

design for fashion

heritage

Made in Italy

creative industries

innovation/transition

Ecosistema del design per la moda

design per la moda

patrimonio

Made in Italy

industrie creative

innovazione/transizione

ABSTRACT

La moda è un fenomeno complesso e stratificato che connette la cultura materiale tradizionale con la contemporaneità nella sua organizzazione sociale, culturale e produttiva. Il sistema moda si sostanzia in un ecosistema altamente competitivo, che fonda le proprie radici sulla piccola dimensione di impresa, il radicamento al territorio, la costruzione di reti di relazione tra impresa e sottosistemi produttivi e la capacità progettuale di integrare la conoscenza codificabile e trasferibile con quella tacita e contestuale. Ma, ancora, la moda si configura come fonte autonoma di cultura: rappresenta ciò che permette di cogliere i caratteri del mondo attuale, contiene le istanze del presente, ma è anche spazio di immaginazione del futuro ed espressione della storia sociale e manifatturiera che custodisce e racconta costantemente.

La moda è dunque un terreno di mediazione tra l'individuo e l'ambiente, che restituisce modelli culturali e modelli produttivi o ne progetta di nuovi.

Gli studi su e nella moda comprendono un aggregato disciplinare ricco di differenze sostanziali che ne rappresentano la primaria fonte di ricchezza: qui competenze altamente specializzate si incontrano con gli studi umanistici e così il design, le ingegneria, le materie economiche, gli studi culturali e sociali, le scienze giuridiche e molto altro trovano un terreno di interesse comune. La moda, come le altre economie creative, affronta i nuovi panorami del contemporaneo attraverso connessioni e nuove alleanze in un susseguirsi di azioni, allo stesso tempo locali globali, dove la ricerca è sempre più il risultato dell'interazione fra l'area delle Technologies e quella delle Humanities. In questo sistema di quasi-equilibrio, fra locale e globale, lo scenario culturale ed economico attivato dalle nuove reti digitali abilita le piccole imprese della moda, i singoli individui e le micro-produzioni a entrare in un mercato fino a poco tempo fa a loro inaccessibile. La tecnologia si intreccia con gli elementi della tradizione e gli oggetti perdono la loro funzione simbolica a favore di una loro interpretazione maggiormente esperienziale. Sono connessioni sensibili e relazionali dove le tecnologie emergenti non sono semplicemente uno strumento, "but semiotic-technical devices" (Foucault, 1976): ovvero insiemi codificati di idee, ideologie

e rappresentazioni, che influenzano e trasformano i comportamenti sociali e i processi di costruzione identitaria. La moda si realizza entro complesse filiere, che si dispiegano fra locale e globale e dove, accanto alle capacità artigianali, creative, tecnologiche e di design, si incontrano i nuovi valori della sostenibilità, tracciabilità e trasparenza. In questo contesto, le trasformazioni innescate dalla *twin transition*, al centro degli obiettivi dell'European Green Deal, si ibridano con una consolidata vocazione culturale sempre più guidata da processi di innovazione di tipo design-driven. Con le sue caratteristiche tanto singolari quanto sfumate, la moda si trova ad avere un profondo impatto anche in altri settori culturali, creativi ed economici legati strettamente o meno strettamente alla moda: si configura come il più importante vettore del Made in nel mondo. Ma ancora, si nutre e a sua volta alimenta la musica, l'arte il cinema, ha ricadute sui settori dell'alimentazione, accoglienza, cosmetica e altri. In questo contesto emergono almeno tre aree di interesse per quanto attiene il contesto della ricerca e dell'innovazione della didattica, in particolare:

-
- moda come modello economico e industriale (la geografia dei distretti/la produzione)
-
- moda come sistema culturale (musei/storia /patrimonio)
-
- moda come ambiente del progetto materiale e immateriale (industrie creative)

OBIETTIVI

Le aree tematiche su cui si propone di lavorare – in linea con le traiettorie di transizione digitale e sostenibile – costituiscono percorsi di ricerca e di innovazione che possono indagare tematiche urgenti per la moda, come per esempio:

-
- la relazione con le dinamiche sociali, la politica, i temi dell'inclusione, della diversity e del rispetto;
-
- la sostenibilità delle filiere produttive e la cultura della sostenibilità;
-
- i modelli di produzione di Fabbrica 4.0 automatizzata e interconnessa;
-
- i modelli di consumo; le opportunità e le responsabilità del design;
-
- la ricerca e lo sviluppo di materiali e tessuti innovativi;

-
- modelli di progettazione di servizi, experience e retail basati sulla raccolta, analisi e gestione dati;
-
- la relazione fra fashion design ed economia circolare;
-
- i nuovi modelli di comunicazione connessi agli strumenti e agli approcci offerti dal digitale e le relative ricadute sui processi progettuali e produttivi (come nel caso del crescente e fruttuoso rapporto fra industria del gaming e marchi di moda);
-
- il rapporto con il corpo e le technologies, la relazione fra moda e processi di image-making, gli intrecci impliciti ma ancora da esplorare in modo approfondito con l'ambito disciplinare dei Gender Studies;
-
- la ricerca sui processi progettuali e produttivi, e la riflessione attorno a modelli emergenti di progettazione e produzione alternativi (con attenzione particolare agli ambiti di eccellenza del Made in Italy: non solo abbigliamento ma anche pelletteria, accessorio, maglieria, calzatura);
-
- progettazione di modelli organizzativi e gestionali delle aziende di moda nel confronto con le nuove sfide imposte dall'innovazione digitale;
-
- la critica, la storia e la cultura della moda, quindi un'attenzione ai cosiddetti Fashion Studies in senso più ampio per costruire uno specifico contributo del design al corpus disciplinare;
-
- la riflessione sul ruolo dell'archivio (privato, aziendale) nei processi progettuali, e le relative pratiche di digitalizzazione e sharing;
-
- il rapporto fra moda e museo soprattutto a livello nazionale e nel necessario confronto con il sistema globale delle istituzioni culturali dedicate alla moda.

MAIL

moda@societaitalianadesign.it

REFERENTI SID

Raimonda Riccini, IUAV

PROPONENTI

Elisabetta Cianfanelli, UNIFI

Valeria Iannilli, POLIMI

Gabriele Monti, IUAV

Patrizia Ranzo, UNICAMPANIA

PROFESSORI E RICERCATORI

Elisabetta Benelli, UNIFI
Paola Bertola, POLIMI
Alba Cappellieri, POLIMI
Daria Casciani, POLIMI
Chiara Colombi, POLIMI
Erminia D'Itria, POLIMI
Paolo Franzo, UNIFI

Maria Luisa Frisa, IUAV
Roberto Liberti, UNICAMPANIA
Saul Marcadent, IUAV
Martina Motta, POLIMI
Maria Antonietta Sbordone,
UNICAMPANIA
Chiara Scarpitti, UNICAMPANIA

Alessandra Spagnoli, POLIMI
Livia Tenuta, POLIMI
Susanna Testa, POLIMI
Margherita Tufarelli, UNIFI
Federica Vacca, POLIMI

DOTTORANDI E ASSEGNISTI

Valentina Alfieri, UNICAMPANIA
Ilenia Amato, UNICAMPANIA
Edoardo Brunello, IUAV
Dylan Colussi, IUAV
Maria Claudia Coppola, UNIFI
Mariagiovanna Di Iorio, POLIMI

Silvestro Di Sarno, UNICAMPANIA
Filippo Disperati, UNIFI
Gabriela Fabro Cardoso, POLIMI
Elena Fava, IUAV
Edoardo Ferrari, IUAV
Leonardo Giliberti, UNIFI

Clizia Moradei, IUAV
Martina Orlacchio, UNICAMPANIA
Elena Pucci, UNIFI
Maria Antonia Salomé, UNIFI
Angelica Vandi, POLIMI