



Citation: Baglioni, L.G. (2026). L'artificazione nelle mode. Una lettura sociologica. *Società Mutamento Politica* 17(33):227-234. doi:10.36253/smp-17645

© 2026 Author(s). This is an open access, peer-reviewed article published by Firenze University Press (<https://www.fupress.com>) and distributed, except where otherwise noted, under the terms of the CC BY 4.0 License for content and CC0 1.0 Universal for metadata.

Data Availability Statement: All relevant data are within the paper and its Supporting Information files.

Competing Interests: The Author(s) declare(s) no conflict of interest.

ORCID:
LGB: 0000-0001-8025-2424

Passim

L'artificazione nelle mode. Una lettura sociologica

Artification in fashion. A sociological reading

LORENZO G. BAGLIONI

Università degli Studi di Firenze, Italia
E-mail: lorenzogrifone.baglioni@unifi.it

Abstract. Can fashion be considered one of the possible worlds of art? Fashion, the aesthetic economy par excellence, is more often associated with craftsmanship than with art. However, a progressive artification of fashion regarding the function and structure of clothing is undeniable, at least in relation to specific contexts, actors, and creations. This process originated with the early talented tailors and evolved through both the historical and new avant-gardes. As a bodily simulacrum, the garment is capable of amplifying symbolic meanings – all the more so in the case of an art-garment. Using a sociological key, this essay analyzes the relational dynamics, the normative dimension, the characteristics of artisticity, and the stages of artification in fashion, considering the different approaches adopted by fashion designers and artists.

Keywords: fashion sociology, creative authorship, art garments, artification strategies, artification phases.

1. PREMESSA

La moda, ben diversa dal semplice abbigliamento, è un processo creativo che vede coinvolti numerosi e differenti attori (Kawamura 2006) rispetto al quale l'accostamento all'arte appare una rodada strategia di comunicazione (Baglioni 2019). Si tratta di un espediente retorico che i propri attori utilizzano allo scopo di impossessarsi del valore aggiunto dell'arte impiegandolo a proprio vantaggio. In tal modo, fanno leva sulla comune appartenenza di arte e di moda alla vasta sfera della cultura. La moda costituisce però un'economia estetica (Entwistle 2002), mentre l'arte non viene mai accostata all'economia. Nelle economie estetiche, come anche la gioielleria o il furniture e i tanti altri settori del lusso o del design, il lato economico e il lato creativo sono parimenti rilevanti.

Nella moda, estetica e mercato entrano perciò a pieno titolo nel processo di produzione culturale. Nell'arte, il processo di produzione culturale è fondamentalmente legato al lato creativo, mentre il lato economico viene considerato, a torto o a ragione, come marginale. Quindi, al di là del fatto

che un'opera d'arte abbia un proprio valore di mercato (Beatrice 2025), le considerazioni di tipo economico non sono o non dovrebbero essere rilevanti nel processo di produzione culturale legato all'arte (Heinich 2004). Con la moda accade il contrario, perché il valore di mercato e l'utilità funzionale convivono con il valore estetico e concettuale degli abiti.

Esiste perciò una sorta di 'peccato originale' della moda, anche se non sempre è così (Kim 1998; Miller 2007). Diviene allora interessante osservare e riconoscere gli episodi di artificiazione nella moda ossia i percorsi che conducono alla sua trasformazione da non-arte in arte (Shapiro e Heinich 2012).

Sociologicamente, la relazione tra arte e moda è osservabile rispetto agli attori (e quindi agli stilisti, ma anche agli artisti, che si cimentano nel campo vestimentario), agli oggetti (e quindi agli abiti d'arte e, più in generale, alle opere d'arte a carattere vestimentario) e alle istituzioni (come musei, gallerie, accademie, università, pubblicazioni scientifiche, performance o sfilate) (Pedroni e Volontè 2012).

Rispetto agli attori, cosa può fare di uno stilista un artista? Cosa determina la trasversalità di uno stilista rispetto all'arte e alla moda? Sono fundamentalmente le sue pratiche a dirlo. Quindi se si definisce e se viene definito artista, se fa mecenatismo artistico, se collabora con artisti, se appare stilisticamente innovativo, se appare indipendente dalle tendenze dominanti, se riesce a sollevare riflessioni su temi che sono socialmente rilevanti, se appare disinteressato rispetto al tornaconto economico o se mostra un percorso formativo e professionale peculiare.

Rispetto agli oggetti, perché un abito viene considerato un'opera d'arte? Perché si tratta di un oggetto unico, prezioso o innovativo, perché non ha utilità pratica come abito da indossare, perché è esteticamente o concettualmente capace di far riflettere, perché si trova in un museo o in una collezione.

Rispetto alle istituzioni, in base a cosa diviene possibile accostare arte e moda? Accade quando i musei ospitano raccolte di abiti o retrospettive su stilisti, quando le accademie d'arte e le università attivano corsi dedicati alla moda, quando le pubblicazioni scientifiche individuano punti di contatto tra arte e moda o quando le performance e le sfilate divengono happening di arte e moda.

Sia che si tratti di attori, di oggetti o di istituzioni, è innegabile che tra arte e moda esistano similitudini e ibridazioni, così come differenze e conflitti, e questo sia all'epoca della nascita della moda e sia al giorno d'oggi (Calò e Scudero 2009).

La moda aspira ad essere considerata un'arte perché le porta prestigio, ciò le concede una sorta di 'patente di

nobiltà' che ne legittima il pregio e ne giustifica gli eccessi – ovviamente, tutto questo serve anche ad aumentare i prezzi degli abiti e la notorietà degli stilisti. Al contrario, nessuna arte aspira ad essere considerata una moda.

L'arte è circondata da un'aura d'eternità, mentre la moda è passeggera per definizione. L'arte è 'seria', mentre la moda è 'frivola'. L'arte è contenuto estetico o concettuale, mentre la moda è fatturato e utilità. In realtà, trattandosi di fenomeni della cultura, arte e moda si influenzano reciprocamente da sempre, in misura maggiore o minore a seconda delle contingenze e degli specifici casi, oggi ancor più di un tempo. In una società complessa e mutevole come quella attuale, le possibili connessioni tra arte e moda sono infatti molto più frequenti e molto più diversificate (Mariani 2022).

2. TRA ARTE E ARTIGIANATO, IL POSTO DELLA MODA

Appare opportuno sottolineare che, diversamente da quanto è avvenuto in passato, oggi l'arte non appare separata dalla quotidianità delle esperienze personali e dei fatti sociali, non è qualcosa di autoevidente e di totemico. Proprio per questo, anziché di arte, appare più proficuo parlare di mondi dell'arte (Becker 2004), da immaginare come l'insieme degli aspetti relazionali e normativi che coinvolgono attori, oggetti e istituzioni appartenenti a ciascuno di essi – dal creatore di opere proprie all'esecutore di opere altrui, dal tecnico al pubblico, dall'assessore alla cultura di un ente territoriale al socio di un ente culturale e così via.

Ciò suggerisce che la produzione e che la comunicazione dell'arte oggi si basano su di un'ampia divisione del lavoro, per cui molte persone che non sono artisti in senso proprio forniscono comunque legittimazione, supporto, servizi e spazi necessari alla creazione e alla diffusione dell'arte. Ciò suggerisce anche che è possibile ricostruire le dinamiche e gli equilibri di questi ambiti a partire dalle pratiche di coloro che ne fanno parte.

In ogni mondo dell'arte, i membri individuano chi sia artista e quali siano le istituzioni di quell'ambito, definiscono ciò che è arte e ciò che non è arte in quell'ambito. In sostanza, i membri decidono chi o cosa sta dentro o sta fuori rispetto a quello specifico mondo dell'arte, che è uno dei tanti mondi dell'arte possibili. Ognuno di questi ambiti è animato da un fermento culturale che viene condiviso dai propri membri. L'uso di un linguaggio accomunante lo facilita, così come facilita l'originalità e la fruibilità del fare arte, creando condivisione e comunicazione – ad esempio, 'quinta diminuita', 'la bemolle maggiore' o 'adagio sostenuto' significa-

no qualcosa di ben preciso per gli addetti ai lavori della musica, mentre un esterno ne ha spesso solo una vaga idea. Ciò significa che l'opera d'arte è come se venisse costruita in quanto tale attraverso un processo collettivo che coinvolge autori, critici, galleristi, collezionisti, pubblico e quant'altri interessati (Becker 1974).

Parlare di mondi dell'arte vuol dire sottolineare l'esistenza di un complesso plurimo di manifestazioni artistiche negli ambiti più disparati della società. Non esiste un'arte che manifesta la propria alterità e la propria superiorità rispetto alle molte possibili forme culturali pregiate, ma ci sono tanti mondi dell'arte che sono altrettante forme culturali pregiate e che possiedono ciascuno la propria specificità relazionale e normativa.

Non si tratta – come avrebbe fatto Leon Battista Alberti (Borsi 1973) – solo di suddividere tra pittura, scultura o architettura, piuttosto si tratta di osservare ambiti ben specifici – ad esempio, i graffitari o i musicisti di fado, i creatori di Non Fungible Tokens o i Breakdancers. La suddivisione in mondi dell'arte appare particolarmente dettagliata ed è senz'altro destinata ad aumentare e ad approfondirsi al giorno d'oggi, in un panorama artistico costellato da opere d'arte non facilmente discernibili dagli oggetti e dalle azioni del comune quotidiano (Danto 2010).

Appare di particolare interesse sottolineare il criterio d'intenzionalità che contraddistingue i mondi dell'arte, strategico nella lettura sociologica (Husserl 2002). In questo caso, intenzionalità significa che l'arte è ciò che coloro che fanno parte di uno specifico mondo dell'arte considerano come tale (Maus 1969). Da ciò discende che una persona è considerata artista perché si dice artista e perché è riconosciuta come artista. L'arte è la sua attività perché lui/lei e gli altri membri dello stesso ambito etichettano questa sua attività come arte. L'affermazione e il riconoscimento di questa intenzionalità legittimano la persona come artista e definiscono le sue creazioni come opere d'arte.

Ciò significa che se il fine di ogni mondo dell'arte è la produzione di arte, i propri membri condividono la capacità di comprendere il 'senso' o il 'valore aggiunto' di quel tipo di forma culturale pregiata che essi stessi chiamano arte. Tutto questo dà luogo a tante definizioni di arte quanti sono i mondi dell'arte, tante definizioni di arte che segnalano i confini dei diversi mondi dell'arte (Miller 2012). Non si tratta di ambiti chiusi, ma tendenzialmente permeabili, ognuno di essi addensato attorno alla propria definizione di arte. Sono dinamici al proprio interno e sono porosi verso l'esterno. Cambiano nello spazio e nel tempo, potendo giungere a contaminarsi o a ibridarsi. Sono aperti alla ridefinizione della propria arte, del novero dei propri attori, dello statuto dei propri oggetti e del ruolo delle proprie istituzioni.

Diversamente da altre discipline che tentano di definire a priori lo status dell'artista o dell'opera d'arte, la sociologia pone in evidenza le relazioni interpersonali e istituzionali che animano questi ambiti, così come pone in evidenza le norme tacite e palesi che li regolano. Intendere l'arte come un insieme di diversi ambiti fatti di persone, opere e istituzioni, consente di lasciare sullo sfondo le questioni dell'estetica o della novità, del gusto o dell'unicità, della bravura o della genialità, che sono argomenti mancanti di oggettività a fronte della tangibilità delle relazioni e delle norme. Ogni mondo dell'arte è perciò individuato da un reticolo relazionale particolare e da un sistema normativo specifico che sono funzionali alla propria esistenza. Adottando determinate strategie di artifcazione, la moda può rivelarsi, in tutto o in parte, uno di questi ambiti.

L'essere considerata un'economia artistica, relega però la moda nell'artigianato, non l'avvicina all'arte. La differenza tra arte e artigianato, che sostanzialmente non si pone nella Classicità (Tatarkiewicz 2020), viene sancita con chiarezza solo a partire dal Rinascimento (Kristeller 2005). Da quel momento in poi, l'artigianato viene definito come un'attività finalizzata all'utilità, mentre l'arte viene definita come un'attività finalizzata all'estetica. A fianco delle già esistenti Arti Liberali, relative alle lettere (grammatica, retorica e dialettica) e alle scienze (aritmetica, geometria, astronomia e musica), vengono introdotte le Belle Arti a carattere figurativo (pittura, scultura e architettura).

Se nel corso dei secoli il senso dell'arte muta riflettendo le trasformazioni della società (Heinich 2022), la definizione di artigianato resta invariata. Ciò mette in luce l'opposizione binaria tra ciò che è utile, l'artigianato, e ciò che non lo è, l'arte (Derrida 1969). La principale motivazione per assegnare alla moda il suo posto nell'artigianato risiede proprio nella sua utilità ossia nella sua funzione vestimentaria. Ha però senso chiedersi se tutta la moda sia una forma di artigianato.

A questo scopo, e a fianco dell'artigianato, appare opportuno contemplare l'esistenza dell'artigianato artistico (Becker 2004), dando luogo ad una tipologia che approfondisce la semplice dicotomia tra artigianato e arte. L'artigianato comune produce oggetti utili, mentre l'artigianato artistico produce oggetti utili dotati di contenuto stilistico. In entrambi i casi, la produzione si rivolge alle necessità della clientela, che avvenga su iniziativa del produttore o su commissione del cliente. Al contrario, almeno convenzionalmente, l'arte non è 'utile' in senso proprio, non 'si offre' alla clientela e non produce 'su commissione', ma viene immaginata come un atto di creatività personale sganciato da altre determinanti sociali.

È possibile calare questa tipologia che individua artigianato, artigianato artistico e arte in ambito vestimentario. La produzione di abbigliamento è equiparabile all'artigianato, realizza abiti utili per essere indossati. La produzione di moda è equiparabile all'artigianato artistico, realizza abiti utili per essere indossati, in più dotati di contenuto stilistico. In entrambi i casi, si tratta di abiti che vengono creati e replicati per la clientela. Possono essere abiti di largo consumo, come nel caso dell'abbigliamento, o di consumo più esclusivo, come nel caso della moda. Solo i secondi, oltre a ricoprire una funzione vestimentaria, possiedono anche un valore stilistico aggiuntivo, il cosiddetto 'contenuto moda'.

Per gli abiti d'arte la questione appare diversa. Gli abiti d'arte si distaccano completamente dai meccanismi del mercato, essendo pezzi unici, decisamente particolari, inaccessibili alla clientela sotto numerosi punti di vista. Questi abiti vengono creati appositamente con l'intenzione di realizzare oggetti che escono dall'alveo della normalità, che si rivelano esteticamente o concettualmente pregnanti. Si tratta di abiti che superano i concetti di utile e di stile per approdare all'arte, al mondo dell'arte della moda.

3. QUANDO LA MODA SI FA ARTE

La produzione di un abito d'arte appare possibile attraverso la sospensione della 'normalità' dell'abito stesso – con riferimento ai canoni della sartoria europea. Per raggiungere questo fine si utilizzano strategie particolari che mutano la struttura vestimentaria, incidendo su materiali, forme e convenzioni ovvero sugli elementi costitutivi dell'abito. Si tratta dell'anticonvenzionalità dei materiali, la trasgressione delle forme, la sovversione delle convenzioni, il surrealismo e il pastiche (Crane 2000). Utilizzando queste strategie, i creatori d'abiti d'arte contribuiscono a dare vita al mondo dell'arte della moda.

L'anticonvenzionalità dei materiali conduce all'utilizzo vestimentario di materiali sperimentali, inconsueti, riciclati, deformati, strani, non necessariamente splendidi e costosi. Come Rabanne nella collezione di abiti fatti in dischi di metallo e plastica uniti da ganci d'acciaio (Kamitsis 1999) o Margiela che utilizza materiali di recupero, tipo guanti, sciarpe o piatti rotti, per fare nuovi capi e accessori (Evans 2003).

La trasgressione delle forme conduce a realizzazioni vestimentarie architettoniche, ardite, asimmetriche, sproporzionate o aberranti, lontane dall'imperativo artigianale del fatto 'a regola d'arte'. Come Balenciaga con le forme astratte dell'abito a sacco e del baby doll (Miller 2007) o McQueen con le scarpe Armadillo, che alterano completamente la postura e la forma del piede (Bolton 2011).

La sovversione delle convenzioni conduce alla collocazione non conforme all'ordine vestimentario di capi, particolari e accessori. Come Miyake che elimina taglie, generi e stagioni trattando l'abito come un modulo ingegneristico (Miyake e Fujiwara 2001) o Michele che applica fiocchi, pizzi e trine a capi maschili (Geczy e Karaminas 2018).

Il ricorso al surrealismo conduce alla creazione di associazioni inattese tra forme vestimentarie e forme altre. Come Victor e Rolf che trasformano quadri con cornici dorate in abiti da indossare come se fossero tele spezzate (Spindler e Baudot 2018) o Browne con abiti fatti in un tessuto che riproduce l'anatomia umana, simile ad un corpo sopra il corpo (Bolton 2023).

Il ricorso al pastiche conduce alla combinazione di particolari e di stili vestimentari di periodi e di luoghi differenti, ma anche allo slittamento da abito a costume, che sia etnico o di scena, tipicamente eccentrico o teatrale. Come Galliano che mescola estetiche di periodi storici diversi (Wilcox 2007) o Gaultier che fonde l'etnico con il feticismo (Loriot 2011).

Ogni mondo dell'arte nasce e si trasforma nel tempo e nello spazio. Al proprio interno si sviluppano determinati rapporti sociali e si stabiliscono le norme che lo regolano (Pedroni e Volontè 2012). Ogni membro occupa in esso una posizione ben precisa, per cui ci saranno posizioni dominanti, analoghe o subordinate a seconda dei casi. Questo perché ogni mondo dell'arte è immaginabile analiticamente come uno spazio tridimensionale in cui la collocazione di ciascun membro dipende dalla quantità di capitali di cui dispone (Bourdieu 2005). Si tratta di capitali di tipo economico (ricchezza in beni mobili e immobili), culturale (ricchezza in cultura, competenza e conoscenza) e sociale (ricchezza in contatti e relazioni). La loro sommatoria nello spazio tridimensionale, individuando la collocazione di ciascun membro, ne evidenzia lo status in quello specifico mondo dell'arte, ne rivela il prestigio personale.

Esistendo differenze posizionali, i rapporti tra i membri possono essere orientati alla collaborazione o alla competizione, dando luogo a configurazioni tipiche (Elias 1996). La finalità ultima per ciascuno di essi è raggiungere posizioni di maggior prestigio personale. Questo perché i membri in posizione dominante, grazie al loro status elevato, sono in grado d'imporre le norme che vigono all'interno di quel mondo dell'arte. Sono inoltre in grado d'influenzare anche la collocazione dei membri all'interno di quel mondo dell'arte, agendo da correttivo rispetto ai capitali a disposizione dei membri stessi. Questa duplice capacità di incidere sulle norme e sulle relazioni è un'evidente manifestazione di potere (Weber 1999). Si tratta di un potere che consente d'influ-

ire sul significato di arte, sullo status dell'artista, sull'artisticità delle opere e sulla legittimità delle istituzioni dedite all'arte.

È perciò evidente che occupare una posizione dominante all'interno di un mondo dell'arte risulta cruciale rispetto a molti fini. Può influenzare l'intenzionalità di quello specifico mondo dell'arte, indicando ciò che è etichettabile come arte e ciò che non lo è, includendo o escludendo. In tal modo, i membri in posizione dominante traggono un vantaggio per sé e per i propri sodali (Bourdieu 1991). Non a caso, l'utilizzo dell'etichetta di arte, di artista, di opera d'arte o di istituzione artistica appare strategica in termini di notorietà e di redditività, consentendo facilmente processi di distinzione sociale anche nella moda (Bourdieu 1983). Boicottando la normalità stilistica attraverso l'innovazione della struttura vestimentaria, i creatori di abiti d'arte si collocano fuori dal mainstream della moda. La loro intrinseca diversità li qualifica come sperimentatori o come provocatori (Crane 1997).

Gli sperimentatori sono quei creatori fortemente innovativi che si rapportano alla moda come gli artisti d'avanguardia si rapportano all'arte accademica. Kawakubo utilizza la decostruzione e l'astrazione per creare abiti che ridefiniscono radicalmente la silhouette corporea e l'uso del tessuto (Butler 2024). Van Herpen utilizza la tecnologia per creare sculture indossabili che sembrano provenire da un mondo alieno (Van Herpen e Pitiot 2023). I loro approcci trasformano la moda in un impegno concettuale fortemente influenzato da architettura e antropologia, immaginando estetiche di altro tipo. Si tratta di creatori non accademici e non convenzionali che si considerano degli artisti. I loro interlocutori non sono i consumatori, piuttosto sono gli intellettuali e i creativi. Più che un abito o un accessorio, creano un oggetto significativo in sé, come un'opera d'arte, come un'esperienza di sperimentazione estetica o concettuale applicata alla moda.

I provocatori sono quei creatori fortemente dissacranti che giocano con le mode, gli stili, i generi e l'arte stessa, che usano l'abito come commento critico alla società e al sistema moda. Westwood, con le sue radici nel punk, utilizza lo stile per esprimere la propria ribellione nei confronti dei dettami sociali (Westwood e Kelly 2015). Gvasalia, in tempi più recenti, dà vita ad abiti e accessori che sconfinano nel kitsch e che alludono al ready-made, elevando repliche di oggetti quotidiani a lussuosi simboli di status (Sun e Kim 2022). Questa provocazione non è fine a sé stessa, ha piuttosto lo scopo d'invitare a riflettere il pubblico della moda sul senso attuale del consumo e dell'estetica. Si tratta di creatori che sono refrattari alla retorica dell'autorialità, del genio e della cultura. La loro

critica è densa d'ironia e autoironia, è diretta a colpire sia la normalità della moda e sia l'artisticità della moda. Sono perciò anticonsumistici e antidivistici, creano un oggetto allo scopo di scuotere e di stupire.

4. IL PERCORSO DI ARTIFICAZIONE NELLA MODA

Il percorso di artificazione nella moda mostra tre tappe successive: il secondo Ottocento, il primo Novecento e il secondo Novecento. La prima tappa nasce con la moda stessa, con gli esordi dell'alta moda, aperta alle suggestioni dei fermenti artistici del tempo (Matta 2015). I primi sarti talentuosi creano in completa autonomia e presentano modelli vestimentari propri. In tal modo, rompono con la tradizione della sartoria su commissione dichiarandosi artisti. Da ciò emerge con estrema chiarezza il criterio dell'intenzionalità, dicendosi il creatore di abiti un artista, come nel caso di stilisti del calibro di Worth o di Poiret (Morini 2020).

All'epoca, pur creando abiti a proprio gusto, questi stilisti realizzano abiti di moda, non abiti d'arte. Si tratta di abiti fatti 'a regola d'arte', magnificamente sartoriali, ma non di abiti che sono frutto di una reale sperimentazione artistica. Questa trasformazione rimane confinata nell'ambito dell'artigianalità artistica, non rientra nell'ambito dell'arte, conservando la funzione e la struttura vestimentaria dell'abito. Rappresenta però un episodio fondamentale, poiché inventa la moda come realtà estetica e produttiva separata dall'abbigliamento (Baglioni 2019).

La seconda tappa è foriera di una trasformazione che aspira ad andare oltre, che aspira ad entrare nell'ambito dell'artisticità grazie al clima di forte sperimentazione delle prime avanguardie (Nigro Covre 2021). L'arte prende a coinvolgere una pluralità di ambiti, anche quello vestimentario, emergendo chiaramente nelle creazioni surrealiste di Schiaparelli (Carron de la Carrière 2022), puriste di Vionnet (Golbin 2009), futuriste di Balla (Pautasso 2021) o simultaneiste di Terk Delaunay (Malochet e Bianchi 2006).

Si tratta di abiti d'arte in senso proprio, fatti da stilisti e da artisti che creano utilizzando l'abito come oggetto delle proprie sperimentazioni, un abito che conserva la funzione vestimentaria, ma innova la struttura vestimentaria. Il fatto 'a regola d'arte' viene superato da contenuti estetici e concettuali ulteriori. Stilisti e artisti condividono una medesima intenzione, facendo dell'abito d'arte un oggetto da indossare con un valore aggiunto realmente artistico, non semplicemente stilistico – come accade invece per l'artigianato artistico.

La terza tappa sorge con l'emergere delle nuove avanguardie (Poli 2003), innescando una trasformatio-

ne significativa. L'arte mostra di essere ovunque e tutto appare artificabile, approdando ad una sperimentazione più profonda e radicale, una sperimentazione totale che riflette e che influenza la vita stessa dei creatori d'arte (Bourriaud 2015). L'abito prende a funzionare come una sorta di 'pretesto' ed entra a far parte di quella vasta produzione di significati che è tipica dell'arte contemporanea. Ciò accade perché l'abito e il corpo sono tra loro strettamente collegati, permettendo di veicolare significati potenti e comprensibili proprio attraverso questo tipo di oggetto. Non a caso, il vestire è un tassello importante nella costruzione dell'identità, nell'affermazione di sé e nel riconoscimento degli altri, ben comunicando significati socialmente comprensibili (Bovone 2014). Essendo un fatto socialmente condiviso, il vestire è un'esperienza personale che non si confina nel privato, ma che accomuna, essendo qualcosa che tutti fanno e che è per tutti è chiaro.

Se l'abito comunica, l'abito d'arte comunica con ancora maggior forza per via della sua peculiarità estetica o concettuale. L'abito diviene perciò un veicolo privilegiato della sperimentazione artistica. La funzione vestimentaria non costituisce più un limite all'artisticità dell'abito, al contrario, diventa una sorta di megafono per la diffusione e per la comprensione dei significati dell'arte contemporanea nel discorso pubblico e nello spazio pubblico. Il fatto di essere indossato, o potenzialmente indossato, esalta la significatività culturale dell'abito d'arte, come se fosse una seconda pelle o come se fosse il corpo stesso, creando perciò impatto emotivo e coinvolgimento fisico.

Si realizza in tal modo una trasformazione in chiave metonimica, dove il senso figurato prende il posto del senso letterale, per cui l'abito prende il posto del corpo, al di là che venga indossato o meno (Trasforini 2012). L'abito d'arte è un corpo, è il corpo che 'lo abita' o è il corpo che 'non c'è', con tutti i possibili rimandi e tutte le possibili evocazioni. Per l'abito di moda accade il contrario, il corpo è l'abito. Come ci mostra ogni volta il rituale della sfilata, l'abito prende il posto del corpo. La moda utilizza il corpo come un semplice manichino, realizzando così un ribaltamento, come in un gioco di specchi in cui la chiave metonimica viene applicata in senso del tutto opposto.

Non solo, è interessante andare a sottolineare anche il diverso approccio utilizzato da artisti e stilisti nella creazione di abiti d'arte, una diversità che si riflette nella funzione e nella struttura dell'abito ovvero nel suo uso e nel suo aspetto. Tra gli artisti, l'esplicita equivalenza tra abito e corpo dell'abito d'arte consente di abbandonare il legame sia con la funzione vestimentaria e sia con la struttura vestimentaria, realizzando così una duplice rot-

tura. Non più, o non necessariamente, abito come oggetto da indossare e non più, o non necessariamente, abito come oggetto fatto con certi materiali, certe forme e certe convenzioni. Un ottimo esempio viene dalle creazioni di Sterbak (Trasforini 2010), i cui riferimenti vestimentari costituiscono un supporto fortemente evocativo per la riflessione sulla condizione umana.

Al contrario, tra gli stilisti, e in particolare per coloro che danno prova di essere sperimentatori o provocatori, l'abito d'arte conserva la funzione vestimentaria, in evidente continuità con la vocazione professionale del creatore, ma abbandona la struttura vestimentaria, realizzando così una singola rottura. In tal modo, l'abito mantiene la propria utilità, ma diventa l'occasione per la sperimentazione di materiali, forme e convenzioni alternative, come evidenziano le creazioni architettoniche e scultoree di Capucci (Blum 2011).

In conclusione, la trasformazione di senso dell'abito inteso come materia di sperimentazione artistica si delinea con le avanguardie storiche e si approfondisce con le nuove avanguardie. Un abito d'arte è tale perché è fatto con finalità artistica, manifestando così una precisa intenzionalità del creatore, che può essere più affine all'ambito dell'arte o a quello della moda. In particolare, mentre l'artista giunge ad un superamento sia della struttura e sia della funzione vestimentaria, lo stilista abbandona la struttura vestimentaria conservando spesso inalterata la funzione vestimentaria, continuando così ad intendere l'abito come oggetto da indossare. In entrambi i casi, l'intervento creativo si realizza sull'abito in quanto simulacro corporale, erede delle tante esperienze che nel corso del primo e del secondo Novecento hanno reso possibile questo tipo di sperimentazione estetica e concettuale. In buona sostanza, se l'abito d'arte è capace di convogliare significati potenti e comprensibili è perché costituisce il rivestimento del corpo e, tramite una facile traslazione di senso, è il corpo stesso, è un simbolo della persona.

Quanto detto non descrive però un'artificazione della moda, piuttosto un'artificazione nella moda. Si tratta infatti di esperienze non generalizzate, ma tipiche di un ristretto numero di creatori. Potendo sfruttare il valore aggiunto dell'arte, essi costituiscono un'élite in seno alla moda o, detto altrimenti, costituiscono il mondo dell'arte della moda.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Baglioni L.G. (2019), «L'invenzione delle mode e il mutamento sociale», in *SocietàMutamentoPolitica*, 20: 207-217.

- Beatrice L. (2025), *La commedia dell'arte. Dietro le quinte del contemporaneo tra musei, mercato e provocazioni*, Marsilio, Venezia.
- Becker H.S. (1974), «Art as Collective Action», in *American Sociological Review*, 6: 767-776.
- Becker H.S. (2004), *I mondi dell'arte*, Il Mulino, Bologna.
- Blum D.E. (2011), *Roberto Capucci: Art into Fashion*, Philadelphia Museum of Art, New Haven.
- Bolton A. (2011), *Alexander McQueen: Savage Beauty*, Metropolitan Museum of Art, New York.
- Bolton A. (2023), *Thom Browne*, Phaidon Press, New York.
- Borsi F. (1973), *Leon Battista Alberti. Opera completa*, Electa, Milano.
- Bourdieu P. (1983), *La Distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna.
- Bourdieu P. (1991), «Le champ littéraire», in *Actes de la recherche en sciences sociales*, 89: 3-46.
- Bourdieu P. (2005), *Le regole dell'arte. Genesi e struttura del campo letterario*, Il Saggiatore, Milano.
- Bourriaud N. (2015), *Forme di vita. L'arte moderna e l'invenzione del sé*, Postmedia books.
- Bovone L. (2014), *Rappresentarsi nel mondo. Comunicazione, identità, moda*, Franco Angeli, Milano.
- Brunelli G. (a cura di) (2023), *L'arte della moda. L'età dei sogni e delle rivoluzioni*, Dario Cimorelli, Milano.
- Butler R. (a cura di) (2024), *Rei Kawakubo: For and Against Fashion*, Bloomsbury, London.
- Calò G. e Scudero D. (2009), *Moda e arte*, Gangemi, Roma.
- Calvesi M. (2008), *Le due avanguardie. Dal futurismo alla pop art*, Laterza, Roma-Bari.
- Carron de la Carriere M.S. (2022), *Shocking: The Surreal World of Elsa Schiaparelli*, Thames & Hudson, London.
- Crane D. (1997), «Postmodernism and the Avant-Garde: Stylistic Change in Fashion Design», in *Modernism/Modernity*, 3: 123-140.
- Crane D. (2000), *Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing*, University of Chicago Press, Chicago.
- Danto A.C. (2010), *Oltre il Brillo Box. Il mondo dell'arte dopo la fine della storia*, Marinotti, Milano.
- Derrida J. (1969), *Della grammatologia*, Jaca Book, Milano.
- Elias N. (1996), *Il processo di civilizzazione*, Il Mulino, Bologna (ed. or. 1939).
- Entwistle J. (2002), «The Aesthetic Economy: The Production of Value in the Field of Fashion Modelling», in *Journal of Consumer Culture*, 3: 317-339.
- Evans C. (2003), *Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity and Deathliness*, Yale University Press, New Haven.
- Geczy A. e Karaminas V. (2018), *Libertine Fashion: Sexual Freedom, Rebellion and Style*, Bloomsbury Visual Arts, London.
- Golbin P. (2009), *Madeleine Vionnet, puriste de la mode*, Éditions Les Arts Décoratifs, Paris.
- Heinich N. (2004), *La sociologia dell'arte*, Il Mulino, Bologna.
- Heinich N. (2022), *Il paradigma dell'arte contemporanea. Strutture di una rivoluzione artistica*, Johan & Levi, Milano.
- Husserl E. (2002), *Idee per una fenomenologia pura e per una filosofia fenomenologica*, Einaudi, Torino (3 voll., ed. or. 1913).
- Kamitsis L. (1999), *Paco Rabanne*, Editions Assouline, Paris.
- Kawamura J. (2006), *La moda*, Il Mulino, Bologna.
- Kim S.B. (1998), «Is Fashion Art?», in *Fashion Theory*, 1: 55-72.
- Kristeller P.O. (2005), *Il pensiero e le arti nel Rinascimento*, Donzelli, Roma (ed. or. 1965).
- Loriot T. (2011), *The Fashion World of Jean Paul Gaultier: From the Sidewalk to the Catwalk*, Montreal Museum of Fine Arts, Montreal.
- Malochet A. e Bianchi M. (a cura di) (2006), *Sonia Delaunay. Atelier Simultané 1923-1934*, Skira, Milano.
- Mariani D. (2022), *Arte e moda. Storia e risultati di un sodalizio irrequieto*, Postmedia, Milano.
- Matta G. (2015), *Gli sviluppi dell'arte moderna in Europa dalla fine dell'Ottocento ai primi anni del Novecento*, Gangemi, Roma.
- Mauss M. (1969), *Manuale di etnografia*, Jaca Book, Milano (ed. or. 1947).
- Miller L.E. (2007), *Cristóbal Balenciaga (1895-1972): The Architect of Fashion*, Victoria & Albert Museum, London.
- Miller S. (2007), «Fashion as Art; is Fashion Art?», in *Fashion Theory*, 1: 25-40.
- Miller S. (2012), «Dal ballo al museo: come l'abito diventa opera d'arte», in Pedroni M., Volontè P. (a cura di), *Moda e arte*, Franco Angeli, Milano.
- Miyake I. e Fujiwara D. (2001), *A-POC Making: Issey Miyake and Dai Fujiwara*, Vitra Design Museum, Weil am Rhein.
- Morini E. (2020), *Interazioni fra moda e arte. Boldini, Poiret, Genoni*, Mimesis, Milano.
- Nigro Covre J. (2021), *Arte contemporanea. Le avanguardie storiche*, Carocci, Roma.
- Pautasso G.A. (a cura di) (2021), *Moda futurista. Eleganza e seduzione*, Abscondita, Milano.
- Pedroni M. e Volontè P. (2012), «Introduzione. Oggetti, pratiche e istituzioni di due campi sociali correlati»,

- in Pedroni M., Volontè P. (a cura di), *Moda e arte*, Franco Angeli, Milano.
- Poli F. (a cura di) (2003), *Arte contemporanea. Le ricerche internazionali dalla fine degli anni '50 a oggi*, Mondadori, Milano.
- Schiaparelli E. (2016), *Shocking life*, Donzelli, Roma.
- Shapiro R. e Heinich N. (2012), «When Is Artification?», in *Contemporary Aesthetics*, 4.
- Semeraro G. (2001), *Di stoffa in stoffa. Tessuti dell'arte contemporanea da Alberto Burri a Rosemarie Trockel*, EDIFIR, Firenze.
- Spindler A. e Baudot F. (2018), *Viktor&Rolf: Fashion Artists*, Museum Boijmans Van Beuningen, Rotterdam.
- Sun H. e Kim M. (2022), «A Study on the Aesthetic Characteristics of Demna Gvasalia Fashion Design from Neo-Deconstructivism», in *Journal of Communication Design*, 1: 212-225.
- Tatarkiewicz W. (2020), *Storia di sei idee. L'arte, il bello, la forma, la creatività, l'imitazione, l'esperienza estetica*, Aesthetica, Milano.
- Trasforini M.A. (2010), «Tagli d'habitus. Corpi culturali, linguaggi tessili e arte metonimica», in Mora E. (a cura di), *Geografie della moda*, Franco Angeli, Milano.
- Trasforini M.A. (2012), «Abiti smodati. Dall'arte tessile alla clothes art», in Pedroni M., Volontè P. (a cura di), *Moda e arte*, Franco Angeli, Milano.
- Van Herpen I. e Pitiot C. (2023), *Iris van Herpen: Sculpting the Senses*, Lannoo Publishers, Tiel.
- Weber M. (1999), *Economia e società*, vol. I, Comunità, Torino (ed. or. 1922).
- Westwood V. e Kelly I., (2015), *Vivienne Westwood*, Odoja, Bologna.
- Wilcox C. (2007), *The Golden Age of Couture: Paris and London 1947-1957*, V&A Publishing, London.