, e dunque da diverse tipologie di spettatori: durante la mia visita in Fondazione, gli avventori spaziavano da turisti cinesi ad anziani signori eleganti, da eccentriche scolaresche a ragazze con taccuino e macchina da presa. Al di là del nostro comprendere o meno le opere esposte (concetto di per sé discutibile: forse l'arte va più sentita, che capita), era palpabile la percezione di stare partecipando, insieme, al gioco appassionato di Pascali, di stare vivendo un'esperienza comune significativa. Un'emozione che attraversa i decenni, convogliata dallo spirito scherzoso dei suoi banchi giganti o dei suoi esperimenti

tattili. Questa sottile ma persistente aura di immortalità che attraversa l'arte di Pascali è forse resa drammatica dalla sua prematura scomparsa, ma mai amara. Nell'osservare le sue sculture, l'impressione più forte è quella di spensieratezza, di qui e ora, di divertimento. Pascali vive artisticamente nell'atto stesso del com-



Cinque banchi da setola e un bozzolo,
1968, Pino Pascali
Scovoli di setola acrilica su supporto
metallico
Fondazione Pino Pascali,
Polignano a Mare



32 mq di mare circa, 1967, Pino Pascali
Trenta vasche quadrate in lamiera di ferro
e acqua colorata
Copia espositiva

Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea, Roma

porre: l'ideazione non è una fase cronologicamente precedente alla realizzazione materiale, il momento operativo coincide con quello di creatività, tant'è che gli veniva spesso appellato il soprannome di *detto-fatto*. Ready made non sono invece le sue sculture, anche se potrebbero sembrarlo; sotto l'impressione di solidità

si nascondono strutture concave, vuote, che egli ricavava dall'accostamento di materiali di recupero. Tra i più comuni troviamo lana d'acciaio e pelliccia finta, il più sfacciato invece è l'eternit, nocivo ma molto resistente. La scelta di questi materiali non è casuale, inserendosi in un discorso di decontestualizzazione

dell'industria e dei suoi mezzi: l'oggetto industriale viene tolto dalla sua quotidianità e reso altro, in un certo senso anche spettacolarizzato. La riflessione riguarda poi una presa razionale sulla natura, in quanto i suoi materiali e soggetti naturali (Pascali lavorava molto con la figura animale, tra tartarughe, ra-



Sgabello da tecnigrafo in alluminio e pelliccia sintetica proveniente dallo studio dell'artista;

Collezione Mattiacci, Pesaro
Pelle Conciata, 1968, Pino Pascali;
Acrilico su pelliccia sintetica; Alice e Tom Tisch. Courtesy Mattia De Luca, Roma

gni e dinosauri) vengono modificati in forme geometriche più essenziali.

Entrando nella sezione Materiali, al piano +1 del Podium, si viene subito avvicinati dal personale, che comunica di fare attenzione nell'approcciarsi alle opere, per non rischiare né di danneggiarle né di farsi male. Pino Pascali operava in senso opposto: aveva un rapporto fisico con le sue creazioni, in diverse fotografie lo vediamo mentre le abbraccia, ci salta su, ci entra dentro e posa con loro. Sebbene non creasse mai delle vere e proprie performance durante le sue mostre, comunque concepiva l'esposizione come un qualcosa di partecipativo. La sua spinta all'interazione, in una sorta di genuino esibizionismo, ci fa pensare che non si servisse di una cifra stilistica ripetitiva proprio perché era lui stesso il fil rouge, l'elemento di riconoscibili-

tà, tra le varie sue opere. In Pascali, arte e artista sembrano amichevolmente spintonarsi per rappresentarne l'estetica congiunta,

senza che essa si concretizzi in elementi distintivi singoli proprio perché la sua identità si ritrova nell'insieme.



Il ponte, 1968, Pino Pascali; Lana di acciaio e fil di ferro; The Museum of Modern Art, New York. Scott Burton Fund and Committee on Painting and Sculpture Funds in honor of Kynaston, Mc Shine, 2008, Accession Number: 1898.2008

Liane, 1968, Pino Pascali; Lana di acciaio in batuffoli su armatura di fil di ferro; 13 elementi; Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea; Roma; inv. 9232

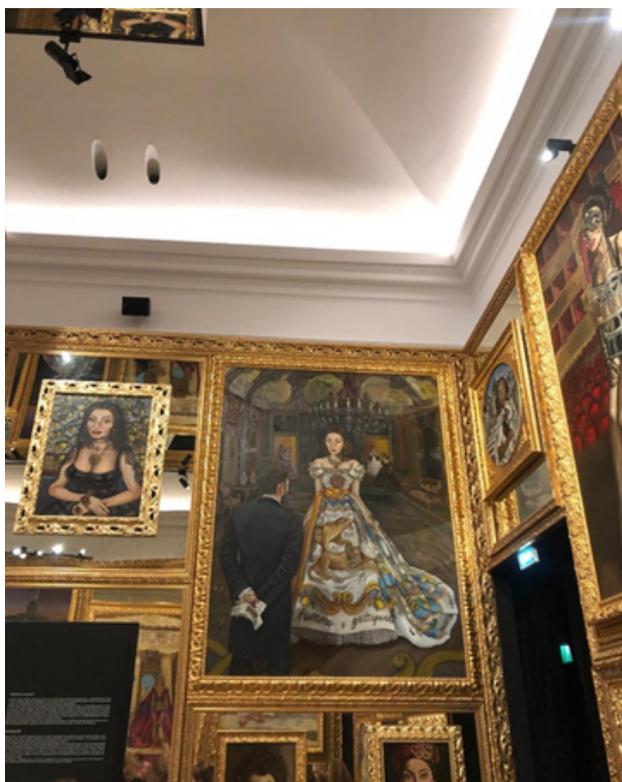
DAL CUORE ALLE MANI. L'AMORE PER IL MADE IN ITALY SI CONFERMA ECCELLENZA ARTIGIANALE

Opulenza e magnificenza del Fatto a Mano in creazioni tratte dal ricchissimo archivio del brand. Domenico Dolce e Stefano Gabbana ci offrono attraverso capi unici di Haute Couture uno straordinario viaggio all'interno del patrimonio culturale italiano

Di Sara Vona



Locandina ufficiale della mostra



Mostra "Dal Cuore alle Mani" al Palazzo Reale di Milano. Tutte le foto sono di Sara Vona

A Palazzo Reale (Milano) dal 7 aprile al 31 Luglio 2024 si tiene la mostra di Dolce&Gabbana intitolata "Dal cuore alle mani". Curata da Florence Muller, con il patrocinio del Comune di Milano e Cultura e Prodotto di Palazzo Reale e IMG, la mostra celebra il percorso artistico di Alta Moda di Do-

menico Dolce e Stefano Gabbana.

Tutto il DNA del patrimonio italiano parcellizzato in dieci spazi. Si inizia con gli autoritratti di Anh Duong, realizzati tra il 2012 e il 2024, che hanno come sfondo le città italiane come Taormina, Milano, Venezia, Capri, Portofino etc.



Opere che si interrogano sul dilemma essere/apparire riflettendo la cifra stilistica dei due creativi tra ricerca e innovazione sia artistica che artigianale. L'Alta Moda di Dolce&Gabbana rende omaggio alla tradizione vetraria, in particolar modo all'eccellente lavorazione del vetro di Murano, capi appartenenti alla collezione presentata davanti il Palazzo Ducale di Venezia nel 2021: abiti argentati con ricami in vetro e con cristal-



li, che all'interno della sala richiamano lo scintillio degli specchi e lampadari creando un gioco di riflessi. Uno dei balli più famosi della cinematografia, il valzer ballato dal principe di Salina Tancredi Falconeri interpretato da un giovane Alain Delon con Claudia Cardinali nei panni di Angelica ci introduce nella sala dedicata al Gattopardo. Film cult di Luchino Visconti tratto dall'omonimo romanzo di Giuseppe Tomasi Lampedusa, che ha una no-

tevole importanza per i due stilisti. Ambientato in Sicilia dopo lo sbarco di Giuseppe Garibaldi, il film racconta del passaggio dal vecchio al nuovo mondo moderno e della decadenza dell'aristocrazia siciliana. Ecco l'abito di Angelica al centro della

sala realizzato dall'alta sartoria di Dolce&Gabbana, decorato con gattopardi che riprendono quelli della Sala degli Specchi di Palazzo Gangi a Palermo.

Ogni sala con l'allestimento, gli abiti e la musica di sottofondo regala esperienze im-



mersive in mondi diversi. Dal ballo aristocratico e romantico si passa alla sala dove risiede il Sacro Cuore, l'origine della passione che anima le creazioni di Dolce&Gabbana e l'intera mostra. In questa sala che ti avvolge in un'aura mistica, gli abiti in oro e nero abbondano di elementi virtuosi i-

spirati all'arte teatrale barocca del XVII secolo. Il motivo del sacro cuore è ricamato sopra gli abiti con cristalli mentre sulle borse è applicato in metallo. Nella mostra è anche presente una piccola sartoria, luogo sacro dove ha origine l'eccellenza del Fatto a Mano del brand. Un laboratorio



che riprende antiche tecniche di lavorazione integrandone delle nuove. Sembra che sia finita qui e invece no. Opere d'arte di

Botticelli, Leonardo Da Vinci, Raffaello, Tiziano, Caravaggio e altri in creazioni di Alta Moda, Alta Sartoria, Alta Gioielleria. È un



tributo dei due stilisti all'architettura e alla pittura italiana, volendo anche sottolineare la comune base di partenza di progettazione che hanno sia l'architetto

che il sarto.

La Sicilia e le tradizioni siciliane. In particolare la tradizione della ceramica e del carretto, presentate nelle collezioni Alta Moda e Alta

Gioielleria a Palermo nel 2017, tripudiano in questa sala dai vivaci colori e dall'aspetto iconografico importante: abiti con decorazioni raffiguranti il carretto siciliano e anche gesta degli eroi del ciclo carolingio, presenti sui corsetti e crinoline.

Sala Barocco Bianco: abiti-

scultura realizzati con grande maestria attraverso la lavorazione dello stucco, i due creativi si ispirano all'arte di Giacomo Serpotta. Il



candido bianco degli abiti viene caricato da decorazioni opulenti con cherubini, volute, pilastri e nicchie.

Il divino, le divinità pullulano nelle ultime sale: abiti da sogno su un Tempio che sembra richiamare quello della

Concordia di Agrigento, raffiguranti immagini di regine, divinità e mitologia.

Mosaici divini nella sala accanto. Tuniche e cappotti che riprendono i mosaici bizantini del XII secolo del Duomo di Monreale in Sicilia e quelli della Basilica di San Marco di Venezia.

Si arriva poi alla sala dedica-

ta all'Opera amata da Domenico Dolce e Stefano Gabbana proprio perché riesce ad esprimere bene le passioni umane più recondite ed

estreme. Infatti, il 7 dicembre del 2019 è stata presentata una collezione Alta Moda dai due stilisti incentrata sulle eroine più famose dell'opera lirica, inaugurando la stagione lirica milanese al Teatro alla Scala. Opere



musicali trasformate in capolavori artistici, ricordiamo gli abiti sublimi de La Traviata, Attila, Aida, Tosca, Madame Butterfly, Turandot di Giacomo Puccini e altri.

La mostra si conclude con un abito dorato ispirato alla statua della Madonnina in cima al Duomo di Milano, anima e cuore della città che

intercede col cielo, benedice e protegge gli abitanti. Istituito così un'interconnessione tra il divino e l'umano. Tale riflessione data dai due stilisti riflette bene il lavoro e la realizzazione dei capi dell'Alta Moda dei due stilisti: un'elevazione mistica che si esplica nella maestria artigianale e nella ricerca della perfezione.





MASTERLY: THE DUTCH IN MILAN

“Quando ho iniziato Masterly, ho pensato all'inizio: volevo avere un grande palazzo, ma voglio anche che le persone sappiano istantaneamente che sono lì, che sono enorme, che è uno spazio grossissimo e (...) che è olandese”, dice Nicole Uniquole, fondatrice e curatrice dell'evento

Di Douglas Limongi

Prima dell'era dell'automazione e della produzione in serie, ogni mobile veniva realizzato a mano, conferendogli un carattere unico. Ora, viviamo in un'epoca in cui nuove creazioni invadono costantemente il mercato, adattandosi ai mutamenti veloci dei gusti. I mobili di design, considerati oggi un lusso, spesso sfuggono alla portata di molti, ma se si analizza il costo nel lungo periodo, emergono come scelte vantaggiose nonostante il prezzo normalmente più elevato. Questo

perché sono concepiti per durare nel tempo. Ogni fase della loro produzione è caratterizzata da un'attenzione maniacale; quando si progetta un mobile di design, ci si concentra non solo sulla sua creazione, ma anche sulla sua durata nel tempo e sulle possibilità di riciclo o riutilizzo al termine del ciclo di vita. Sono oggetti veramente pensati per resistere all'usura del tempo, offrendo una durata che li rende praticamente eterni.

Per promuovere il lavoro dei designer che ancora og-

gi dedicano la loro vita alla creazione di mobili unici, sono stati istituiti a Milano, cuore pulsante del design, due eventi imperdibili: il Salone Internazionale del Mobile nel 1961 e il Fuori Salone – conosciuto anche come Milano Design Week – nei primi anni Ottanta. Il primo evento è rivolto principalmente ai professionisti del settore, mentre il secondo è aperto al pubblico e trasforma l'intera città in u-



na vetrina del design. Durante il Fuori Salone, chiunque può esplorare le ultime innovazioni del mondo del design e trovare nuove ispirazioni, rendendo Milano un luogo di incontro per appassionati e creativi.

Quest'anno, durante il Fuori Salone (tenutosi dal 16 al 21 aprile), ho visitato il Padiglione Olandese al Palazzo Giureconsulti per la mostra "Masterly: the Dutch in Milan". Nicole Uniquole, fon-



Mostra "Masterly: the Dutch in Milan".
Tutte le foto sono di Douglas Limongi

datrice e curatrice dell'evento, ha scelto questo sito mozzafiato che si affaccia su Piazza del Duomo ed è di per sé parte dell'esposizione e fonte d'ispirazione. Nel cuore di Milano, il Palazzo Giureconsulti è un edificio iconico con una storia ricca e un'architettura stupefacente, simbolo della vita culturale della città. Progettato dall'architetto Vincenzo Seregni e comple-



tato nel 1563, riflette gli ideali rinascimentali di equilibrio e bellezza. Con la sua facciata imponente e i dettagli intricati, il Palazzo Giureconsulti è un testimone del ricco patrimonio culturale di Milano e ora è la casa di Masterly.

Per l'ottavo anno consecutivo, la curatrice Nicole Uniquole ha presentato una straordinaria selezione del design olandese contem-





poraneo alla Milano Design Week, unendo genio artistico, passione imprenditoriale e attenzione ai cambiamenti sociali. Con 86 partecipanti, che spaziano da nuovi talenti a nomi internazionali affermati, il Padiglione Olandese rappresenta l'avanguardia dell'innovazione, dalle stampe 3D ai materiali sostenibili e al design basato sull'IA. Particolare enfasi è posta sui materiali *bio-based*, settore in cui i Paesi Bassi eccellono, utilizzando alghe, funghi, bucce di mela e fondi di caf-

fè per creare catene di produzione circolari che proteggono il suolo. Il Padiglione celebra l'eredità del design olandese, dove secoli di artigianato si fondono con la creatività moderna per creare un panorama unico. Il visitatore è immerso in un mondo dove l'innovazione ecologica è centrale, con ogni scelta di design orientata alla salvaguardia del pianeta per le generazioni future. Dai materiali ecocompatibili alle tecnologie verdi rivoluzionarie, Masterly è una testi-



monianza dell'impegno dei Paesi Bassi verso un futuro sostenibile e rispettoso dell'ambiente. Come ha dichiarato la regina consorte dei Paesi Bassi, Máxima Zorreguieta Cerruti, i designer possono essere agenti di cambiamento e il design stesso uno strumento per costruire una società più sostenibile.

La mia visita all'evento è iniziata con un incontro – insieme ad altri studenti – promosso da YesMilano con la curatrice dell'esposizione e due designer di rilievo: una di Philips e Aectual, esperti in progetti con 3D Tetrapak, e l'altra di

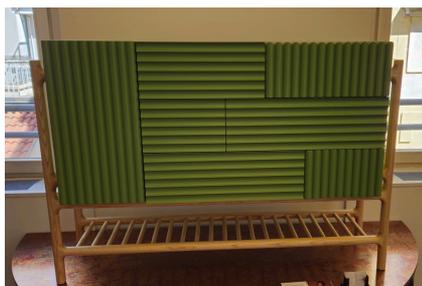
Visionary Lab, che ha riutilizzato stoffe di scarto di Levi's per trasformare vecchi mobili che sarebbero altrimenti buttati via. I designer ci hanno spiegato il loro processo creativo, mentre la curatrice ci ha parlato del suo modo di lavoro e del rapporto tra



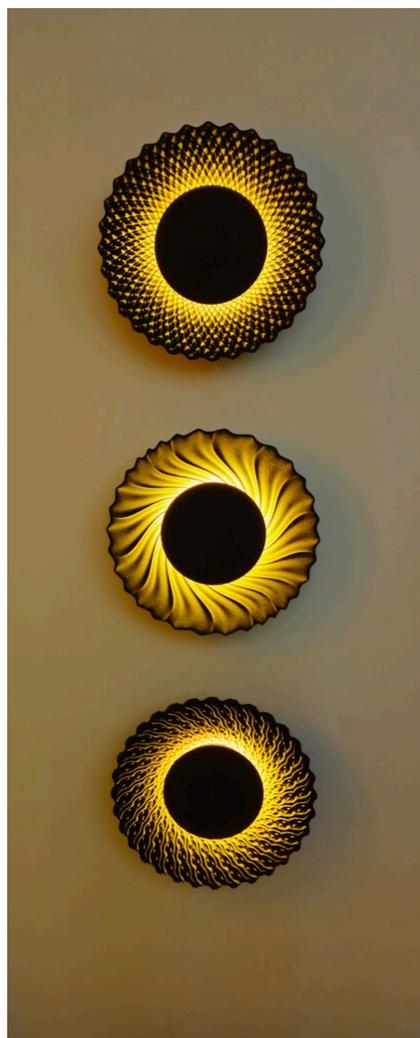
design, tecnologia e funzionalità, evidenziando il ruolo di Milano come città vibrante e ispiratrice, ricca di moda e gastronomia.

Dopo l'incontro, ho avuto la libertà di esplorare i meravigliosi design che riempivano 28 sale del magnifico palazzo. I designer, presenti accanto alle loro creazioni, spiegavano con passione le loro opere al pubblico. Masterly ha presentato una

serie di design innovativi e sostenibili che combinano tradizione e tecnologia in modo affascinante. Philips MyCreation, in collaborazione con Basten Leijh, ha svelato "Layers", un lampadario straordinario realizzato con materiali riciclati che richiama i tessuti stratificati della moda. Francesca Müller ha presentato "Artisan Intelligence", una collezione che fonde intel-



ligenza artificiale e artigianato, mentre Halle Design ha offerto una fusione di influenze nordiche e medio-orientali, con tessuti progettati per migliorare acustica e arredi. Aleksandra Gaca ha mostrato tessuti innovativi



che uniscono arte, design e architettura. Infine, Royal Delft ha introdotto "RE-FRAMED", una nuova serie di pannelli murali in ceramica, collaborando con il designer Bert Timmermans per una



reinterpretazione contemporanea delle stampe floreali. Ogni esposizione ha dimostrato come il design possa essere sia bello che sostenibile, celebrando la creatività e l'innovazione ecologica.

Una cosa che ha catturato particolarmente la mia attenzione è stata la sostenibilità di molti di questi design: non solo sono progettati per durare tutta la vita, ma utilizzano anche materiali che altrimenti sarebbero scartati, donando loro una nuova vita e rendendoli eterni. È stato il caso del progetto già menzionato di The Visionary Lab, Levi's e Vitra, che hanno presentato "Icons Re/Outfitted", una piattaforma innovativa che funge da trampolino di lancio verso il futuro del design sostenibile. Questo progetto artistico, curato dal rinomato studio creativo The Visionary Lab, unisce design, moda



e storytelling per sensibilizzare sul problema dei rifiuti tessili. In un'epoca in cui essi aumentano a dismisura, è



veramente fondamentale trovare modi per prolungare la vita dei nostri tessuti. Designer e artisti hanno trasformato sedie Vitra usate, disegnate da leggende come Charles & Ray Eames, Verner Panton e George Nelson, utilizzando denim riciclato di Levi's, icona mondiale del denim, che, con questo progetto, mette in luce il potenziale della seconda vita del jeans, dimostrando come il suo tessuto possa superare ogni confine. Questo progetto incarna la missione di The Visionary Lab di rivolu-



zionare il concetto di rifiuto, creando meraviglie dai materiali scartati. Vitra supporta questo impegno, riconoscendolo come una dichiarazione artistica e innovativa a favore della circolarità. Ogni sedia riprogettata è una testimonianza del loro impegno a ridur-



re i rifiuti e trovare bellezza nei luoghi più inaspettati, sfidando le nozioni convenzionali e stimolando un dialogo vitale sul nostro impatto ambientale.

Alla conclusione della mia visita al Padiglione Olandese, mi sono reso conto di quanto profondamente il

design possa influire sulla sostenibilità e sull'innovazione. Masterly non è solo una celebrazione del design, ma un potente promemoria del ruolo che creatività e ingegno giocano nel costruire un futuro più responsabile e consapevole. Ogni opera esposta, ogni conversazione con i designer, ha rafforzato l'idea che il vero lusso risiede nella durabilità e nella sostenibilità. La Milano Design Week, attraverso eventi come questo, continua a essere un faro di eccellenza e avanguardia, ispirando un cambiamento positivo nel mondo del design e oltre.



TEATRO, MUSICA
E CINEMA

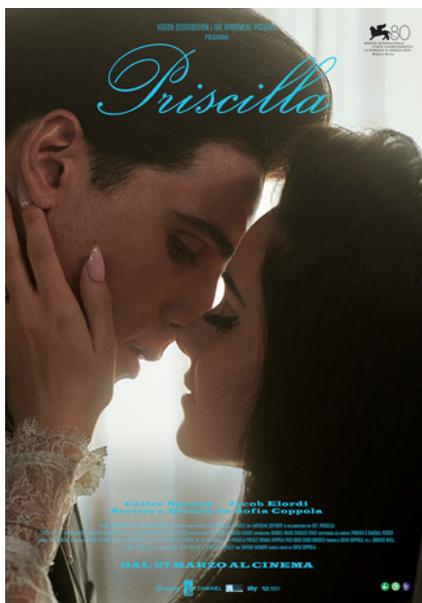
PRISCILLA: FEMALE GAZE SULLA STORIA D'AMORE PER ECCELLENZA

Nel suo ultimo film, Sofia Coppola vuole raccontare la vicenda di Priscilla Presley e della sua vita con Elvis.

Ci riesce, ma con un prodotto per molti aspetti deludente, sebbene ben confezionato

di Fiorenza De Gregorio

Il film è uscito nelle sale italiane il 27 marzo di quest'anno, dopo una premiere internazionale all'80° Mostra Internazionale d'arte cinematografica di Venezia. Sofia Coppola firma sceneggiatura e regia: in varie interviste si è dichiarata interessata a raccontare la storia d'amore che tutti conoscono, ma da un punto di vista inedito, ovvero quello femminile della protagonista. In particolare, Coppola ha spesso sottolineato il suo trasporto per la condivi-

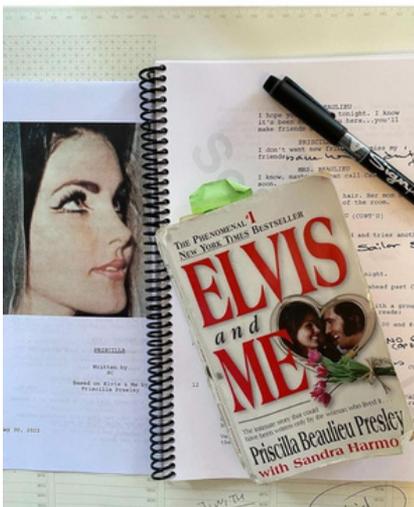


Poster ufficiale del film

sibilità della storia di Priscilla: tante ragazze possono rivedersi in lei, anche se nel suo caso il primo amore è stato niente di meno che una star come Elvis. Tuttavia, osservando l'accostamento di titolo e locandina, con i due protagonisti al loro matrimonio, ad un centimetro dal bacio, sorge un dubbio: allora il film parla di lei o di loro? Diciamo che parla di quello che hanno condiviso per quasi quindici anni, ovvero sì un grande legame, che la

vera Priscilla Presley definisce ancora come "l'amore della sua vita", ma anche tradimenti, bugie e costrizioni. Allora è molto più calzante il titolo del libro da cui è tratto il film, cioè *Elvis and Me*, scritto nel 1985 dalla stessa Priscilla. Al di là dell'interesse per il mondo femminile, non c'è dubbio che Coppola sia stata trascinata anche dalla commerciabilità del progetto. Nonostante la prolungata crisi del cinema, i biopic continuano a fare buoni numeri, soprattutto se incentrati su personaggi dell'ambito musicale. Basti pensare al premiato (e criticato) *Bohemian Rhapsody*, o al recentissimo *Back to Black*, biografia romanizzata della compianta Amy Winehouse. Anzi, Priscilla si pone come vera e propria alternativa ad Elvis del 2022, pellicola biografica sul cantante volta a glorificarlo, campione d'incassi.

 sofiacoppola •



IG: @sofiacoppola

Certo, ci sarebbe da chiedersi: l'ossessione per i personaggi reali (esistiti o esistenti) non è forse uno dei maggiori simboli della morte della creatività nel cinema, e della mancanza di fiducia nell'inventiva dei creativi? O anche indicatore di come ormai ci risulti

difficile immaginare un futuro, allora tanto vale rifugiarsi nel passato? Il tutto a segnalare un pericoloso stagnamento del presente che va ben oltre il cinema, ma trova in esso, in quan-

to mezzo culturale universale, un modo per rivelare sé stesso.

Ma questo è un altro discorso, lontano dalle estetiche zuccherose e pastello evocate dal film, che nonostante i (tanti) difetti rie-

sce perlomeno a esprimere un concetto fondamentale: l'importanza del dare voce alle storie delle donne, anche narrando episodi già ampiamente sviscerati ma attraverso voci femminili. In Priscilla, non si tratta nemmeno di voler dipingere Elvis come il 'cattivo' di

... turno, l'uomo che abusa del suo potere anche nella sfera privata: invece, è una persona piena di debolezze e vizi, sicuramente con tante colpe nel trattamento che riserva a sua moglie. Dal

canto suo, Priscilla è finalmente protagonista e non più mera figurina sullo sfondo della storia del marito, il che fa luce non solo su lati oscuri di Elvis, ma permette anche l'universalizzazione della sua storia.

 sofiacoppola



IG: @sofiacoppola



Immagine dal trailer ufficiale, A24

In fondo, Priscilla era solo una ragazzina stregata dal fascino di un uomo bello, grande e potente, ma la sua storia si è sviluppata in molto più di questo, divenendo un'odissea sentimentale, fino alla faticosa e triste liberazione con il divorzio.

A dirla tutta, però, gli applausi maggiori per il film vanno ai reparti di hair and make-up, rispettivamente guidati da Cliona Furey e Jo-Ann MacNeil. Al di là dell'evidente riuscita estetica dei personaggi, trucco e capelli raccontano l'evoluzione del personaggio di Priscilla al meglio, riflettendone la crescita perso-

nale (quando incontrò Elvis lei aveva solo 14 anni) e lo sviluppo psicologico, incorporando al contempo anche elementi dei trend degli anni '60 e '70 a cui neppure Priscilla era indifferente. Soprattutto, i cambiamenti nel suo aspetto rappresentano il controllo che il cantante esercitava su di lei, e dunque poi i suoi tentativi di ribellione, ma anche la cura e l'amore che metteva nel tentativo di ottenere l'affetto del marito.

Passiamo alle note dolenti: Jacob Elordi. Il bellissimo attore, visto recentemente anche in *Saltburn*, è quanto

di meno adatto a vestire i panni della star del rock and roll. Non si tratta, però, solo della sua interpretazione scadente (abbastanza inaspettata, dato il talento dimostrato nella serie *Euphoria*), bensì di un errore di casting: niente accomuna Elordi ad Elvis, dal viso spigoloso e la mascella ampia, alle spalle larghe e il fisico asciutto, praticamente il contrario del cantante, che ricordiamo invece dalle guance paffute e il corpo robusto. Risulta ancora meno credibile se paragonato alla prova attoriale di Austin Butler nello stesso ruolo, nel già citato *Elvis*, che, anche grazie alla diversa tipologia di film, riesce a conferire una vitalità incredibile al suo personaggio. Sarà forse stata una mossa promozionale per ampliare il target di Priscilla ad un pubblico più ampio e giovane? Oppure la scelta più 'ovvia', come a voler conso-

lidare (fallendo) il suo status di nuovo Brad Pitt? Davvero inspiegabile, anzi dannoso, perché ogni volta che appare lui sullo schermo, l'attenzione dello spettatore viene distolta e si rompe il coinvolgimento. Per fortuna, la protagonista Cailee Spaeny non delude, strengendo la giuria del Festival di Venezia che le ha addirittura conferito la Coppa Volpi per la miglior interpretazione femminile. Un premio forse esagerato: la sua Priscilla è abbastanza apa-



IG: @sofiacoppola



IG: @sofiacoppola

tica durante il corso di tutto il film; una recitazione dunque minimale che però ben si abbina ad un personaggio in fondo molto fragile e timido, al contrario del suo aspetto esteriore fatto di abiti sgargianti e ciglia finte. Una ragazza semplice di nascita, forzatamente trasformata in diva, ma mai divenuta tale nella sua interiorità.

Insomma, una donna targata Sofia Coppola. Il marchio di iperfemminilità delle sue protagoniste è, purtroppo, uno dei pochissimi elementi che qui ci riconduce alla talentuosa regista. Priscilla è lontano dal-

l'essere tra i suoi film migliori: chi si aspettava una biografia personalizzata, accattivante ed emozionante come in Marie Antoinette (io, ad esempio) è rimasto deluso. A Coppola va il merito di aver riconosciuto il valore di questa storia, ma poco altro; l'assenza totale di autorialità nella regia fa sprofondare il film nell'anonimato. Anche la trama e i dialoghi falliscono nel coinvolgere lo spettatore: il film è estremamente didascalico e a tratti ripetitivo, oltre ad essere quasi interamente strutturato in scene da prendere più singolarmente.



Sofia Coppola, Priscilla Presley e Cailee Spaeny sul red carpet di Venezia

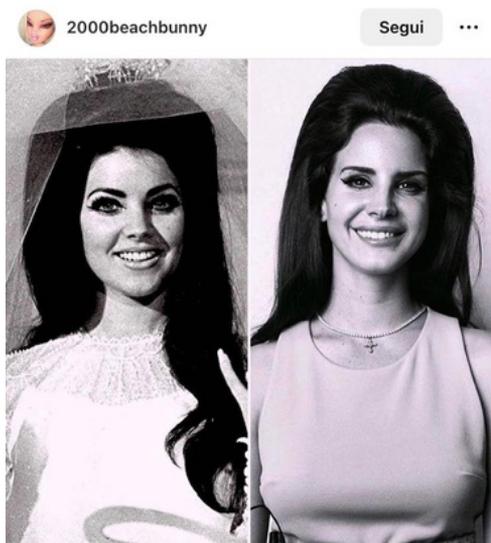
te che nell'interezza del prodotto finito. È un film 'compitino', che delude i cinefili e gli esperti del cinema della Coppola nonostante non sia brutto o detestabile nel suo insieme. Questa vuota resa estetica, abbinata ad un'emotività presente ma non abbastanza forte e all'iconicizzazione di Priscilla a pop icon (triste) tanto quanto Elvis, è invece proprio ciò che probabilmente ha conquistato la nuovissima fetta di pubblico di Sofia Coppola. Essa è composta da orde di giovani ragazze, anzi spesso giovanissime, ap-

pena adolescenti, che forse hanno scoperto i suoi primi film, tipo *Il giardino delle vergini suicide*, tramite l'hashtag #coquette o simili su TikTok e Instagram. Sono

le stesse persone che scoprono ora le canzoni di Lana Del Rey, rivedendosi nella disperazione intrinseca a tutti i suoi brani ma in un variante infiocchettata, fatta di pizzi e nastri, lontana dall'estetica da *trailer park* e *on the road* che ha donato successo alla cantante più di dieci anni fa. Quando dico conquistato intendo che le ha spinte in sala, ma poi non le ha convinte tutte: a qualcuno è piaciuto, ma molti l'hanno trovato semplicemente noioso, un film mediocre. Chissà, se il personaggio di Priscilla l'avesse interpretato Lana (come si

vociferava all'epoca dell'annuncio del film) magari sarebbe diventato un cult. D'altronde, più volte l'artista ha impersonato la moglie di Elvis o le ha 'rubato' elementi estetici, dando

vita ad un altro filone della sua carriera musicale, quello votato all'americanità in stile presidenziale, dalle grandi acconciature e dalle canzoni trionfanti.



IG: @2000beachbunny

UNAPOLOGETIC. MADONNA: CORAGGIO E SOVERSIONE

Con la recente tournée mondiale del 2023/24 *The Celebration Tour*, ideata per celebrare i 40 anni di carriera della cantante, la Regina del pop è ancora di più sotto lo *spotlight*, ma non solo per il suo talento musicale

Di Douglas Limongi

È noto che le persone parlano di tutti noi sia in modo positivo che negativo. Più gente ci conosce, più siamo suscettibili alle opinioni altrui. Questo è particolarmente vero quando si tratta di celebrità come Madonna, conosciuta a livello mondiale.



Concerto di Madonna
allo Sportpaleis ad Anversa.
Foto di Douglas Limongi

Fin dall'inizio della sua carriera, la cantante e attrice statunitense ha sempre sconvolto l'opinione pubblica con la sua musica, le sue scelte di moda, le sue performance e l'espressione della sua sessualità, che molti considerano audace. Perciò, si è già

più che abituata alle critiche. I commenti negativi sulla nostra *material girl*, quindi, non sono una novità. Ciononostante, le critiche più recenti riguardano un nuovo argomento: l'invecchiamento dell'artista e il modo in cui lo affronta. Si tratta di una critica la cui vittima non è soltanto la Regina del pop, ma anche molte altre donne sia famose che no.

Madonna Louise Veronica Ciccone, nota semplicemente come

Madonna, nacque il 16 agosto 1958, a Bay City, Michigan, Stati Uniti, da una famiglia cattolica di origine italiana dalla parte del padre e franco-canadese dalla parte della madre. Sebbene abbia avuto un'educazione

cattolica, non aveva un rapporto tradizionale con la religione in quanto non era d'accordo con tutto quello che le era insegnato e aveva le sue proprie credenze. A questo proposito, non mancano referenze al cattolicesimo nei suoi lavori, nei qua-

li crea una miscela unica tra arte e la sua visione personale sulla religione.

Il risultato di questo mix è spesso dei contenuti piuttosto controversi. È il caso del video musicale della canzone

"Like a Prayer", nel quale appare attaccata a un crocifisso in fiamme, il che causò stupore nei media. O ancora l'hit "Like a Virgin", che scandalizzò il mondo non solo per il testo della canzone e le referenze religiose, bensì



IG: @madonna

per la sua performance. Parlo della Blonde Ambition Tour, del 1990. La cantante indossava il cone bra, ovvero il corsetto con reggiseno a punta, un abito firmato Jean Paul Gaultier considerato molto all'avanguardia all'epoca e che l'ha messa ancora di più in evidenza sulla scena fashion. Sul palcoscenico, Madonna si trovava su un letto con biancheria rossa, dove faceva una performance con chiare insinuazioni alla masturbazione. La performance e il tour stesso causarono un tale shock agli occhi del pubblico che l'artista fu minacciata tre volte di arresto dalla polizia mentre si recava ai suoi concerti. Nel territorio nostro, il papa Giovanni Paolo II considerò lo show «uno degli spettacoli più satanici nella storia dell'umanità» e chiese ai cattolici di boicottare i concerti a Roma, che furono infatti annullati dal Vaticano - nono-

stante questo, la cantante riuscì a farne uno.

Le polemiche riguardanti l'espressione della sua sessualità non si fermarono qui. Sempre nel 1990, un'altra performance che suscitò molta polemica nei media fu quella del video musicale di "Justify My Love", la cui trasmissione prima delle 21:00 in molti paesi fu vietata per il suo contenuto "esplicitamente sessuale" con scene di sadomasochismo, voyeurismo e bisessualità. Due anni dopo, la Regina del Pop pubblicò il libro "Sex", il cui grande successo fu accompagnato da un'altrettanta grande controversia. L'opera, che conteneva fantasie sessuali grafiche e nudo frontale dell'autrice con scatti del fotografo Steven Meisel, forse adesso non sarebbe così controversa, ma lo fu nel momento della sua pubblicazione. Questo atteggiamento controcorrente a

favore della liberazione sessuale delle donne e la presenza di persone non etero nelle sue performance rese la pop star una vera e propria icona gay e femminista. Nel corso dei decenni, Madonna ha sempre fatto scalpore tra il pubblico e continua a farlo anche oggi. Uno dei suoi eventi più recenti è stato il suo discorso ispiratore ai Grammy del 2023, nel quale ha presentato al pubblico Kim Petras, la prima donna trans a esibirsi ai Grammy: un momento estremamente significativo nella storia dell'industria musicale. Tuttavia, ciò che ha attirato maggiormente l'attenzione del pubblico è stato l'aspetto dell'artista. I media hanno criticato pesantemente la popstar, accusandola di non avere più l'aspetto di sé stessa a causa di presunti interventi di chirurgia plastica a cui si sarebbe sottoposta per sembrare più gio-

vane. La cantante si è difesa su Instagram, sottolineando i problemi di misoginia e di ageismo che ha dovuto affrontare in un mondo che si rifiuta di celebrare i successi delle donne sopra i 45 anni.

L'ageismo è un problema che colpisce molte persone, in particolare le donne, come dimostra l'esperienza di Madonna. Purtroppo, gli standard di bellezza della società in cui viviamo spesso richiedono l'apparenza giovanile, portando ad atteggiamenti negativi nei confronti di chi abbraccia la



IG: @pagesix

propria età senza nascondere i segni dell'invecchiamento o si sottopone a interventi chirurgici. La cantante è stata accusata di cercare di sembrare più giovane attraverso la chirurgia plastica, ma siamo sinceri, chi non vuole apparire al meglio? Nel caso della Regina del Pop, mi sembra che lei, senza rendersene conto, sia una doppia vittima dell'ageismo: nello stesso momento in cui viene accusata di cercare di sembrare più

giovane con l'aiuto di interventi di chirurgia plastica, la cantante stessa, nel tentativo di apparirlo, si sottopone allo standard di bellezza imposto dalla società, creando un vero e proprio paradosso. Ad ogni modo, con o senza chirurgie plastiche, è importante ricordare che ognuno ha il diritto di fare le proprie scelte e la pop star dovrebbe essere libera di fare ciò che vuole senza dover giustificarsi o essere criticata per questo.



IG: @madonna



IG: @madonna

Come si può vedere da questa breve panoramica sulla carriera dell'artista, fin dall'inizio ha dovuto affrontare le critiche dei media. Tuttavia, è sempre stata abbastanza coraggiosa da sfidare le convenzioni, senza aver mai paura di spingersi oltre i limiti di ciò che è socialmente accettabile. E come ha detto la stessa cantante, non si è mai scusata per le sue scelte creative, il suo aspetto, il suo abbigliamento o il suo atteggiamento controverso, considerandoli importanti nel suo percorso personale e professionale. Non c'è quindi alcun motivo per cui debba iniziare a farlo ora.

La pop star è una vera ispirazione nella lotta contro l'ageismo e la misoginia e tutti noi possiamo imparare dalla sua forza e dalla sua resilienza. Nonostante tutte le critiche nel corso dei suoi 40 anni di carriera, l'icona, fin dal suo esordio, è sempre stata inequivocabilmente fedele alla sua personalità e alle sue convinzioni, dimostrando di essere sempre vera con sé stessa – anche se la sua verità può stupire molte persone –, non lasciandosi mai abbattere dai commenti negativi e rimanendo quella che è stata dal principio: *unapologetic*.

LA MODA DIVENTA PROTAGONISTA DELLE SERIE TV PIÙ COOL

Il New Look di Christian Dior, l'aura misteriosa di Cristobal Balenciaga, il mito di Karl Lagerfeld e la sfilata Gucci firmata De Sarno

di Cecilia Chiara Cracco

La moda è da sempre fonte di grande fascino, non solo tra i più appassionati. Sono molti i film e le serie tv che ci hanno regalato i registi negli ultimi anni: pensiamo al Diavolo Veste Prada con Meryl Streep nei panni della temuta direttrice Miranda Priestly, oppure a Colazione da Tiffany con l'incantevole Audrey Hepburn vestita Givenchy, fino ad arrivare alle serie tv intramontabili come Sex & the City o Gossip Girl. Gli abiti, le scarpe e gli accessori sfoggiati sui set ci fanno invidiare i

protagonisti e sognare di entrare in un mondo scintillante ed elitario. La tendenza dell'ultimo periodo è quella di creare miniserie incentrate sulla storia di personaggi iconici della moda. L'assassinio di Gianni Versace, Yves Saint Laurent, Halston sono solo alcuni esempi. In questo modo riusciamo a comprendere meglio il processo creativo degli stilisti e a scoprire alcuni tratti della loro personalità. Anche il 2024 ha deciso di raccontarci qualche storia, registrando le biografie di

giganti della moda: Coco Chanel, Christian Dior, Cristobal Balenciaga e Karl Lagerfeld.

The New Look

Dal 14 febbraio è disponibile su Apple TV+ *The New Look*, una miniserie di dieci episo-

di sulle icone moda del Novecento: Christian Dior e Coco Chanel (relativamente Ben Mendelsohn e Juliette Binoche). È ambientata durante la Seconda Guerra Mondiale, periodo in cui Dior, dopo anni di restrizioni nei consumi di stoffa, realizzò abiti ricchi di tessuto, simbolo di estrema eleganza e lusso. Il successo fu assicurato, tanto



Poster ufficiale della serie

da attirare l'attenzione di Chanel, schieratasi negli anni precedenti in favore di un abbigliamento femminile essenziale ed estremamente comodo da portare. "Guardate come sono ridicole queste donne", dichiarò Chanel, "Indossano abiti di

un uomo che non conosce le donne, non ne ha mai avuta una e sogna di esserlo". Con queste parole ebbe inizio la rivalità tra i due, che non potrebbero essere più differenti tra loro,

non solo per quanto riguarda lo stile, ma anche relativamente alla loro personalità. Christian amava il giardinaggio e aveva una grande passione per i fiori; Coco

amava la vita mondana e le feste dell'alta società. Anche per quanto riguarda l'occupazione nazista della Francia, i due ebbero comportamenti diametralmente opposti. Il primo vide la sorella Catherine internata nei campi di concentramento come esponente della Resistenza francese; la seconda, invaghitasi di un ufficiale nazista, divenne una spia dell'intelligence tedesca.



Poster ufficiale della serie

Cristóbal Balenciaga

Da gennaio è invece presente su Disney+ la serie drama *Cristóbal Balenciaga*. Gli anni rappresentati sono compresi tra la guerra civile spagnola e i primi anni '70. È stata girata su oltre 90 set tra Spagna e Francia. Dagli episodi emerge benissimo la personalità del couturier, estremamente riservato e desideroso di costruire attorno a sé un'aura di mistero. Non comparve mai alla fine delle sfilate e non concesse mai interviste complete, eccetto quella a Prudence Glyn su The Times, nel 1971, attraverso le cui domande si ripercorre la carriera di Balenciaga nella serie. Cristóbal non si nascondeva per arroganza, ma semplicemente perché credeva impossibile riuscire a spiegare a qualcuno il suo lavoro e come nascevano le sue creazioni. Dedicò tutta la sua vita all'alta moda, fino a quando negli anni 60, da-

vanti ai jeans skinny, le ballerine e la maglietta con il logo del giornale Herald Tribune indossati da Jean Seberg in *Fino all'ultimo respiro*, colse i primi cambiamenti

che avrebbero portato al successo del ready-to-wear, mondo a cui decise di non prendere mai parte in quanto -sue parole- non avrebbe mai prostituito il suo talento.

Nella serie viene ben descritta anche la relazione con Wladzio Jaworowski, modista franco-polacco che disegnava i cappelli che arricchivano le collezioni Balenciaga. La morte prematura del compagno, portò Cristóbal a creare una collezione di soli capi neri dedicati al lutto, che portarono il colore a divenire simbolo di eleganza e raffinatezza, adatto anche alla



IG:@voguespain

quotidianità delle sue clienti.

Becoming Karl Lagerfeld

Dal 7 giugno 2024 Disney+ ha presentato l'incredibile storia di Karl Lagerfeld nella serie biografica di 6 episodi *Becoming Karl Lagerfeld*. Il couturier, uno dei protagonisti della moda negli anni '70, era già stato presentato dalla biografia Kaiser Karl della giornalista Raphaëlle Bacqué (la co-sceneggiatrice), fonte di ispirazione per la serie tv. Negli episodi abbiamo avuto la possibilità di vedere da vicino chi era questa straordinaria icona

fashion, scomparsa nel 2019. Ex direttore artistico di Chanel, sognava di diventare il couturier più conosciuto di tutti.

Celebre la sua rivalità con Yves Saint Laurent e il compagno di lui Pierre Bergé, messa bene in luce nelle puntate, così come anche la sua storia d'amore con Jacques de Bascher. Nonostante la fama lo abbia reso noto a tutti, Karl aveva dei gusti molto particolari, sia in fatto di moda che di gusto personale che forse non tutti conoscono. Eccone alcune.

Innanzitutto, Karl odiava il rosa, colore bellissimo, ma solo da guardare, mai da indossare. "Pensate il rosa, ma non indossatelo" era solito dire. Da abolire anche la tuta, da riservare esclusivamente allo sport.

Chissà cose ne penserebbero le nostre celebrities, tra le quali oggi lo stile sportivo è molto gettonato per le

più svariate occasioni.

Oltre alla moda, Karl aveva due grandi ossessioni: la diet Coke e la sua gatta Choupette. Dopo una dieta drastica che in un solo anno gli fece perdere più di 40 chili, riuscì a raggiungere la silhouette da sempre sognata, soprattutto per indossare gli abiti Dior Homme, una delle sue più grandi ambizioni. Nonostante questa dieta low-carb, talmente nota da diventare anche oggetto del libro *The Karl Lagerfeld Diet*, lo stilista non poteva rinunciare al suo guilty pleasure; arrivava a bere fino a dieci lattine di Coca Cola al giorno. Accanto alla bevanda, una costante presenza nella sua vita è stato un esemplare di *Sacro di Birmania* dagli occhi color zaffiro: Choupette. La gatta aveva una governante, uno chef, un bodyguard e un medico personali, ma anche un addetto stampa per la sua immagi-



IG: @fashionunitedhq

ne. A lei Karl dedicò pure una collezione. Oggi che lo stilista ci ha lasciati, la gatta possiede una buona somma di denaro in eredità e viene accudita dalla stessa tata a Parigi.

Who is Sabato De Sarno? A Gucci Story?

A spiccare tra queste serie tv incentrate su nomi storici e ben conosciuti anche dai meno appassionati, c'è la figura di Sabato De Sarno, protagonista del cortometraggio firmato Gucci dal titolo *Who is Sabato De Sar-*

Sarno? A Gucci Story?, diretto da Ariel Schulman e Henry Joost. Chi a fine 2022 non ha avuto i social bombardati dalla notizia dell'abbandono della Maison da parte di Alessandro Michele? E quante volte dal 2023 abbiamo sentito nominare il nome del nuovo direttore creativo che ne ha preso il posto?

Ma chi è veramente lo stilista che vediamo all'opera nel documentario (dal 15 marzo visibile sulla piattaforma Mubi), intento a preparare la sua sfilata d'esordio, Gucci Ancora?

Classe '83, Sabato nasce a Cicciano, in provincia di Napoli. Ha studiato al liceo scientifico per poi trasferirsi a Milano, diplomandosi in Fashion Design Donna e Modellista presso la Scuola di moda Carlo Secoli. Il suo debutto è avvenuto nel 2003, come Assistente Modellista da Prada. Dal 2006 al 2008 è stato invece Assi-

stente Designer presso Annapurna SPA, azienda di maglieria.

Tra i suoi ruoli più importanti, ricordiamo quello di Head Designer per la maglieria femminile e la collezione in Jersey per Dolce&Gabbana. Prima di passare a Gucci, De Sarno ha trascorso 14 anni a Roma, ricoprendo vari ruoli presso Valentino, tra cui nel



Segui ...



IG:@modacorriere

2020 quello di Fashion Director delle collezioni prêt-à-porter Uomo e Donna. Un profilo niente male, dunque, per questo nome che compare come sconosciuto nella casa di moda fiorentina.



Segui ...



IG:@wwd

FANTASMAGORIA CALLAS: L'ICONA DELL'OPERA AL TEATRO ALLA SCALA

La mostra dedicata alla soprano presenta al visitatore
uno sguardo unico sulla sua vita attraverso
un'interpretazione artistica multidisciplinare

Di Douglas Limongi

Maria Callas, un'artista senza pari, incanta ancora il mondo anche dopo quasi cinquant'anni dalla sua scomparsa. Perciò, non c'è da stupirsi che ha conquistato lo spazio del prestigioso Teatro alla Scala di Milano con una mostra interamente



Mostra "Fantasmagoria Callas" al Museo
Teatrale alla Scala di Milano.
Tutte le foto sono di Douglas Limongi

dedicata a sé. L'anno scorso, il Museo Teatrale alla Scala ha reso omaggio al suo centenario con l'eccezionale esposizione "Fantasmagoria Callas", tenutasi dal 17 novembre 2023 al 16 settembre 2024. Il titolo evoca la tecnica teatrale della "fantasmagoria", nota per creare illusioni

di fantasmi e visioni soprannaturali sul palcoscenico, e dà al visitatore un illuminante panorama dei molteplici modi in cui la Callas ha ispirato e continua a ispirare le generazioni.

Questa mostra porta il visitatore in un viaggio coinvolgente nei diversi aspetti della vita della soprano attraverso cinque tappe, ognuna guidata da una forma d'arte unica. Con il tocco di Giorgio Armani nel mondo della moda, la musica di Alvin Curran, le opere degli artisti contemporanei Latifa Echakhch e Francesco Vezzoli, e la visione cinematografica di Mario Martone, la cantante lirica prende vita in una narrazione affascinante e multidisciplinare creata appositamente per l'occasione.

La mostra si apre con l'iconica moda di Maria Callas, esponendo selezionati abiti dal suo repertorio teatrale: l'abito in raso di seta dipinto

a mano di Salvatore Fiume per Medea, il celebre abito marrone di Pietro Zuffi per



Alceste, il lussuosissimo abito in foggia seicentesca in velluto di cotone nero e quello in shantung color crema doppiato con tessuto in raso di seta arancio, entrambi di Nicola Benois, per Don Carlo e Poliuto, rispettivamente. Inoltre, l'Ac-

cademia Teatro alla Scala ha reso omaggio a questa diva della lirica ricostruendo due abiti perduti da La traviata di Luchino Visconti. Completa l'esposizione il documentario curato da Francesca Molteni e Mattia Palma, in cui il curatore della



mostra, Francesco Stocchi, la racconta insieme agli artisti che rappresentano le diverse facce della Callas attraverso le loro opere.

La prima delle cinque sale della mostra è dedicata alla voce della soprano. Ci troviamo in una stanza scura con quattro sedie accostate con le spalle l'una contro l'altra. In fondo, una composizione musicale inedita creata dal musicista e compositore Alvin Curran a partire da microscopici frammenti del timbro della voce della cantante, che è sempre stata la sua cifra stilistica. Curran crede che il suono possa portarci in luoghi mai visitati ed è proprio questo che ha ottenuto con l'atmosfera creata, che ci fa sentire come se fossimo a un concerto di Callas.



Codice QR per guardare/
sentire la prima sala della mostra

Iniziare l'esposizione con la voce di Maria Callas è stata una scelta coerente, in quanto fu proprio questo l'elemento che la portò a rivoluzionare il mondo dell'opera. Inizialmente considerata un soprano drammatico, l'artista ha dimostrato una versatilità incredibile, creando una nuova categoria vocale: il soprano drammatico d'agilità. No-



nonostante le critiche iniziali, ha brillato nei ruoli drammatici grazie alla sua tecnica vocale impeccabile, mostrando una gamma vocale eccezionale e un suono potente e vibrante. Infatti, dotata di una voce molto versatile, con note gravi che la distinguevano, interpretò ruoli molto diversi tra loro. Negli anni d'oro della sua carriera, la diva della lirica trionfò alla Scala di Milano – dove fece il suo debutto nel 1950, sostituendo Renata Tebaldi in "Aida" – interpretando ruoli iconici come Norma, Costanza in "Il ratto dal serraglio", Lady Macbeth, e molti altri.

Nonostante i suoi trionfi, Maria Callas affrontò diverse sfide vocali e fisiche che segnarono la sua leggendaria carriera. Le accuse di manipolazione delle registrazioni e le cancellazioni sospette gettarono ombre sui suoi anni d'oro, compresi quelli tra il '58 e il '65. Segni di

affaticamento vocale emersero nel '57, seguiti da episodi di afonia, che fecero tremare le fondamenta del mondo dell'opera. Coinvolta in conflitti con direttori teatrali e con un'impresionante riduzione degli impegni nel '59, la sua voce iniziò a mostrare segni di cedimento. Eppure, nonostante le avversità, continuò a lottare fino all'ultima nota, dimostrando il suo imponente spirito fino alla sua ultima esibizione completa alla Royal Opera House di Londra nel 1965.

La mostra prosegue con l'installazione dell'artista contemporanea Latifa Echakhch nella seconda sala, dedicata alla memoria della soprano. Siamo di fronte a un sipario di perle bianche e rosse, come una cascata di emozioni sospese nell'aria. Dietro questo velo affascinante, emerge la silhouette suggestiva della divina Callas, av-

volta in un'aura di bellezza e delicatezza. È come se la musica stessa prendesse forma, mescolando simboli di lacrime e sangue in un'incantevole armonia visiva. L'artista dice che Maria Callas era un mix di critiche e ammirazione, e questo contrasto ha ispirato la creazione di questo capolavoro.

Di fatto, nonostante il successo artistico, la sua presenza alla Scala non fu esente da critiche e controversie, sebbene il pubblico la sostenesse. La sua vita fu segnata da una crescente esposizione mediatica, che amplificò ogni sua minima imperfezione, rendendola una spada a doppio taglio. Una delle critiche più note contro la cantante lirica fu la sua controversa relazione - paragonabile a una tragedia greca - con l'armatore e imprenditore greco Aristotele Onassis. Nel settembre 1957, Maria Callas lo



incontrò a un ricevimento a Venezia, organizzato da Elsa Maxwell, innescando una serie di eventi che avrebbero scosso il mondo. Il fascino di Onassis per la Callas si confermò nel dicembre 1958, quando, dopo

un concerto trionfale a Parigi, le fece visita nel suo camerino. L'anno successivo, un'altra tappa nella loro storia epica: una cena in onore di Maria a Londra, seguita da un invito a bordo dello yacht Christina per una crociera estiva. Questo idilliaco scenario segnò il

declino del matrimonio di Maria Callas con Giovanni Battista Meneghini, una vicenda resa pubblica dallo stesso Meneghini, scate-

nando un vortice mediatico attorno alla soprano. La relazione tra la diva della lirica e l'armatore, segnata da gelosie, litigi e tradimenti, fu travagliata, e la promessa di matrimonio di Onassis rimase un sogno irrealizzato. Nel 1968, lo shock: Onassis sposò Jacqueline

Kennedy, gettando la soprano in un abisso di disperazione.

Come detto prima, la figura della Callas causava controversie, ma anche ammirazione. Nella terza sala, intitolata "L'umano", è stata immortalata in un cortometraggio di otto minuti



curato dal regista Mario Martone. L'intensità dell'incontro tra Maria Callas e la poetessa Ingeborg Bachman nel 1956 a Milano, nel corso di u-

na prova de La Traviata. La poetessa austriaca, non particolarmente affascinata dall'opera italiana, rimase colpita sin dal primo istante dall'incontro con la soprano. Attraverso l'interpretazione toccante di Sonia Bergamasco, il film racconta il profondo impatto

che la cantante lirica ebbe su Bachman, rivelando la fragilità e l'intimità della prima. Bachman stessa ammise che Callas non era perfetta, ma un essere umano immerso nel mondo della mediocrità e della perfezione, distinguendosi come una personalità profonda e autentica. La sua influenza

sulla poetessa è stata travolgente, trasformando la diva in un'icona di profonda umanità anziché in un oggetto da idolatrare. Infatti, la soprano visse una vita travagliata dalla sua nascita alla sua morte. Figlia di genitori greci emigrati negli Stati Uniti, nacque in un periodo segnato dalla trage-



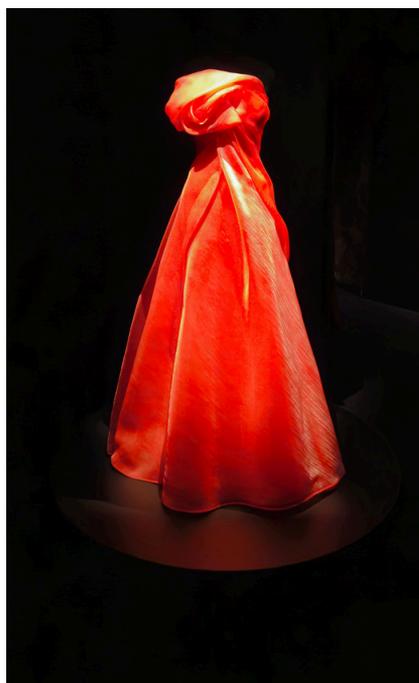
dia familiare: la morte di Vasili, l'unico figlio maschio dei suoi genitori. Callas ebbe un'infanzia difficile: sopravvissuta a un grave incidente stradale, la madre attribuì il suo carattere ribelle a questa esperienza. Dopo la separazione dei genitori nel 1937, Maria Callas tornò in Grecia con sua madre e sua sorella, lasciando indietro un legame profondo con il padre. La sua morte prematura nel 1977 a Parigi sconvolse il mondo, con cause legate a una serie di disturbi, non al suicidio come si credeva. La

sua cremazione, non conforme alle pratiche ortodosse, divise opinioni, ma le sue ceneri trovarono riposo nel Mar Egeo, come desiderava la grande diva.

Nella quarta sala, intitolata "La storia", l'artista Francesco Vezzoli offre la sua interpretazione unica di Maria Callas. Attraverso un'installazione sorprendente, il volto della diva si moltiplica su tela, ripetendosi sessantatré volte con dettagli di ricami metallico azzurri che evocano il trucco teatrale. Crea così uno spazio di riflessione sulla figura di



scena dell'artista e sul legame intimo che aveva con i personaggi che interpretava. Quest'opera esplora profondamente la dualità tra l'identità pubblica e privata della Callas, che, secondo l'autore, era più concentrata sulla sua arte che sull'immagine che proiettava. Il percorso della mostra si chiude nella sala chiamata "L'immagine". Ci troviamo di fronte a un sontuoso abito da sera rosso magenta Armani Privé del 2021. Questo capolavoro è stato creato dallo stilista Giorgio Armani per catturare l'essenza della voce di Maria Callas. L'abito rappresenta un'elegante fusione di tessuto e forma, incarnando l'intensità e la grazia che caratterizzavano la Callas. Negli anni '50, Maria Callas attraversò una notevole trasformazione fisica, perdendo peso e adottando uno stile più sofisticato, ispirato ad Audrey Hepburn.



Grazie alla collaborazione con la stilista Biki, la sua immagine divenne più raffinata ed elegante. Questo cambiamento, accompagnato da una rigorosa dieta e intensa attività fisica, migliorò la sua agilità scenica. Tuttavia, i suoi cambiamenti fisici furono oggetto di critica e dibattito, con alcuni che suggerivano che il suo peso influenzasse negativamente la sua voce e le sue performance.



Maria Callas, con la sua vita avvolta da controversie, ha incantato il mondo con la sua arte senza precedenti, sfidando problemi fisici e vocali lungo il cammino. Il suo impatto sul melodramma è stato rivoluzionario, risvegliando l'interesse per opere dimenticate e ispirando generazioni di cantanti. Il suo



lascito va oltre la sua morte: continua a influenzare e affascinare gli amanti dell'opera in tutto il mondo. Callas rimane, e rimarrà sempre, un'icona senza tempo della musica.

BACK TO THE 90'S

Rachel Green, i colori pastello e il minimalismo.
Ecco il revival delle vecchie tendenze iconiche

di Lucie Mistrulli

Oggi la moda degli anni 90 ha fatto un grande ritorno. Numerose celebrità sono ispirate a personaggi televisivi degli anni 90 per il loro stile, come per esempio, Kourtney Kardashian che ha ricreato il famoso Rachel haircut di Friends dell'anno scorso. Di fatto, personaggi come Rachel di Friends o



Screenshot della serie tv Friends

Carrie Bradshaw di Sex & the City sono diventate icone della moda: Carrie con un stile colorato e creativo, Rachel con un stile più preppy chic. Adesso è facile reperire e ricreare i loro outfit proprio perché sono virali sulla rete.

Ma perché la moda degli an-



IG: @carriebradshaws_outfits

ni 90 appare così trendy? Questa eleganza la ritroviamo anche nella haute couture, come per esempio nella collezione di Gianni Versace nel 1995. Guardando la sfilata possiamo ritrovare quest'idea di semplicità che guidava la moda di quest'epoca. La collezione è quasi completamente costituita da abiti in colori pastello, indossati da top model come Claudia Schiffer e Naomi Campbell, icone del tempo.

Con Calvin Klein e il total look denim di Kendall Jenner, Prada e la claw clip, i corsetti di Versace, ora più che mai c'è un revival del 90's style. Qualche giorno fa la celebrity Anne Hathaway, famosa per Il diavolo veste

Prada, ha fatto un photoshoot con Donatella Versace, indossando l'abito midi in pelle con corsetto medusa '95, che rappresenta bene l'influenza degli anni 90 nella nostra epoca. Soprattutto con il grande ritorno di icone come Carrie Bradshaw di Sex and the City che ispira tante persone con i suoi look creativi. Quando iniziamo a guardare Sex & the City, una delle cose che notiamo subito è il suo stile, ricordiamo il suo primo look costituito da una maglietta rosa e una gonna in tulle. Oggi la gente trae ispirazione da questa serie tv uscita più di 20 anni fa. La nostalgia per quegli anni fanno un grande comeback molto importante per il mondo della moda.

PER SAPERNE DI PIÙ

Il mondo delle borse second hand di Selvaggia May

<https://selvaggiamay.it/>

Cool ladies: le donne agé che dettano tendenze

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2023-ready-to-wear/nina-ricci/slideshow/collection#1>

<https://www.glamourmagazine.co.uk/article/fashion-month-plus-size-models>

<https://www.youtube.com/watch?v=66BjHsOh26Y>

<https://www.istitutomarangoni.com/en/maze35/community/who-is-qin-huilan-from-fashion-devotee-to-miu-miu-fw24-runway-star>

<https://www.vanityfair.it/fashion/news-fashion/2021/08/29/iris-afpel-100-anni-compleanno>

<https://www.vogue.it/moda/article/catherine-deneuve-look-icona-stile-francese>

<https://www.vogue.it/moda/article/catherine-deneuve-look-icona-stile-francese>

<https://www.thevoiceoffashion.com/intersections/columns/supermodel-imans-closet-truths-1288/>

<https://www.harpersbazaar.com/celebrity/latest/a29741997/jane-fonda-red-coat/>

<https://www.vanityfair.com/style/2016/02/jane-fonda-ageless-style>

<https://www.harpersbazaar.com/it/cultura/musica/a45581481/grace-jones/>

<https://www.instagram.com/p/C48LAW1MBKS/?igsh=MTM1M2FpcjlqdmwxdQ==>

<https://www.instagram.com/p/C48LAW1MBKS/?igsh=MTM1M2FpcjlqdmwxdQ==>

<https://www.nssgclub.com/en/lifestyle/26421/cher-today-style-birthday>

<https://www.womensweekly.com.au/fashion/celebrity-style/helen-mirren-best-fashion-71255/>

<https://www.iodonna.it/moda/star-look/2022/01/05/diane-keaton-compleanno-icona-stile-evergreen-chic-androgino/>

Is luxury make-up still a thing?

https://www.dior.com/it_it/beauty/products/rouge-dior-Y0356009.html#-satin

<https://www.chanel.com/it/make-up/p/160104/rouge-allure-il-rossetto-intenso/>

<https://www.chanel.com/it/make-up/p/185392/les-beiges-creme-belle-mine-ensoleillee-crema-gel-effetto-abbronzatura-radioso-naturale-pelle-sana/>

<https://www.armanibeauty.it/make-up/viso/fondotinta-a-media-coprenza/luminous-silk-fondotinta-liquido-leggero/API0101.html>

<https://www.yslbeauty.it/Touche-%C3%89clat/3614272374720.html?>

[gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwpZWzBhCOARIsACvjWRNqALnXwWXDTKYezNG_XJqqNZASRepNAuuB6LePe4eLSZueOhhxNw0aAixMEALw_wcB](https://www.sephora.com/product/meteorites-illuminating-powder-pearls-P266308?skuld=2780096)

<https://www.sephora.com/product/meteorites-illuminating-powder-pearls-P266308?skuld=2780096>

Dead in 2012? Indie sleaze e il tornare alle estetiche del passato

<https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a38746992/the-return-of-indie-sleaze/>

<https://www.instagram.com/indiesleaze/>

<https://www.marieclaire.it/moda/tendenze/a38707287/indie-sleaze-stile-moda/>

<https://www.nssmag.com/it/fashion/28839/indie-sleaze>

<https://www.instagram.com/oldloserinbrooklyn/>

Il vestito femminile tra politically correct e self confidence

<https://www.artribune.com/progettazione/moda/2023/04/politica-abbigliamento/>

<https://www.vogue.it/article/elly-schlein-pd-intervista-esclusiva>

<https://madame.lefigaro.fr/style/brigitte-macron-grace-a-nicolas-ghesquiere-le-vetement-m-aide-a-me-glisser-dans-la-fonction-20240321>

<https://www.vogue.it/moda/article/michelle-obama-indossa-gli-stivali-glitterati-di-balenciaga>

<https://www.proquest.com/docview/1870261976/fulltext/D0E02D149E34808PQ/1?>

[accountid=12459&sourcetype=Magazines&imgSeq=1](https://www.proquest.com/docview/1870261976/fulltext/D0E02D149E34808PQ/1?accountid=12459&sourcetype=Magazines&imgSeq=1)

Naked dress: oltre lo shock, verso l'empowerment femminile

<https://harpersbazaar.com.au/celebrities-who-free-the-nipple/>

<https://www.nytimes.com/2022/10/20/style/naked-dressing.html>

<https://www.palomar.edu/telescope/2017/05/19/female-liberation-through-the-art-of-nudes/>

<https://www.lofficielusa.com/fashion/met-gala-2024-celebrity-sheer-naked-dress-fashion-trend>

<https://www.elle.com/fashion/trend-reports/a43992614/braless-trend-2023/>

<https://epigram.org.uk/the-naked-dress-female-nudity-as-a-fashion-statement/>

Il fashion system sempre più impaurito dell'AI

<https://fashionweek.ai/>

<https://fashionunited.fr/actualite/mode/l-impact-de-l-intelligence-artificielle-sur-la-mode-en-2023/2023121333783>

<https://www.thegoodgoods.fr/media/eco-conception/design/face-a-ia-intelligence-artificielle-la-mode-fait-de-la-resistance/>

Rodeo Revival

<https://www.lofficielitalia.com/moda/cowboy-core-10-look-western-chic-tendenza-primavera-estate-2024-cos-e>

<https://www.cosmopolitan.com/it/moda/tendenze/a46781830/moda-primavera-2024-tendenza-cowboy/>

<https://harpersbazaar.com.au/cowboy-fashion-trend/>

Fashion Amarcord

<https://www.sanrio.com>

<https://www.pokemon.com/it>

<https://gcds.com/eu-it/gcds-hello-kitty-collaborations-ac>

<https://www.primark.com/en-us/p/3-pack-pokemon-ankle-socks-multi-991094056935>

<https://www.gucci.com/it/it/st/stories/article/doraemon-xgucci>

<https://www.loewe.com/eur/it/stories-collection/loewe-howls-moving-castle.html>

<https://www.sandyliang.info>

<https://cormio.com>

<https://www.marco-rambaldi.com>

Giorgio Tentolini: "Con la mia arte voglio denunciare la bellezza"

<https://www.giorgiotentolini.com/show/>

Eternit e faux fur per (ri)scoprire Pino Pascali

<https://www.fondazioneprada.org/project/pino-pascali/>

<https://thevision.com/cultura/pino-pascali-fondazione-prada/>

<https://www.artribune.com/arti-visive/arte-contemporanea/2024/04/pino-pascali-grande-mostra-fondazione-prada-milano/>

<https://www.rivistastudio.com/pino-pascali-fondazione-prada/>

Dal cuore alle mani. L'amore per il Made in Italy si conferma eccellenza artigianale

<https://milano.dolcegabbanalexhibition.com/it/>

Masterly: the Dutch in Milan

<https://masterly.nu/it/>

Priscilla: female gaze sulla storia d'amore per eccellenza

<https://www.labiennale.org/it/cinema/2023/venezia-80-concorso/priscilla>

<https://www.vanityfair.it/article/priscilla-film-sofia-coppola-recensione>

<https://www.rivistastudio.com/jacob-elordi-elvis-priscilla/>

<https://www.youtube.com/watch?v=DBWk6BohVXk>

<https://www.theguardian.com/film/2023/dec/31/priscilla-review-sofia-coppola-biopic-cailee-spaeny-jacob-elordi>

Unapologetic. Madonna: coraggio e sovversione

<https://www.standard.co.uk/showbiz/madonna-plastic-surgery-grammys-b1061844.html>

https://youtu.be/Q8ij_kTig00?si=oOLNyf64Q5E-cuUJ

La moda diventa protagonista delle serie tv più cool

<https://www.kering.com/it/maisons/moda-e-pelletteria/gucci/Sabato-de-Sarno/>

<https://fashionunited.it/news/moda/un-documentario-sulla-sfilata-gucci-ancora-1710502486/2024031525271>

<https://www.sortiraparis.com/it/cosa-fare-a-paris/cinema-series/articles/290488-becoming-karl-lagerfeld-la-straordinaria-storia-dello-stilista-in-una-serie-disney-trailer>

<https://fashion.thewom.it/fashion-culture/karl-lagerfeld-curiosita-e-segreti>

<https://www.vogue.it/news/article/balenciaga-serie-tv-disneyplus>

<https://www.vogue.it/moda/article/the-new-look-chanel-dior-serie-tv>

Fantasmagoria Callas: l'icona dell'opera al Teatro alla Scala

<https://www.museoscala.org/it/mostre/fantasmagoria-callas-mostra.html>

<https://style.corriere.it/spettacoli/mostre/maria-callas-torna-alla-scala-di-milano-la-mostra-fantasmagoria-callas-al-museo-teatrale/>

<https://www.iodonna.it/video-iodonna/attualita-video/il-mito-di-maria-callas-riletto-in-chiave-contemporanea-alla-scala/>

<https://www.finestresullarte.info/en/exhibitions/the-teatro-alla-scala-museum-dedicates-an-unprecedented-exhibition-to-maria-callas-on-the-100th-anniversary-of-her-birth>

<https://libreriamo.it/storie/maria-callas-e-aristotele-onassis-amore/>

Back to the 90's

[https://www.cosmopolitan.com/style-](https://www.cosmopolitan.com/style-beauty/fashion/g18923532/popular-1990s-fashion-trends/)

[beauty/fashion/g18923532/popular-1990s-fashion-trends/](https://www.cosmopolitan.com/style-beauty/fashion/g18923532/popular-1990s-fashion-trends/)

<https://www.seventeen.com/fashion/trends/g41159789/90s-fashion-outfits/>

<https://www.elle.com/uk/fashion/trends/articles/a29373/this-was-the-90s/>

<https://www.womanandhome.com/fashion/how-to-dress-like-carrie-bradshaw/>

Dichiarazione sull'Intelligenza Artificiale

Groundbreaking - Everlasting riconosce l'importanza delle innovazioni legate all'intelligenza artificiale e comprende le sfide e le opportunità che esse comportano.

Gli autori che hanno usato strumenti di intelligenza artificiale nella stesura di un manoscritto, nella produzione di immagini o elementi grafici dell'articolo, o nella raccolta e analisi dei dati, sono invitati a dichiararne esplicitamente l'utilizzo, indicando lo strumento di IA, l'ambito di applicazione, le query di ricerca utilizzate e la data di utilizzo, allo scopo di permetterne la riproducibilità e la verifica.

L'autore rimane responsabile dell'accuratezza e correttezza di ogni contenuto pubblicato e garantisce il rispetto del co-dice etico e delle norme antiplagio.

Agli autori che hanno utilizzato l'IA, o strumenti assistiti dall'IA, si richiede di inserire alla fine del manoscritto un paragrafo contenente una "Dichiarazione sull'Intelligenza Artificiale e sulle tecnologie assistite dall'IA", contenente le seguenti informazioni:

“Durante la preparazione di questo lavoro l'autore o gli autori hanno utilizzato MidJourney e Face Swap AI in data 01/05/2024 usando i termini di ricerca: "A realistic image for a fashion magazine of three glamorous Armenian women weaving: one is in her mid-20s, one is in her early 40s, and one is in her mid-60s and has short black hair." e "face swap", rispettivamente, al fine di creare un digital artwork e di mettere la faccia di Kylie Jenner, Kim Kardashian e Kris Jenner nelle donne dell'immagine creata per inserire nella rivista. Dopo aver utilizzato questo strumento/servizio, l'autore o gli autori hanno rivisto e modificato il contenuto come necessario e si assumono la piena responsabilità del contenuto della pubblicazione.”

Agli editor non è consentito caricare i manoscritti ricevuti all'interno di software di intelligenza artificiale, allo scopo di non rischiare di compromettere il rispetto della privacy e del diritto d'autore.

I reviewer si impegnano a non adottare strumenti di intelligenza artificiale per la valutazione dei manoscritti poiché il pensiero critico e la valutazione originale, necessari per questo lavoro, esulano dall'ambito di applicazione di questa tecnologia.

