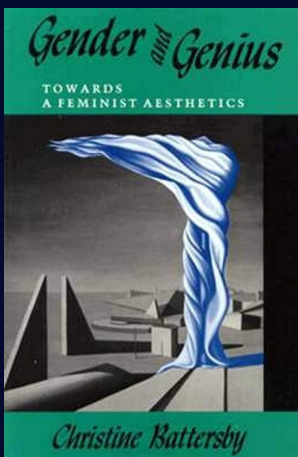


*Mirrors*

*Decision to leave*

In questa settimana mi sono trovata spesso a pensare ad Amsterdam, forse perché l'ultimo legame fisico che avevo con la città si è sciolto, forse perché qui a Milano vorrei tanto girare in bici, ma non potrei farlo con i ritmi a cui ero abituata, senza preoccuparmi di macchine e pedoni. A quest'ora un anno fa mi dividevo tra museo e archivi e la tesi che procedeva lenta, di sera. E proprio un anno fa iniziavo a indagare sul concetto di collettivo nella tradizione critica femminista, che io stavo traslando nella moda.

Collettivo quindi come antitesi alla figura del direttore creativo, illuminato dall'ispirazione, il genio creativo che nella solitudine del suo studio o della sua esistenza crea dal nulla.



*Gender and Genius: Towards a feminist aesthetics, Christine Battersby, 1990*

Iniziamo subito con un classicone. Battersby analizza la nostra concezione di genio e come a questo si legano maschile e femminile maschilista e femmineo e femminista



Questa Immagine falsa e fallace del processo creativo dietro a una casa di moda e al suo ufficio stile, mantenuta per tanti troppi anni, sta iniziando finalmente a rivelare le sue crepe e cedimenti strutturali. Lo vediamo nel susseguirsi di grandi nomi che se ne vanno o vengono cacciati: Alessandro Michele da Gucci, Riccardo Tisci da Burberry, Jeremy Scott da Moschino, Benjamin A. Huseby e Serhat Işık da Trussardi, dopo neanche due anni, Raf Simons che chiude l'omonimo brand e che scompare nelle pieghe di mamma Miuccia (che a sua volta non è più CEO di Prada). Un susseguirsi di nomi che sa di calcio mercato, di vendite e scambi del giocatore più forte.

Ed ecco qui Serpica Naro, designer che espone la propria collezione durante la Fashion Week di Milano nel 2005. Serpica Naro in realtà non esiste, è un collettivo di duecento lavoratori precari (il nome infatti è l'anagramma di San Precario), che sono riusciti a passare la selezione alla FW della Camera della Moda, creando un lookbook e un sito falso, e uno showroom immaginario dell'altrettanto inesistente Serpica Naro, designer nipponica di grande successo. La folla andata a vedere la collezione, incuriosita da proteste e flyers (voluti dal collettivo stesso) che accusavano la designer di appropriazione culturale, rimane a bocca aperta quando in passerella iniziano a sfilare forme incarnate, reali, della precarietà nella moda:

una tuta che si trasforma in pigiama, a denuncia dell'assenza degli orari di lavoro, una gonna con trappole per topi per difendersi dai datori di lavoro che troppo spesso allungano le mani, un outfit che richiama metà il call center, metà il McDonald's, come denuncia alla pratica obbligata di avere più di un lavoro per mantenersi. Alcuni, anche dopo la sfilata, continuano a non capirci molto, e chiedono se possono acquistare i pezzi.

Ma lasciamo da parte per un attimo la precarietà, non perché poco importante o glamour, ma perché tema troppo vasto che merita una biblioteca a parte. Vorrei concentrarmi sulla critica ironica che Serpica ha fatto all'idea di creativo-celebrity. Dietro a un nome nessuno, dietro a un nome, duecento lavoratori (precari).



"L'immane abito da sposa"  
Sposarsi per ottenere la  
cittadinanza italiana e poter  
avere un contratto



"Mouse trap"  
la segretaria, con la  
trappola sulla gonna



"Mobbing style"  
abito con antistress appesi,  
per combattere ansia e  
stress da troppo lavoro



"Pregnant lady"  
una panciera per nascondere  
la gravidanza e non venire  
licenziate



"Se sessanta giorni vi sembrano  
pochi"  
outfit che si riferisce ai  
contratti di 60 giorni istituiti  
dalla Bossi-Fini, una maglietta  
per ogni giorno di contratto



"bisex tenderness"  
con la pelliccia che diventa  
baffo o parrucca a seconda  
delle preferenze del capo



"Tuta T job on call"  
quando i confini tra vita  
lavorativa e vita privata  
scompaiono



"Call Donald, Mac Center"



Decision to leave, Park Chan-wook, 2022  
un storia di investigazioni di crimini e sentimenti, in cui entrambi rimangono nella nebbia, che ricorre spesso in molte scene del film. Una storia di ossessione, di desiderio di scoprire l'altro e l'ignoto, di scomparire per venire ricordati per sempre.



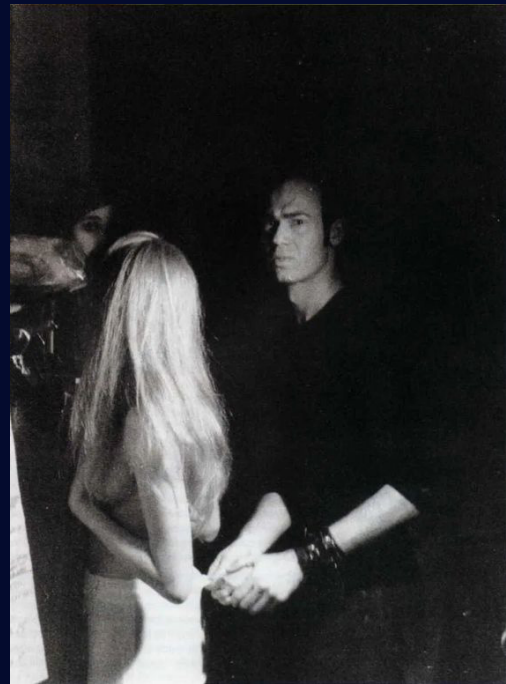
Valentino Haute Couture, fw2022-  
23

Pierpaolo Piccioli esce con tutto il team, bello, già tanto rispetto ad altri che piuttosto si taglierebbero una gamba. Ma vorrei qualcosa di più di un segno, vorrei una divergenza sistemica, grazie.

Tutto questo turbinio di montagne russe mi fa pensare a due cose.

La prima, come già ho accennato sopra, è la necessità di ripensare l'immagine di un brand e, più in generale, l'idea che abbiamo della creatività. A mio parere, nonostante spesso venga visto come un mondo oltre il tradizionale, in cui dogmi e categorizzazioni vengono annullati, l'ambiente della moda è un universo caratterizzato da elementi iper tradizionalisti: il solo concetto di creativo (ovviamente uomo, nel 90 per cento dei casi, perché, si sa, genio è sostantivo singolare maschile, genia sembra una malattia delle ossa) come persona che sta in piedi da sola, senza spezzarsi, in cima di una piramide di caste che farebbero sentire estremamente fortunato qualsiasi shudra, è di una tradizionalismo (e ingiustizia) impressionante.

Nel mio mondo ideale, che deve però diventare sempre più tangibile, le persone che vorticano attorno a questi figurei devono assumere sempre maggiore consistenza. Devono passare, come in una polaroid appena scattata, dall'essere invisibili ad avere contorni netti e acquisire visibilità. Tutte queste persone finora impegnate in una danza in punta di piedi attorno al direttore creativo, sono quelle che muovono i suoi fili che no, non dobbiamo immaginarci come eterei fili da pesca, ma come i cavi di acciaio del ponte di Brooklyn. Nel mio mondo ideale, che poi è quello reale, ma che ancora non è stato lucidato per bene - l'argenteria in fondo alla credenza - la creatività è un affare fluido che lega corpi e menti e non ha un inizio e una fine e quindi tocca tutti in modo eguale. Questo ovviamente non significa che tutti hanno uguale sensibilità nell'assimilarla e darle forma. Solo, non può essere ingabbiata in limiti e definizioni circostanziate, e men che meno si può prestare a guinness dei primati, di chi è arrivato prima con la fantomatica intuizione, che, in realtà, è solo ragionamento deduzione memoria.



Martin Margiela consacra l'idea del designer che rifugge i riflettori: non usciva mai col classico inchino alla fine delle sfilate, e tutti i comunicati stampa e le interviste erano firmate col nome collettivo di Maison Margiela. Consiglio [The Artist Is Absent: A Short Film On Martin Margiela](#)



La seconda, che già ci doveva entrare in testa con il suicidio di Alexander McQueen, la breve scomparsa dall'industria di moda di Raf Simons e la prolungata assenza di Phoebe Philo, è che così, con i ritmi e le responsabilità richiesti ai direttori creativi, non si può sopravvivere. E questo, ovviamente, non capita solo nella moda, ma sta accadendo un po' dovunque, grazie anche alla GenZ che ha iniziato a notare quanto gli ideali di successo e progresso non abbiano portato ai risultati decantati per la maggior parte delle persone. Guardiamo Jacinda Arden, Prima Ministra della Nuova Zelanda, e Nicola Sturgeon, Prima Ministra della Scozia: addio alla politica, perché sono stanche e perché, per tanto tempo, hanno dato spazio a quella sola parte di sé, che non è tutto quello che possono e hanno il diritto di essere in una vita.

Che questi abbandoni nella moda possano regalarci la possibilità di ripensare il processo creativo ma, soprattutto, l'immagine che, come creativi, si dà all'esterno, i riconoscimenti e gli equilibri, le forze in campo da rispettare e quelle, rigide e polverose, da lasciarsi alle spalle. Che Serpica Naro possa passare da guerrilla show a quotidianità e che possa abbandonare il velo di ironicità per diventare un affare serio per davvero, degno della stessa considerazione che ha ora un outfit di Dua Lipa.

E quindi io continuo a pensare alle mie bicicletate che, se fatte non sotto la pioggia e il vento che ti sbalza in mezzo agli incroci, riescono a far fluire i pensieri e a far vedere la realtà come intrecciata collettiva liquida. Ribaltare l'accezione terrificante di Bauman, e vederla liquida come acqua che entra nei pori e si fonde nella carne, diventa parte di quello che siamo e poi viene sudata via, torna nell'aria e diventa essenza di qualcun altro.



Amsterdam, 28 maggio 2022, Alice, Eva, Chiara, Kirsty  
Collettivo inesistente di femmine che come me la pensano.  
In realtà ho inserito questa foto solo perchè sono malinconica

with love,  
Caterina

