

GIANFRANCO FERRÉ

dentro l'obiettivo



“Lo stilista non deve soltanto sapere con chiarezza ciò che vuole, ma anche scegliere l’interlocutore adatto, quello che darà corpo, colore, luce e magia alla sua idea. Deve comunicare col fotografo, stabilire una complicità, dargli autonomia, ma con la certezza di potersi riconoscere nell’immagine realizzata. È una questione di feeling, di intesa. Certo, l’esperienza e la professionalità hanno una parte importante; ma senza la capacità di creare insieme, di condividere le emozioni, di fare lavorare insieme l’occhio e l’anima, la fotografia sarà vuota, fredda, inutile e falsa”.

“The designer must not only know clearly what he wants, but also choose the right partner, the one who will give body, colour, light and magic to his idea. He must communicate with the photographer, establish a complicity, give him autonomy, but with the certainty that he can recognise himself in the image created. It is a question of feeling, of chemistry. Of course, experience and professionalism play an important part; but without the ability to create together, to share emotions, to make the eye and the soul work together, photography will be empty, cold, useless and false”.

Gianfranco Ferré
Lettres à un jeune couturier,
Balland: Paris, 1995

GIANFRANCO FERRÉ AL FORTE DI BARD

Il Forte di Bard nel programmare la sua offerta espositiva cerca sempre di approfondire temi che aprano l'orizzonte a nuovi spazi del sapere e della contemporaneità, attraverso le arti visive e ad altri linguaggi di espressione che polarizzano l'attenzione verso personaggi che hanno caratterizzato il nostro secolo. La mostra Gianfranco Ferré dentro l'obiettivo, che completa l'offerta invernale 2024-2025 del Forte, ha l'obiettivo di unire la celebrazione degli 80 anni dalla nascita di questo grande stilista della moda italiana e l'esaltazione della sua produzione di cui sono testimoni gli abiti esposti e la produzione artistica di otto grandi fotografi che hanno lavorato alle sue iconiche campagne pubblicitarie. La mostra riassume dunque un insieme di aspetti che esaltano il genio del grande architetto che ha saputo esprimere la moda italiana come risultato condiviso di emozioni, visioni, lavoro e sentimenti che permettono anche di celebrare la donna e la bellezza. Il Forte di Bard ha voluto così dedicare questa mostra al grande genio Ferré per ricordare il suo lavoro, meglio la sua arte e per rendere merito al lavoro svolto in tutta la sua carriera. Di lui si ricordano certamente le geometrie dei suoi abiti, frutto di un lavoro che nella mostra viene svelato in tutti i suoi particolari. Si ritrovano così anche i primi bozzetti, che già esprimono l'effetto che si realizzerà con la produzione dell'abito, seguiti dal materiale fotografico, dalle diapositive ai fotocolor, che presenta il risultato ottenuto e la sua valorizzazione, fino ad arrivare alla produzione della campagna pubblicitaria che ne promuove il successo. Siamo di fronte, dunque, al racconto di un percorso che normalmente risulta sconosciuto al pubblico e che grazie a questa esposizione ci restituisce la grandezza di Gianfranco Ferré e ci fa apprezzare le sue capacità e la professionalità del suo lavoro, svelando attraverso un abito la moda italiana e la complessità di questo mondo, fiore all'occhiello del nostro Paese. La mostra nel celebrare Ferré utilizza principalmente il patrimonio fotografico conservato, e messi gentilmente a disposizione, dall'archivio storico del Centro di Ricerca Gianfranco Ferré del Politecnico di Milano con opere originali mai esposte di Gian Paolo Barbieri, Guy Bourdin, Michel Comte, Patrick Demarchelier, Peter Lindbergh, Steven Meisel, Bettina Rheims e Herb Ritts. Questo materiale ha permesso di affiancare al lavoro e al disegno di Ferré anche un suggestivo confronto tra lui e l'anima del fotografo che ha scattato queste immagini, per dire come la moda sia la sintesi di tanti linguaggi e discipline complesse. Questa mostra vuole essere la celebrazione del grande Ferré, che si merita tutto questo omaggio e che spero possa essere apprezzata dal nostro pubblico anche per la particolarità e la qualità del lavoro svolto da questo team, da CZ Fotografia al Politecnico di Milano – Dipartimento di Design e al Centro di Ricerca Gianfranco Ferré, che ringrazio per la collaborazione e il risultato ottenuto. Un grande ringraziamento inoltre va a Rita Airaghi per la disponibilità che ci ha riservato, che abbiamo apprezzato in modo particolare, e per le sue testimonianze che hanno arricchito e illuminato il nostro progetto.

Ornella Badery, Presidente dell'Associazione Forte di Bard

GIANFRANCO FERRÉ, ALUMNUS DEL POLITECNICO DI MILANO

Gianfranco Ferré dentro l'obiettivo è un omaggio a uno dei più illustri Alumni del Politecnico di Milano. Architetto per formazione e stilista per vocazione, Ferré ha saputo fondere il rigore scientifico appreso durante gli anni di studio alla Facoltà di Architettura con un talento creativo straordinario, affermandosi come una delle figure più iconiche del design della moda e ambasciatore del Made in Italy nel mondo. Le sue creazioni incarnano i valori della cultura politecnica: precisione geometrica, profonda conoscenza dei materiali e un approccio progettuale unico, che trova espressione non solo nei suoi capi ma anche nella loro rappresentazione visiva. La mostra si articola attorno agli scatti di otto grandi maestri della fotografia, che hanno saputo cogliere e interpretare l'essenza del suo lavoro. Ferré non era solo creatore, ma anche narratore: dialogava con i fotografi, stabiliva una connessione autentica, offrendo autonomia ma imprimendo sempre la propria visione. In questo scambio di empatia e creatività emerge tutta la complessità del suo genio, un equilibrio perfetto tra il metodo scientifico e l'intuizione artistica e umanistica. A rendere questo tributo ancora più attuale, il Centro di Ricerca Gianfranco Ferré ha arricchito l'esperienza espositiva con soluzioni tecnologiche innovative, tra cui la realtà virtuale e aumentata. Questo connubio tra tradizione e innovazione ci invita a immergerci nella visione di Ferré con uno sguardo contemporaneo, sottolineando la sua eredità come "architetto della moda" e la sua capacità di anticipare il futuro. La mostra rappresenta non solo un viaggio nell'universo creativo di Gianfranco Ferré, ma anche una celebrazione dei valori che il Politecnico di Milano continua a trasmettere ai suoi studenti: interdisciplinarietà, curiosità e tensione verso l'eccellenza. Un patrimonio che vive nelle opere di Ferré e che trova nuova vita in questa esposizione.

Donatella Sciuto, Rettrice Politecnico di Milano

GIANFRANCO FERRÉ AT FORT BARD

The Fort Bard, in planning its exhibition offerings, always seeks to explore themes that open horizons to new realms of knowledge and contemporary thought, through visual arts and other forms of expression that shed a light on figures who have defined our century. The exhibition Gianfranco Ferré dentro l'obiettivo (within the lens), which completes the Fort's 2024-2025 winter program, aims to celebrate the 80th anniversary of the birth of this great Italian fashion designer and to highlight his work, as witnessed by the displayed garments and the artistic production of eight renowned photographers who contributed to his iconic advertising campaigns. This exhibition encapsulates various aspects that exalt the genius of the great architect, who expressed Italian fashion as a shared result of emotions, visions, hard work and sentiments, celebrating both women and beauty. By dedicating this exhibition to the genius of Ferré, the Fort Bard aims to honor his work – better yet, his art – and to give credit to the achievements of his entire career. Ferré is remembered for the geometries of his garments, the result of meticulous craftsmanship, revealed in detail throughout the exhibition. Visitors will discover early sketches that already convey the intended effect of the final garment, followed by photographic materials, slides and colour transparencies, that present the finished product and its refinement, culminating in the advertising campaigns that propelled its success. This exhibition offers a narrative of a creative process often unknown to the public, showcasing Gianfranco Ferré's greatness and allowing us to appreciate his skill and professional mastery. Through his garments, we glimpse Italian fashion and the complexity of this world, a true jewel of our country. In celebrating Ferré, the exhibition mainly draws from the photographic archives generously provided by the Gianfranco Ferré Research Center at the Politecnico di Milano, featuring unpublished original pieces by Gian Paolo Barbieri, Guy Bourdin, Michel Comte, Patrick Demarchelier, Peter Lindbergh, Steven Meisel, Bettina Rheims and Herb Ritts. These materials enable a compelling dialogue between Ferré's designs and the vision of the photographers, demonstrating how fashion is a synthesis of many complex languages and disciplines. This exhibition is a tribute to the great Ferré, who richly deserves this homage. We hope our audience will appreciate the uniqueness and quality of the work carried out by the team, from CZ Fotografia to the Design Department of the Politecnico di Milano and the Gianfranco Ferré Research Center, whom we thank for their collaboration and the outstanding results achieved. A special thanks goes to Rita Airaghi for her exceptional support, which we deeply appreciated and for her invaluable insights that have enriched and illuminated our project.

Ornella Badery, President of Fort Bard Association

GIANFRANCO FERRÉ, ALUMNUS OF POLITECNICO DI MILANO

Gianfranco Ferré within the lens is a tribute to one of the most distinguished alumni of the Politecnico di Milano. An architect by education and a fashion designer by vocation, Ferré masterfully blended the scientific rigor acquired during his years at the Faculty of Architecture with extraordinary creative talent, establishing himself as one of the most iconic figures in fashion design and a global ambassador of Made in Italy. His creations embody the values of Politecnico's culture: geometric precision, deep knowledge of materials and a unique design approach expressed not only in his garments but also in their visual representation. The exhibition revolves around the works of eight great photography masters who captured and interpreted the essence of his work. Ferré was not just a creator but also a storyteller: he engaged in dialogue with photographers, establishing an authentic connection, offering them freedom while always imprinting his vision. This exchange of empathy and creativity reveals the full complexity of his genius – a perfect balance between scientific method and artistic and humanistic intuition. Making this tribute even more relevant, the Gianfranco Ferré Research Center has enriched the exhibition experience with innovative technological solutions, including virtual and augmented reality. This fusion of tradition and innovation invites us to immerse ourselves in Ferré's vision with a contemporary perspective, underscoring his legacy as an “architect of fashion” and his ability to foresee the future. The exhibition is not just a journey into Gianfranco Ferré's creative universe but also a celebration of the values that the Politecnico di Milano continues to instill in its students: interdisciplinarity, curiosity and a drive for excellence. A legacy that lives on in Ferré's works and finds new life in this exhibition.

Donatella Sciuto, Rector of Politecnico di Milano

INDICE

Introduzione	1
<i>Introduction</i>	3
Il fondo fotografico del Centro di Ricerca Gianfranco Ferré	5
<i>The photographic archive of the Gianfranco Ferré Research Center</i>	23
Federica Vacca e Ilaria Trame	
Otto protagonisti della fotografia di moda	31
<i>Eight leading figures of fashion photography</i>	91
Paola Bertola, Giulia Zanichelli e Catia Zucchetti	
Dentro l'obiettivo. Moda e fotografia in dialogo	99
<i>Within the lens. Fashion and photography in dialogue</i>	140
Paola Bertola e Federica Vacca	
L'archivio dal vivo: dal progetto all'algoritmo	149
<i>The live archive: from project to algorithm</i>	164
Jeffrey Schnapp, Greta Rizzi e Angelica Vandi	
L'eleganza è un'arte?	172
<i>Is elegance an artform?</i>	183
Stefano Bucci	
Basta guardarle. Volontà di presenza, in tre scene	185
<i>Just look at them. Willingness of presence, in three scenes</i>	196
Angelo Flaccavento	
Intervista a Rita Airaghi	201
<i>interview with Rita Airaghi</i>	205
Giulia Zanichelli e Catia Zucchetti	
Intervista a Luca Stoppini	209
<i>Interview with Luca Stoppini.</i>	212
Giulia Zanichelli e Catia Zucchetti	
Bibliografia <i>Bibliography</i>	219

INTRODUZIONE

Il Forte di Bard con le sue Cantine, la lunga galleria e le sei sale, accoglie un percorso espositivo concepito per far conoscere al pubblico il patrimonio conservato nell'Archivio Storico del Centro di Ricerca Gianfranco Ferré del Politecnico di Milano. Un progetto inedito dedicato a uno dei più grandi interpreti della moda italiana a ottant'anni dalla nascita. Protagonista della narrazione è la sezione fotografica dell'archivio, con oltre 90 opere originali mai esposte prima. Le immagini in mostra sono di Gian Paolo Barbieri, Guy Bourdin, Michel Comte, Patrick Demarchelier, Peter Lindbergh, Steven Meisel, Bettina Rheims e Herb Ritts. Otto maestri della fotografia di moda che con Ferré hanno lavorato a iconiche campagne che ne hanno raccontato le collezioni, dalla fine degli anni Settanta sino agli inizi degli anni Duemila. Cui si affiancano Helmut Newton e Guillaume de Laubier con due eloquenti ritratti dello stilista. Il racconto fotografico allestito nella Galleria è improntato all'organizzazione intuitiva e informale tipica delle "quadrerie" seicentesche. Introduce lo spettatore al lavoro di Gianfranco Ferré attraverso immagini mai ripetitive, ognuna delle quali restituisce l'anima del fotografo che le ha scattate. Dentro l'obiettivo, il dialogo tra i due maestri. Le sei stanze che si affacciano sulla Galleria sono ispirate alla metafora della camera oscura e raccontano il processo di produzione fotografica attraverso provini, fotocolor, diapositive, scatti annotati dai fotografi. Al tempo stesso disvelano il processo creativo dello stilista introducendo sei principi operativi da lui spesso evocati – comporre, ridurre, enfatizzare, ricalibrare, decostruire, emozionare – che riconducono il linguaggio fotografico al lavoro di Ferré, accostando alle immagini altri elementi centrali della progettazione come i disegni, le cartelle materiali e gli stessi abiti. Il percorso crea quindi continui rimandi che consentono di leggere il lavoro dello stilista nei tratti caratterizzanti dei diversi fotografi: dal rigore compositivo di Barbieri, agli scatti rapidi ed essenziali di Comte; dai racconti

in chiaroscuro di Lindbergh, all'intensità dei ritratti di Rheims; dalle inquadrature eccentriche di Bourdin, alla ricercata spontaneità di Demarchelier; dal classicismo grafico di Ritts, sino alla complessità di Meisel, capace di far filtrare attraverso la realtà patinata della moda uno sguardo acuto sulla contemporaneità. La mostra attraversa diversi linguaggi e li contestualizza nella medesima cornice di significati. Così lo spettatore ha la possibilità di vedere un'idea progettuale prendere forma a partire dal tratto ripetuto della matita dello stilista, alla ricerca dell'effetto voluto, poi riflesso nella successione ossessiva degli scatti del fotografo. Per ritrovarla infine compiutamente materializzata nella tridimensionalità dell'abito e nella perfezione immobile dell'immagine fotografica finale. Ai linguaggi più tradizionali, il percorso accosta nuovi registri comunicativi che, grazie all'applicazione del digitale, ampliano i contenuti della mostra. Le diverse sezioni sono infatti contrassegnate da QR code che consentono l'accesso all'Archivio del Centro di Ricerca mettendo a disposizione materiali aggiuntivi e approfondimenti tematici. Il visitatore può esplorare così la dimensione della ricerca storica e archivistica che ha dato vita alla mostra stessa e divenire partecipe della visione curatoriale e narrativa. A questi contenuti digitali si aggiungono alcune installazioni video che mettono in scena le dimensioni più inesplorate del processo progettuale. I video accompagnano il pubblico in un percorso a ritroso che parte dalla visualizzazione dinamica del gemello digitale dell'abito, ricostruito attraverso software di *3D modeling* e *virtual rendering*. Un processo di decostruzione del capo che dalla sua dimensione tridimensionale è scomposto negli elementi bidimensionali del cartamodello, poi tradotti nelle geometrie di base dal linguaggio matematico. Un percorso multidisciplinare che, nel restituire una visione politemica del lavoro di Gianfranco Ferré, vuole stimolare una riflessione sulla moda come intersezione di linguaggi e discipline, tra le espressioni più compiute della cultura contemporanea.

INTRODUCTION

The Fort Bard, with its “Cantine”, the long gallery and the six rooms, hosts an exhibition conceived to introduce the public to the heritage preserved in the Historical Archive of the Gianfranco Ferré Research Center of the Politecnico di Milano. An unprecedented project dedicated to one of the greatest interpreters of Italian fashion eighty years after his birth. The focal point of the storytelling is the photographic section of the archive, with more than 90 original works never exhibited before. The images on display are by Gian Paolo Barbieri, Guy Bourdin, Michel Comte, Patrick Demarchelier, Peter Lindbergh, Steven Meisel, Bettina Rheims and Herb Ritts. Eight masters of fashion photography, who worked with Ferré on iconic campaigns that illustrated his collections from the late 1970s to the early 2000s. They are joined by Helmut Newton and Guillaume de Laubier with two eloquent portraits of the designer. The photographic narrative set up in the Gallery is marked by the intuitive and informal organisation typical of seventeenth-century

“picture galleries”. It introduces the viewer to the work of Gianfranco Ferré through images that are never repetitive, each of which conveys the soul of the photographer who took them. Within the lens, the dialogue between the two masters. The six rooms overlooking the Gallery are inspired by the metaphor of the camera obscura and tell the story of the photographic production process through print tests, photocolors, slides, shots annotated by the photographers. At the same time, they unveil the designer’s creative process by introducing six operative principles that he often evoked – composing, reducing, emphasising, recalibrating, deconstructing, moving – that link the language of photography back to Ferré’s work, juxtaposing the images with other central elements of design such as the drawings, the material sheets and the clothes themselves. The route thus creates continuous cross-references that allows to read the work of the designer in the characteristic traits of the various photographers: from the compositional rigour of Barbieri, to the rapid and essential

shots of Comte; from the chiaroscuro stories of Lindbergh, to the intensity of the portraits of Rheims; from the eccentric shots of Bourdin, to the refined spontaneity of Demarchelier; from the graphic classicism of Ritts, to the complexity of Meisel, capable of filtering through the glossy reality of fashion an acute look at contemporaneity. The exhibition crosses different languages and contextualises them in the same frame of meaning. Thus, the viewer has the opportunity to see a project idea taking shape from the repeated stroke of the designer's pencil, in search of the desired effect, then reflected in the obsessive succession of the photographer's shots, to finally find it fully materialised in the three-dimensionality of the dress and in the motionless perfection of the final photographic image. In addition to the more traditional languages, the exhibition juxtaposes new communication registers which, thanks to the application of the digital medium, expand the content of the exhibition. In fact, the different sections are marked by QR codes that allow access to the Research

Center's Archive by providing additional materials and thematic insights. The visitor can thus explore the dimension of historical and archival research that gave shape to the exhibition itself and become part of the curatorial and narrative vision. These digital contents are complemented by a series of video installations that stage the most unexplored dimensions of the design process. The videos accompany the public on a journey backwards that starts from the dynamic visualisation of the digital twin of the garment, reconstructed through 3D modelling and virtual rendering software. A process of deconstruction of the garment that from its three-dimensional configuration is broken down into the two-dimensional elements of the paper pattern, then translated into the basic geometries by the mathematical language. Providing a polysemic vision of Gianfranco Ferré's work, this multidisciplinary path wants to stimulate a reflection on fashion as an intersection of languages and disciplines, among the most accomplished expressions of contemporary culture.

IL FONDO FOTOGRAFICO DEL CENTRO DI RICERCA GIANFRANCO FERRÉ

Federica Vacca e Ilaria Trame

Storicamente, il termine *archivio* indica una pluralità di significati. Da un lato, rappresenta la raccolta *impossibile* di memorie, documenti e oggetti che testimoniano una storia, un'identità, un sapere¹. Dall'altro, è il luogo fisico o virtuale in cui una conoscenza è custodita, celata e conservata. Più o meno accessibile, rappresenta il patrimonio culturale del passato per il presente. L'atto di archiviare nella società contemporanea, si manifesta come bisogno primario di preservare i ricordi di un individuo o la storia di un gruppo sociale, di un'istituzione, di una realtà imprenditoriale². Anche se "archiviare" come verbo può assumere una connotazione negativa con il significato di "mettere da parte", ciò non implica il dimenticare. Infatti, conservare i ricordi, seppur fragili o intangibili, implica riconoscere l'archivio come dispositivo di meta-conoscenza: un insieme articolato di regole classificatorie e tassonomiche che organizza e rende fruibile il capitale culturale specifico, unico e irripetibile di quella specifica persona, ma anche fondo o collezione in scala più grande³. Nell'accezione più contemporanea, l'archivio non è un semplice accumulo documentale ma uno strumento critico capace di rigenerare la logica consueta di conservazione, utilizzo e diffusione della conoscenza. Un mediatore cognitivo per ripensare e ridefinire la memoria, rendendo i documenti in esso custoditi carichi di significato e valori da reinvestire in interpretazioni continue perché, come sostiene Italo Calvino, "la memoria conta veramente – per gli individui, le collettività, le civiltà – solo se tiene insieme l'impronta del passato e il progetto del futuro, se permette di fare senza dimenticare quel che si voleva fare, di diventare senza

1 Costantino Baldacci, *Archivi impossibili. Un'ossessione dell'arte contemporanea* (Monza: Johan & Levi Editore, 2016).

2 Maria Benedetta Bertini, "La memoria archivistica", in *I custodi della memoria. L'edilizia archivistica italiana statale del XX secolo*, ed. Maria Benedetta Bertini and Vincenza Petrilli (Santarcangelo di Romagna: Maggioli, 2014), 33–39.

3 David Throsby, "Cultural Capital", *Journal of Cultural Economics* 23, no. 1 (1999): 3–12.

smettere di essere, di essere senza smettere di diventare⁴. In quest'ottica, gli archivi sono particolarmente importanti nel settore della moda e divengono uno strumento cognitivo. La natura eterogenea del prezioso patrimonio culturale preservato – costituito da bozzetti, abiti, documenti, prototipi, fotografie, cartelle materiche – genera una pluralità di relazioni e significazioni che rappresentano una risorsa per la comprensione storica, sociale e culturale del settore⁵. Ogni elemento d'archivio racconta una specifica fase di un più articolato processo creativo e produttivo e il valore dei relativi documenti e artefatti risiede non tanto nel valore del singolo oggetto decontestualizzato, ma nella costruzione di relazioni tra i diversi oggetti d'archivio nella loro dimensione tangibile e intangibile⁶. Si innesca così un ciclo complesso di evocazioni continue che riuniscono diverse polarità, costituendo contenuti espressivi che, di fatto, funzionano e significano allo stesso tempo, ritrovando la propria funzione nel significato e, viceversa, significando la propria funzione⁷. In essi sono racchiuse informazioni preziose e sensibili dell'eredità aziendale, con continui rimandi a persone, luoghi, competenze, tecniche e relazioni⁸. Inoltre, i sistemi di archiviazione tradizionali si confrontano oggi con un'incrementale accelerazione dello sviluppo e dell'applicazione delle nuove tecnologie digitali nel ripensare l'accesso e la fruizione del patrimonio di cultura tecnica e materiale degli archivi del sistema moda⁹. In questo contesto le tecnologie digitali, che tradizionalmente sono state utilizzate per velocizzare i processi di archiviazione e digitalizzazione di dati, offrono oggi nuove potenzialità, approcci e strumenti per la valorizzazione dei

4 Italo Calvino, "Il fischio del merlo," *Corriere della Sera*, August 10, 1975, ristampato in *Perché leggere i classici* (Milano: Oscar Mondadori, 1995), 16.

5 Chiara Colombi and Federica Vacca, "The Present Future in Fashion Design: The Archive as a Tool for Anticipation," *Zone Moda Journal* 6 (2016): 38–47.

6 Elio Lodolini, *Archivistica: Principi e problemi* (Milano: Franco Angeli, 1995).

7 Umberto Eco, *La struttura assente: Introduzione alla ricerca semiologica* (Milano: Bompiani, 1968).

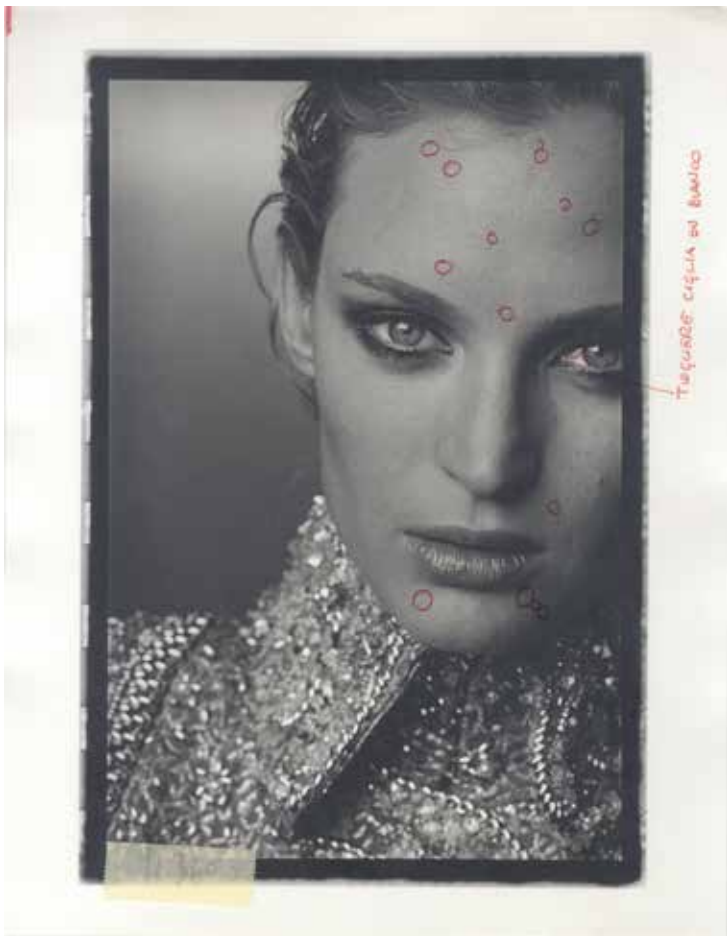
8 Federica Fornaciari, *Archiviare la moda: Evoluzioni di inizio millennio* (Milano: Pearson, 2022).

9 Marcella Martin and Federica Vacca, "Heritage Narratives in the Digital Era: How Digital Technologies Have Improved Approaches and Tools for Fashion Know-How, Traditions, and Memories," *Research Journal of Textile and Apparel* 22, no. 4 (2018): 335–351, <https://doi.org/10.1108/RJTA-02-2018-0015>.

patrimoni archivistici, nonché della conoscenza ad essi associata. Le collezioni si arricchiscono non solo della propria copia digitale, ma anche di ulteriori formati che – come le fotografie 360° o le repliche 3D – consentono una esplorazione più dinamica e interattiva dell’archivio stesso. Di conseguenza, queste tecnologie favoriscono nuovi approcci di studio e ricerca poiché, grazie all’alta risoluzione dei nuovi formati, creano nuove prospettive di visualizzazione di ciò che non è fisicamente presente nell’archivio, o persino troppo fragile per essere esposto¹⁰. Ogni artefatto d’archivio è quindi arricchito da metadati che lo connotano in un sistema di comprensione più ampio, descrivendone dettagliatamente contenuti, tecniche, caratteristiche e relazioni. Quello che emerge è il paradigma di “archivio aumentato” in cui ogni artefatto *reale* è dotato di approfondimenti immateriali e virtuali che amplificano il contesto da oggetto a processo e in cui la narrazione che ne scaturisce può essere letta attraverso un insieme di interpretazioni multidisciplinari, multidimensionali e multicanale¹¹.

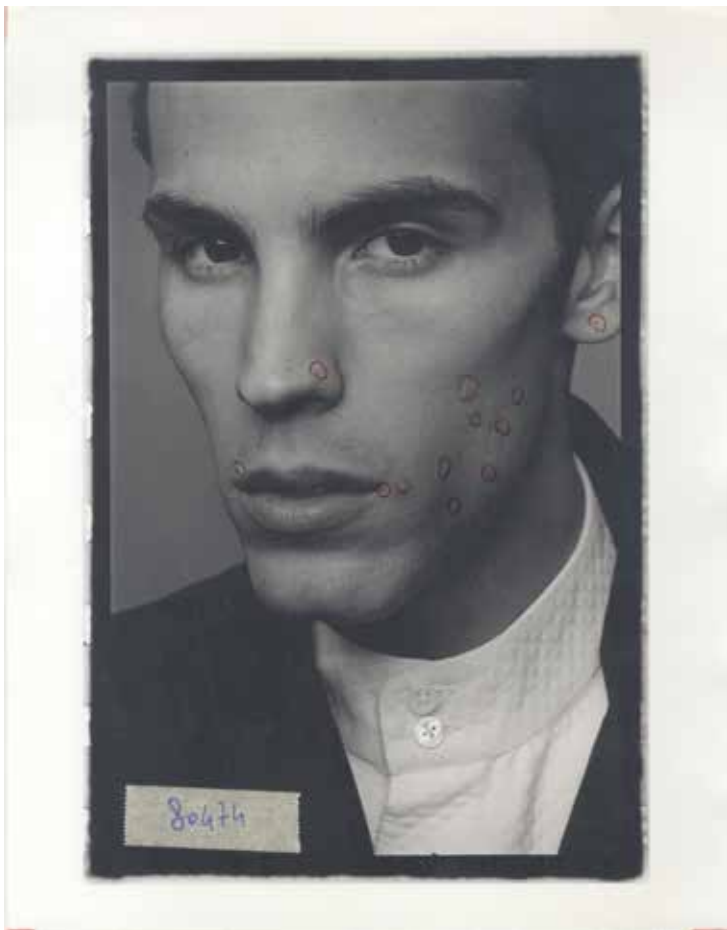
10 Esempio recente di questa tendenza è la mostra immersiva del MET Museum di New York intitolata “*Sleeping Beauties: Reawakening Fashion*” (maggio-settembre, 2024) che per la prima volta ha presentato circa 250 pezzi provenienti dalla collezione permanente del Costume Institute – alcuni dei quali raramente esposti perché eccessivamente fragili – secondo modalità allestitiva che sfruttano le nuove tecnologie digitali.

11 Gabriella Giannachi, *Archive Everything: Mapping the Everyday* (Boston: The MIT Press, 2016).



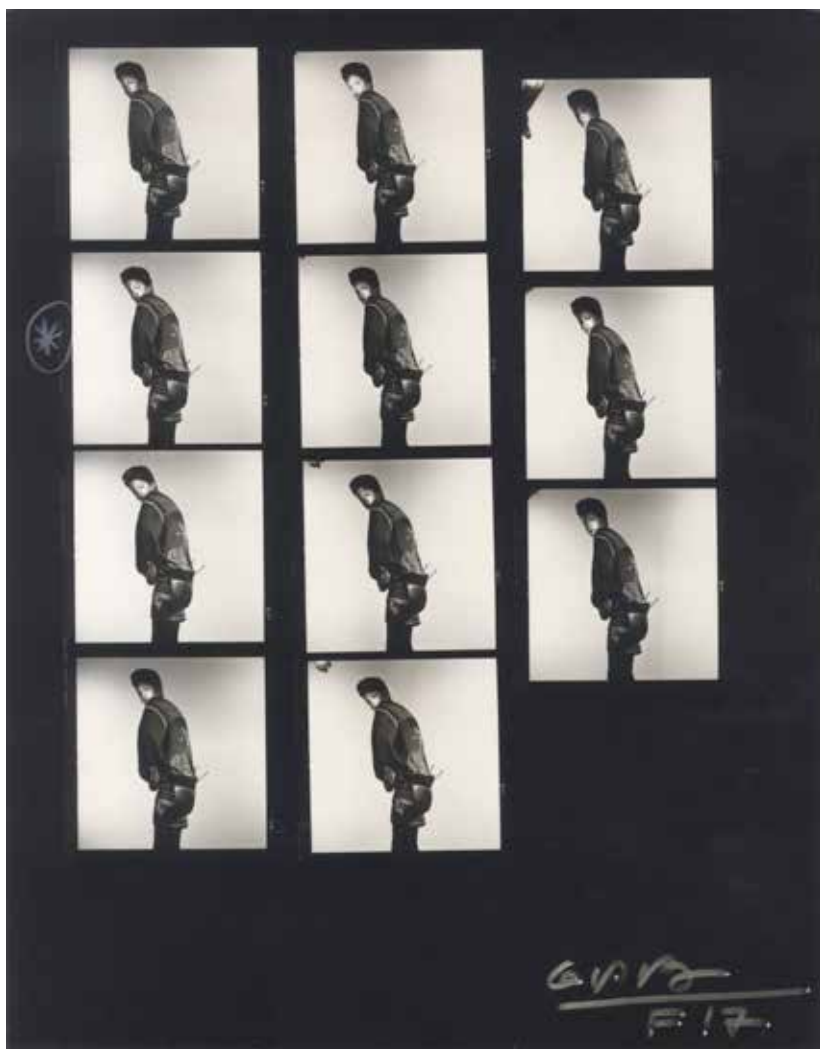
Ph. Peter Lindbergh
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 2001-02
Modella: Amy Wesson
Prova di stampa
con indicazioni di postproduzione

Ph. Peter Lindbergh
Ready-to-wear Fall/Winter 2001-02
Model: Amy Wesson
Print proof
with postproduction indications



Ph. Peter Lindbergh
Prêt-à-porter
Autunno/Inverno 2001-02
Modello: Scott Barnhill
Prova di stampa
con indicazioni di postproduzione

Ph. Peter Lindbergh
Ready-to-wear
Fall/Winter 2001-02
Model: Scott Barnhill
Print proof
with postproduction indications



Ph. Gian Paolo Barbieri
Prêt-à-porter
Autunno/Inverno 1981-82
Provini colore su carta fotografica

Ph. Gian Paolo Barbieri
Ready-to-wear
Fall/Winter 1981-82
Colour proofs on photographic
paper

Il fondo fotografico di advertising

In linea con quanto descritto finora, l'archivio del Centro di Ricerca Gianfranco Ferré donato dalla famiglia Ferré al Politecnico di Milano nel 2021, costituisce un esempio di grande rilievo. Prima di proprietà della Fondazione Gianfranco Ferré dal 2008, è stato dichiarato *d'interesse storico particolarmente importante* dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, Soprintendenza Archivistica e Bibliografica della Lombardia (2014) e custodisce il ricco patrimonio documentale e vestimentario prodotto dall'origine della società "Gianfranco Ferré" nel 1978, con l'aggiunta di documenti biografici e personali di Gianfranco Ferré dall'anno della sua nascita nel 1944, fino alla sua scomparsa nel 2007. Il fondo fotografico del Centro di Ricerca Gianfranco Ferré è stato costituito come parte integrante dell'archivio storico e conta circa 60.000 documenti tra analogici e digitali. È costituito da differenti sezioni, ognuna con una specifica natura. La prima, interessa le fotografie personali di Gianfranco Ferré (circa 2.500 record), ossia una selezione di scatti che ritraggono lo stilista durante la sua infanzia, il periodo universitario, i viaggi di lavoro e di piacere, o in compagnia di celebrità nel corso di eventi a cui ha partecipato. All'interno di questo fondo sono inoltre conservati i ritratti ufficiali di Gianfranco Ferré (circa 350 documenti) scattati nel corso della sua carriera. Una seconda sezione del fondo è, invece, costituita dalle foto di sfilata (circa 40.000 immagini) relative a tutte le collezioni Gianfranco Ferré Prêt-à-porter Donna e Uomo e Alta Moda e relative anche alle seconde linee, seguite da un migliaio di foto di *press release*¹². Un'ulteriore sezione del fondo fotografico comprende le fotografie (circa 800 documenti) di eventi e mostre organizzate dalla società Gianfranco Ferré. Queste rappresentano un importante esempio in termini di valorizzazione dell'eredità culturale dello stilista perché offrono l'accesso privilegiato alle attività di divulgazione su cui il designer spendeva parte del suo impegno, basti pensare alla meravigliosa

12 Le foto di *press release* sono quelle che l'Ufficio Stampa del marchio allegava al Comunicato Stampa per veicolare le anticipazioni riguardanti le presentazioni delle collezioni stagionali ai giornalisti più influenti e alle più importanti riviste di settore.

esposizione curata da Ferré alle Cappelle Medicee in occasione della Biennale di Firenze “Il Tempo e la Moda” del 1996. Ultima sezione del fondo fotografico e oggetto del presente capitolo e della mostra *Gianfranco Ferré dentro l'obiettivo*, è quella relativa all'advertising che con una totalità di circa 15.000 documenti rappresenta un incredibile patrimonio caratterizzato da immagini d'autore che uniscono l'approccio progettuale e creativo del designer con la visione e l'immaginario espressivo del fotografo con il fine di presentare la collezione con un preciso scopo commerciale. La sezione advertising è conservata all'interno della sede del Centro di Ricerca Gianfranco Ferré, e ordinata cronologicamente per collezione. I materiali sono stati suddivisi per tipologia e per fotografo e conservati all'interno di buste specifiche per l'archiviazione fotografica. La sezione include: 1.500 diapositive, 900 fotocolor e 500 serie di negativi, cui si aggiungono 5.000 stampe originali relative alle collezioni Ferré. Questi materiali sono quasi interamente digitalizzati. All'interno della sezione “Advertising” del database digitale si contano circa 13.000 documenti e comprendono: 3.800 stampe originali; 560 diapositive; 350 originali digitali caricati su CD; 290 fotocolor; 50 strisce di negativi; 180 prove di stampa; 100 prove di stampa impaginate con il logo Ferré; 5.500 scansioni di pagine di cataloghi commerciali; 1.020 scansioni di pagine di advertising su riviste; 600 documenti scaricati da social media che raffigurano foto di advertising Ferré. È importante precisare che la differenza quantitativa tra materiale digitalizzato e materiale fisico presente in archivio evidenzia un limite proprio dell'archivio fotografico e della sua conservazione: per determinati tipi di supporti – come diapositive, negativi e fotocolor – servono scanner settoriali estremamente specifici rispetto a quelli utilizzabili per le stampe e questo rende sempre più complesso il processo di acquisizione digitale di alcune tipologie di artefatti. Inoltre, negli anni di operatività della ex-Fondazione, ora Centro di Ricerca, è stata data la precedenza alla digitalizzazione dei materiali relativi alle foto di prima linea, con l'intenzione di arrivare poi negli anni ad aggiungere e digitalizzare qualsiasi documento presente in archivio. A guidare

quindi la catalogazione sono state le collezioni Prêt-à-porter Donna e Uomo e i relativi cataloghi commerciali; a seguire sono state catalogate le sei collezioni di Alta Moda, per poi completare le annate con le seconde linee firmate da Gianfranco Ferré. Come introdotto nel paragrafo precedente, il valore intrinseco della sezione del fondo risiede nella comprensione delle logiche con cui le campagne di advertising venivano progettate e concepite negli anni di operatività di Ferré. Per la commercializzazione di ognuna di queste collezioni il brand investiva risorse economiche, creative e lavorative nella realizzazione di una campagna pubblicitaria, che era co-progettata dallo stilista insieme ai fotografi. Campagna dopo campagna, questi autori hanno costruito immaginari e scattato serie fotografiche oggi diventate fondamentali testimonianze espressive di alcuni tra i più importanti maestri della fotografia di moda internazionale. Per quanto riguarda l'archivio Ferré è opportuno menzionare: Gian Paolo Barbieri, Guy Bourdin, Michel Comte, Patrick Demarchelier, Peter Lindbergh, Steven Meisel, Bettina Rheims e Herb Ritts, tra i protagonisti di questa mostra, ma anche Albert Watson, Aldo Fallai, Aldo Rossi, Arthur Elgort, Bruce Weber, Bruno Barbazan, David Sims, Don Cunningham, Ellen von Unwerth, Fabrizio Ferri, Flavio Bonetti, François Lamy, Giovanni Gastel, Hans Feurer, Jackie Nickerson, James White, Lee Jenkins, Luca Babini, Luigi Cassinelli, Marco Marezza, Mario Testino, Michelangelo di Battista, Nadir, Philippe Cometti, Piero Gemelli, Regan Cameron, Robert Erdmann, Stefano Babic, Stefano Pandini, Ignazio Parravicini, Stéphane Sednaoui, Steven Klein, Tyen, Webb, e tra i fotografi di sfilata Aldo Castoldi, Graziano Ferrari, Graziella Vigo, Alfredo Albertone, Maria Cristina Vimercati, e tanti altri. Il dialogo tra stilista e fotografo iniziava dalla selezione che Ferré faceva sui look più rappresentativi della collezione, che poi venivano presentati al fotografo per essere reinterpretati attraverso il suo personale sguardo. La scelta del fotografo non è mai stata casuale ma un'attenta e motivata decisione basata sulla capacità di tradurre la visione del brand e lo spirito della collezione in immagini di grande fascinazione e forte impatto visivo. È proprio da questo

processo sinergico che deriva l'essenza multiforme dell'archivio di advertising. Per tutte le collezioni si parte da una serie di scatti per ogni look scelto, sviluppati come negativi in bianco e nero e a colori o come diapositive di diversi formati e utilizzati per la selezione iniziale, che generava automaticamente una "prima scelta" e una "seconda scelta" puramente estetica e qualitativa. Venivano poi eseguite delle prove di stampa, che erano ulteriormente scremate per arrivare alla scelta di uno scatto "definitivo", che sarebbe poi finito nel catalogo commerciale di quella collezione, o inviato alle testate di moda per essere pubblicato nelle riviste di settore. Questo iter produttivo è da considerarsi rappresentative delle modalità di produzione degli anni Ottanta e Novanta, anni antecedenti all'avvento della fotografia digitale ad alta qualità¹³. Conseguenza inevitabile di questo processo è la produzione di una serie di materiali di "scarto", ossia di materiali non utilizzati per la campagna pubblicitaria. Per un archivio di un brand di moda come quello di Gianfranco Ferré la conservazione di una tale moltitudine di materiali si rivela estremamente importante in ottica di registro storico per quello che è stato prodotto per una determinata collezione¹⁴. Le foto di pubblicità possono infatti dare visioni multiple e alternative di un modello indossato, mostrando come tale creazione si comporta in relazione al corpo e in un contesto differente rispetto a quello della sfilata. Questi materiali risultano quindi essere dei resti di produzione che – se non fossero catalogati in archivio come testimonianza di una lunga e accurata pratica progettuale – andrebbero eliminati perché ritenuti di minore importanza. Questa visione effimera dell'archivio fotografico è allineata alla definizione di "*fashion remains*" che Marco Pecorari introduce nel suo libro dedicato ai *fashion ephemera*¹⁵, ossia i molteplici materiali di comunicazione prodotti dalle case di moda per promuovere una collezione. Nel libro, Pecorari propone di riferirsi a

13 Roland Barthes, *La camera chiara: Nota sulla fotografia* (Torino: Einaudi, 1980).

14 Marlène Van de Castele, "La photographie de mode, une image plurielle," in *Histoires de photographie: Collections du musée des Arts décoratifs* (Paris: Editions MAD, 2021) : 210.

15 Si identificano come *fashion ephemera* tutti quegli oggetti o documenti (come inviti, comunicati stampa, cataloghi, lookbook, lettere, documenti interni) pensati per svolgere una specifica funzione e che verrebbero normalmente gettati una volta adempito al loro scopo iniziale.

questi oggetti come *remains*, per l'appunto, con un doppio significato: in primo luogo, usando "resti" come sostantivo, "per suggerire che la moda non resta solo sotto forma di abiti o accessori, ma anche in altre forme materiali"¹⁶, sottolineando quindi l'importanza della preservazione e della valorizzazione di materiali *altri* rispetto agli abiti, che sarebbero altrimenti scartati per la loro natura effimera. In secondo luogo, *remains* è usato come verbo, rileggendo il titolo come "la moda resta", "per sottolineare come la moda, i suoi attori e le sue pratiche immateriali, rimangano metaforicamente nei documenti effimeri della moda", pertanto indispensabili per tracciare una più esaustiva evoluzione della storia della moda stessa¹⁷. Non si può quindi negare la natura effimera che i materiali del fondo fotografico assumono dal momento della loro produzione. Nascono con uno scopo commerciale e permangono in archivio come veri e propri resti di un modo di lavorare e di una produzione tipica del loro tempo¹⁸. Questi materiali d'archivio riflettono inoltre anche la natura temporanea della moda stessa, evidente sia nel legame con la stagionalità che nella quantità di materiale e di supporti prodotti, la quantità di lavoro fisico e creativo, la collettività dei vari attori coinvolti in uno *shooting*, tutto per il fine ultimo della campagna pubblicitaria, che durerà al massimo una stagione. Nell'archivio invece, sopravvivono come resti e testimoni di tutti questi processi, del contesto dietro alla realizzazione di una fotografia di moda, oltre che come evidenze degli abiti che ritraggono. Il fondo fotografico Ferré è arricchito da queste dinamiche immateriali che, se opportunamente ricercate e studiate, permettono molteplici interpretazioni e visioni sul sistema moda nella sua complessità. In primo luogo, gli *ephemera* fotografici restituiscono la storia creativa di Gianfranco Ferré come progettista, andando a delineare lo stile e l'attitudine della donna che indossava le sue collezioni. In secondo luogo, tracciano la crescita artistica dei fotografi che hanno maggiormente collaborato con Ferré, permettendo uno studio

16 Marco Pecorari, *Fashion Remains: Rethinking Ephemera in the Archive* (London: Bloomsbury, 2021): 22.

17 Ibid.

18 Marlène Van de Castele, "Archiving Fashion Photography," in *Archivio Magazine* 9 (2023): 196.

approfondito del loro linguaggio espressivo, delle scelte compositive, delle tecniche fotografiche e delle sperimentazioni che hanno applicato collezione dopo collezione, sancendo così importanti e uniche collaborazioni progettuali. Infine, le collezioni fotografiche conservate nell'archivio Ferré, permettono di rintracciare testimonianze visive significative dell'evoluzione di stili, identità e influenze culturali del settore. Sono sinonimo di cambiamento del linguaggio produttivo e comunicativo della moda, legato ad una conseguente evoluzione di costumi e interessi della società del proprio tempo¹⁹.

19 Maria Luisa Frisa, "Introduzione", in *Italian Eyes* (Venezia: Charta, 2005): 3.



Ph. Gian Paolo Barbieri
Prêt-à-porter
Autunno/Inverno 1981-82
Negativi su carta fotografica

Ph. Gian Paolo Barbieri
Ready-to-wear
Fall/Winter 1981-82
Negatives on photographic paper



Esporre l'archivio

La rinnovata attenzione verso gli archivi e il patrimonio culturale della moda ha favorito il ripensamento, da parte dei principali musei pubblici della moda mondiali, del proprio archivio, sia vestimentario che documentale, in ottica espositiva²⁰. Come sottolinea Sylvie Lecallier, curatrice responsabile della collezione fotografica del Palais Galliera, Museo della Moda della Città di Parigi, l'eterogeneità dei materiali presenti in un fondo fotografico di un museo è strettamente legata alle modalità produttive della fotografia stessa e dalla loro la natura effimera intrinseca: "Collezionare fotografia in un museo della moda significa interessarsi a un'ampia gamma di oggetti spesso effimeri. Dalla fine del XIX secolo, questi oggetti sono stati testimoni della produzione, distribuzione e ricezione della moda e il loro status si è costantemente evoluto"²¹. Questa varietà di oggetti è quindi fondamentale per un'istituzione museale in ottica archivistica, perché permette la preservazione dell'heritage tangibile per le generazioni future e, con esso, la conseguente testimonianza di un modo di lavorare e di approcciarsi alla comunicazione e promozione di una collezione di moda, parte del patrimonio intangibile dei materiali. Il concetto di "heritage intangibile" è esplicitato da Laurajane Smith nel volume *Uses of Heritage*, dove la studiosa afferma che "tutto l'heritage è intangibile. [...] Ciò che rende le cose preziose e significative - ciò che le rende 'heritage'[...] - sono i processi e le attività culturali attuali che si svolgono su di esse e intorno ad esse, e di cui diventano parte"²². Nello specifico, il valore intangibile dell'archivio del Centro di Ricerca è reso particolarmente evidente dai materiali conservati all'interno del fondo fotografico. Sebbene questi oggetti siano stati riconosciuti d'interesse storico particolarmente importante da istituzioni politiche e culturali italiane, ciò che li rende patrimonio effettivo sono le

20 Nel 2021 due dei più importanti musei di moda del mondo, il Palais Galliera di Parigi e il MoMu di Anversa, hanno riaperto le porte post-pandemia con una prima iterazione della propria collezione permanente, rivalorizzando il proprio archivio e patrimonio culturale in ottica espositiva.

21 Sylvie Lecallier, "Photographie," in *Une histoire de la mode au Palais Galliera* (Paris: Paris Musées, 2021): 123.

22 Laurajane Smith, *Uses of Heritage* (London: Routledge, 2006): 3.

susseguenti attivazioni, ricerche e progetti che il Centro di Ricerca organizza e porta avanti a partire dalla sua istituzione e ancor prima dal lavoro della Fondazione Gianfranco Ferré. Nello specifico, la mostra *Gianfranco Ferré dentro l'obiettivo* costituisce la prima vera attivazione del fondo fotografico Ferré, raccontandone le potenzialità di ricerca, di narrazioni e di prospettive. Attraverso una approfondita ricerca d'archivio, è stato chiaro fin da subito come i materiali in esso preservati (tra scatti di prima scelta e altri supporti effimeri), potessero non solo dare testimonianza della visione creativa di Gianfranco Ferré in quanto designer, ma anche approfondire la sinergica relazione professionale instaurata dallo stilista con alcuni tra i più importanti fotografi moda. L'autrice Marlène Van de Castele ha dedicato la sua ricerca dottorale allo studio della fotografia di moda attraverso i materiali di *making-of*, sostenendo che questi materiali possono rivelare meccanismi interni dell'industria della moda: i processi creativi, le reti e le gerarchie, le procedure di circolazione e i processi istituzionali coinvolti nella creazione di valore culturale²³. Una sorta di accesso privilegiato ad anni di distanza al *backstage* della produzione fotografica, che vede la fotografia di moda come un vero e proprio lavoro di squadra tra designer, fotografo, direttore artistico, *make-up artist*, *hair stylist*, modelli, tecnici e molti altri, in cui tra i due autori – designer e fotografo – si instaura un processo di co-dipendenza. Da sottolineare poi il ruolo fondamentale dell'ufficio di comunicazione e marketing nell'intero ciclo della produzione della campagna pubblicitaria. Il fotografo infatti deve guardare al soggetto in ottica di esaltazione dell'abito – e del corpo che lo indossa – per rendere giustizia all'idea originaria del designer, mentre il designer dipende in maniera quasi totale dall'interpretazione del fotografo in quanto sarà quella l'immagine della sua collezione che arriverà al pubblico²⁴. Se quindi archiviare questi documenti fotografici significa portare avanti delle testimonianze e dei linguaggi tipici di un

23 Marlène Van de Castele, *Le Making of de la Photographie de Mode (1932–2017): Culture Matérielle, Instance Collective, Image Plurielle* (PhD diss., Université de Lyon 2 Lumière, 2019).

24 Claudio Marra, "The Fashion of Photography", in *Italian Eyes*, (Venezia: Charta, 2005): 82.

determinato tempo, decidere di esporre il *making-of* della fotografia di moda significa anche esplicitare e mettere sotto i riflettori tutte queste dinamiche intrinseche che esistono a prescindere dal documento, ma che si materializzano fisicamente in esso. Il grande potere delle immagini di moda è quello di suscitare reazioni emotive profonde in chi le osserva poiché rappresentazione e testimonianza del proprio tempo²⁵. Nonostante ciò, molto spesso la fotografia di moda ha fatto fatica ad affermarsi in quanto genere artistico e d'espressione per il suo legame inscindibile con le richieste dell'industria, strettamente legate alla commercializzazione di un prodotto²⁶, e per la natura temporanea di queste richieste. Tuttavia, riconoscere nella fotografia di moda le caratteristiche effimere della sua identità non va a intaccare in alcun modo la valenza creativa di tali immagini, quanto piuttosto la arricchisce di ulteriori narrazioni e valori strettamente collegati al processo che ha portato a crearle. Esporre ed esplorare i materiali di produzione di una campagna pubblicitaria vuol dire quindi esplicitarne le dinamiche, permettendo una visione dello scatto come vera e propria collaborazione artistica e creativa e arricchendo ogni documento di un patrimonio immateriale che trascende l'oggetto in sé. Automaticamente quindi, l'immagine inizialmente effimera diventa testimonianza di un'autorialità multipla, che da un lato interpreta e rappresenta l'identità dei suoi creatori e dall'altro contribuisce a tracciare una storia della cultura contemporanea, di cui fotografia e moda, nelle loro relazioni e rimandi, sono espressioni fondamentali.

25 Susan Sontag, *Sulla fotografia* (Milano: Einaudi, 2004).

26 Walter Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica* (Torino: Einaudi, 1966).





Ph. Herb Ritts
Alta Moda Autunno/Inverno 1987-88
Strisce di diapositive

Ph. Herb Ritts
Haute Couture Fall/Winter 1987-88
Slides strips

THE PHOTOGRAPHIC ARCHIVE
OF THE GIANFRANCO FERRÉ
RESEARCH CENTER

Federica Vacca e Ilaria Trame

Historically, the term *archive* carries multiple meanings. On one hand, it represents the *impossible* collection of memories, documents, and objects that bear witness to a history, an identity, or knowledge¹. On the other hand, it refers to the physical or virtual space in which knowledge is stored, hidden, and preserved. Whether accessible or not, it represents the cultural heritage of the past for the present. In contemporary society, the act of archiving manifests itself as a primary need to preserve the memories of an individual or the history of a social group, institution, or business². Although the verb “to archive” can have a negative connotation, meaning “to set aside”, this does not imply forgetting. In fact, preserving memories, whether fragile or intangible, implies recognizing the archive as a device of meta-knowledge: a complex system of classification and taxonomic rules that organizes and makes accessible the unique and irreplaceable cultural capital of a specific person, but also of a larger collection or fund³. In the most contemporary connotation,

the archive is not just a simple accumulation of documents but a critical tool capable of regenerating the usual logic of preservation, use and dissemination of knowledge. It is a cognitive mediator to rethink and redefine memory, making the documents stored in it rich in meaning and value, ready to be revisited in continuous interpretations. As Italo Calvino asserts, “memory really counts – for individuals, for communities, for civilizations – only if it holds together the imprint of the past and the project of the future, if it allows us to do without forgetting what we wanted to do, to become without ceasing to be, to be without ceasing to become”⁴. In this context, archives are particularly significant in the fashion industry and become a cognitive tool. The heterogeneous nature of the valuable cultural heritage preserved – consisting of sketches, garments, documents, prototypes, photographs, and material folders – generates a plurality of relationships and meanings that serve as a resource for understanding the historical, social and cultural aspects of the sector⁵. Each archival element narrates a specific phase of a more complex creative and production process, and the value of the related documents and

1 Costantino Baldacci, *Archivi impossibili. Un'ossessione dell'arte contemporanea* (Monza: Johan & Levi Editore, 2016).

2 Maria Benedetta Bertini, “La memoria archivistica,” in *I custodi della memoria. L'edilizia archivistica italiana statale del XX secolo*, ed. Maria Benedetta Bertini and Vincenza Petrilli (Santarcangelo di Romagna: Maggioli, 2014), 33–39.

3 David Throsby, “Cultural Capital”, *Journal of Cultural Economics* 23, no. 1 (1999): 3–12.

4 Italo Calvino, “Il fischio del merlo,” *Corriere della Sera*, August 10, 1975, ristampato in *Perché leggere i classici* (Milano: Oscar Mondadori, 1995), 16.

5 Chiara Colombi and Federica Vacca, “The Present Future in Fashion Design: The Archive as a Tool for Anticipation,” *Zone Moda Journal* 6 (2016): 38–47.

artefacts lies in the construction of relationships between the various archival objects in their tangible and intangible dimensions, and not as much in the worth of the individual object when decontextualised⁶. This initiates a complex cycle of continuous evocations that bring together different polarities, creating expressive content that both functions and signifies at the same time, rediscovering its purpose in its meaning, and conversely, signifying its purpose⁷. Archives encapsulate precious and sensitive information about corporate heritage, continuously referencing people, places, skills, techniques and relationships⁸. Moreover, traditional archiving systems are now engaging with the increasing acceleration in the development and application of new digital technologies, rethinking access to and use of the technical and material cultural heritage within archives for the fashion system⁹. In this context nowadays, digital technologies, traditionally employed to streamline archiving and data digitisation processes, offer new possibilities, approaches, and tools

for enhancing archival heritage and the knowledge associated with it. Collections are enriched not only by their digital copies but also by additional formats – such as 360° photographs or 3D replicas – which enable a more dynamic and interactive exploration of the archives themselves. As a result, these technologies foster new approaches to study and research, as the high resolution of these new formats creates fresh visualisation perspectives of items that are not physically present in the archive or are even too fragile to be displayed¹⁰. Each archival artefact is thus enriched with metadata that situates it within a broader system of understanding, offering detailed descriptions of its content, techniques, characteristics and relationships. What emerges is the paradigm of the “augmented archive” in which every physical artefact is complemented by intangible and virtual insights that amplify its context from object to process. The resulting narrative can then be interpreted through a set of multidisciplinary, multidimensional and multichannel perspectives¹¹.

6 Elio Lodolini, *Archivistica: Principi e problemi* (Milano: Franco Angeli, 1995).

7 Umberto Eco, *La struttura assente: Introduzione alla ricerca semiologica* (Milano: Bompiani, 1968).

8 Federica Fornaciari, *Archiviare la moda: Evoluzioni di inizio millennio* (Milano: Pearson, 2022).

9 Marcella Martin and Federica Vacca, “Heritage Narratives in the Digital Era: How Digital Technologies Have Improved Approaches and Tools for Fashion Know-How, Traditions, and Memories,” *Research Journal of Textile and Apparel* 22, no. 4 (2018): 335–351, <https://doi.org/10.1108/RJTA-02-2018-0015>.

10 A recent example of this trend is the immersive exhibition at the MET Museum in New York titled *Sleeping Beauties: Reawakening Fashion* (May–September 2024), which for the first time showcased approximately 250 pieces from the permanent collection of the Costume Institute – some of which are rarely displayed due to their extreme fragility – through exhibition methods that leverage new digital technologies.

11 Gabriella Giannachi, *Archive Everything: Mapping the Everyday* (Boston: The MIT Press, 2016).

The advertising photographic archive

In line with what has been described so far, the archive of the Gianfranco Ferré Research Center, donated by the Ferré family to the Politecnico di Milano in 2021, represents a highly significant example. Previously owned by the Gianfranco Ferré Foundation since 2008, it was declared of *particularly important historical interest* by the Italian Ministry of Cultural Heritage and Activities, through the Archival and Bibliographic Superintendence of Lombardy (2014). The archive preserves the extensive documentary and fashion heritage produced since the founding of the “Gianfranco Ferré” company in 1978, alongside biographical and personal documents of Gianfranco Ferré from his birth in 1944 to his passing in 2007. The photographic collection of the Gianfranco Ferré Research Center is an integral part of the historical archive, and it includes approximately 60.000 documents, both analogic and digital. It is organised into different sections, each with a specific nature. The first section comprises Gianfranco Ferré’s personal photographs (around 2.500 records), a selection of images capturing the designer during his childhood, university years, work and leisure travels, or in the company of celebrities at events he attended. This collection also includes several official portraits of Gianfranco Ferré (approximately 350 documents) taken throughout his career. A

second section consists of runway photographs (around 40.000 images) covering all Gianfranco Ferré’s collections, including Women’s and Men’s Prêt-à-porter, Haute Couture, and second lines, along with around a thousand press release photos¹². Another section of the photographic collection includes images (around 800 documents) of events and exhibitions organised by the Gianfranco Ferré company. These represent a significant example of the designer’s cultural heritage, as they offer privileged access to the dissemination activities in which Ferré invested part of his efforts. A notable instance is the stunning exhibition curated by Ferré at the Medici Chapels during the Florence Biennale *Il Tempo e la Moda* in 1996. The final section of the photographic collection, and the focus of this chapter and the exhibition *Gianfranco Ferré dentro l’obiettivo (within the lens)*, pertains to advertising. This section, comprising approximately 15.000 documents, represents an incredible heritage of authorial images that merge the designer’s creative and conceptual approach with the photographer’s vision and expressive imagination, with the aim of presenting the collection for a specific commercial purpose. The advertising section is housed at the Gianfranco Ferré Research Center and is organised chronologically by collection. The materials are classified by type and photographer, stored in specific envelopes for photographic archiving. The section

12 The press release photographs are those attached by the brand’s Press Office to the Press Statements to provide previews of the seasonal collection presentations to the most influential journalists and the leading industry magazines.

includes 1.500 slides, 900 colour transparencies, 500 sets of negatives, and 5.000 original prints related to Ferré's collections. These materials are almost entirely digitised. The "Advertising" section of the digital database contains approximately 13.000 documents, including: 3.800 original prints; 560 slides; 350 digital originals uploaded on CDs; 290 colour transparencies; 50 strips of negatives; 180 print proofs; 100 paginated print proofs with the Ferré logo; 5.500 scans of commercial catalogue pages; 1.020 scans of advertising pages from magazines; 600 documents downloaded from social media showcasing Ferré advertising photographs. It is worth noting that the quantitative difference between digitised material and physical material in the archive highlights a key limitation of the photographic archive and its preservation. Certain types of media – such as slides, negatives, and colour transparencies – require highly specialised scanners compared to those suitable for prints, making the digitisation process increasingly complex for some artefact types. Additionally, during the operational years of the former Foundation, now Research Center, priority was given to digitising materials related to main line collections, with the intention of subsequently digitising all documents in the archive. The cataloguing efforts initially focused on the Women's and Men's Prêt-à-porter collections and their commercial catalogues. These were followed by the six Haute Couture collections and later completed with the second-line collections designed by Gianfranco Ferré.

As introduced in the previous paragraph, the intrinsic value of this section of the archive lies in understanding the logic behind how advertising campaigns were designed and conceived during Ferré's years of operation. For the marketing of each collection, the brand invested financial, creative resources and workforce resources in creating an advertising campaign, which was co-designed by the designer and the photographers. Campaign after campaign, these authors constructed visual worlds and captured photographic series that have since become key expressive testimonies of some of the most important masters of international fashion photography. Regarding the Ferré archive, it is important to mention: Gian Paolo Barbieri, Guy Bourdin, Michel Comte, Patrick Demarchelier, Peter Lindbergh, Steven Meisel, Bettina Rheims and Herb Ritts, who are featured in this exhibition, as well as Albert Watson, Aldo Fallai, Aldo Rossi, Arthur Elgort, Bruce Weber, Bruno Barbazan, David Sims, Don Cunningham, Ellen von Unwerth, Fabrizio Ferri, Flavio Bonetti, François Lamy, Giovanni Gastel, Hans Feurer, Jackie Nickerson, James White, Lee Jenkins, Luca Babin, Luigi Cassinelli, Marco Marezza, Mario Testino, Michelangelo di Battista, Nadir, Philippe Cometti, Piero Gemelli, Regan Cameron, Robert Erdmann, Stefano Babic, Stefano Pandini, Ignazio Parravicini, Stéphane Sednaoui, Steven Klein, Tyen, Webb, and among the catwalk photographers, Aldo Castoldi, Graziano Ferrari, Graziella Vigo, Alfredo Albertone, Maria Cristina Vimercati, and many others. The dialogue between

the designer and the photographer began with the selection Ferré made of the most representative looks from the collection. These were then presented to the photographer to be reinterpreted through their personal lens. The choice of photographer was never random but a careful and deliberate decision, based on their ability to translate the brand's vision and the spirit of the collection into captivating, visually impactful images. It is from this synergistic process that the multifaceted essence of the advertising archive arises. For all collections, a series of shots was taken for each chosen look, developed as black and white and colour negatives or as slides in various formats. These were used in the initial selection, which automatically generated a "first choice" and a "second choice" based purely on aesthetic and qualitative considerations. Print proofs were then made and further refined to arrive at the selection of a "final shot", which would later appear in the commercial catalogue for that collection or were sent to fashion magazines for publication in industry magazines. This production process should be considered representative of the methods used in the Eighties and Nineties, years before the advent of high-quality digital photography¹³. An inevitable consequence of this process is the production of a series of "waste" materials, that is,

materials not used in the advertising campaign. For a fashion brand archive such as that of Gianfranco Ferré, the preservation of such a multitude of materials is extremely important from a historical record perspective for what was produced for a specific collection¹⁴. Advertising photographs, in fact, can offer multiple and alternative views of a worn garment, showing how the creation behaves in relation to the body and in a different context from that of the catwalk. These materials therefore represent production remnants that – if not catalogued in the archive as a testimony to a long and meticulous design process – would otherwise be discarded as they are considered of less importance. This ephemeral view of the photographic archive aligns with the definition of "fashion remains" introduced by Marco Pecorari in his book dedicated to fashion ephemera¹⁵, that is, the various communication materials produced by fashion houses to promote a collection. In the book, Pecorari suggests referring to these objects as remains, with a double meaning: first, using "remains" as a noun "to suggest that fashion does not only remain in the shape of garments or accessories, but also in other material forms"¹⁶ thus highlighting the importance of preserving and valuing materials other than simply clothing, which would otherwise be discarded

13 Roland Barthes, *La camera chiara: Nota sulla fotografia* (Torino: Einaudi, 1980).

14 Marlène Van de Castele, "La photographie de mode, une image plurielle," in *Histoires de photographie: Collections du musée des Arts décoratifs* (Paris: Editions MAD, 2021) : 210.

15 The definition of fashion ephemera refers to all those objects or documents (such as invitations, press releases, catalogues, lookbooks, letters, internal documents) created to serve a specific function and that would typically be discarded once their initial purpose has been fulfilled.

16 Marco Pecorari, *Fashion Remains: Rethinking Ephemera in the Archive* (London: Bloomsbury, 2021): 22.

due to their ephemeral nature. Secondly, remains is used as a verb, “in order to stress how fashion, its actors and its immaterial practices, metaphorically *remain* in fashion ephemera”¹⁷ thus being essential for tracing a more comprehensive evolution of fashion history itself. It cannot be denied that the materials in the photographic archive assume an ephemeral nature from the moment of their production. They are have been created with a commercial purpose and remain in the archive as true remnants of a working method and production typical of their time¹⁸. These archival materials also reflect the temporary nature of fashion itself, evident both in its connection to seasonality as well as in the quantity of material and supports produced, the physical and creative labour involved, and the collective of various individuals engaged in a shoot, all for the ultimate purpose of the advertising campaign, which will last one season at most. In the archive, however, they survive as remnants and witnesses to all these processes, to the context behind the creation of a fashion photograph, as well as being evidence of the garments they portray. The Ferré photographic archive is enriched by these immaterial dynamics which, if properly researched and studied, offer multiple interpretations and insights into the fashion system in its complexity. First of all,

the photographic ephemera provide a creative history of Gianfranco Ferré as a designer, outlining the style and attitude of the woman who wore his collections. Secondly, they trace the artistic growth of the photographers who most collaborated with Ferré, allowing for an in-depth study of their expressive language, compositional choices, photographic techniques, and the experiments they applied collection after collection, thus cementing important and unique design collaborations. Finally, the photographic collections preserved in the Ferré archive provide significant visual testimonies of the evolution of styles, identities, and cultural influences within the industry. They are synonymous with the change in the productive and communicative language of fashion, linked to a consequent evolution of customs and interests in the society of their time¹⁹.

Exhibiting the archive

The renewed attention towards fashion archives and cultural heritage has prompted major public fashion museums worldwide to rethink their archival collections, both clothing and documentary, from an exhibition perspective²⁰. As Sylvie Lecallier – the curator responsible for the photographic collection at the Palais Galliera, Fashion Museum of the City of Paris – points out, the heterogeneity of materials in

17 Pecorari, 2021.

18 Marlène Van de Castele, “Archiving Fashion Photography,” in *Archivio Magazine* 9 (2023): 196.

19 Maria Luisa Frisa, “Introduzione”, in *Italian Eyes* (Venezia: Charta, 2005): 3.

20 In 2021, two of the world’s most important fashion museums, the Palais Galliera in Paris and MoMu in Antwerp, reopened their doors post-pandemic with a first iteration of their permanent collections, reimagining their archives and cultural heritage from an exhibition perspective.

a museum's photographic archive is closely linked to the production methods of photography itself and its intrinsic ephemeral nature: "Collecting photography in a fashion museum means engaging with a wide range of objects, often ephemeral. Since the end of the 19th century, these objects have witnessed the production, distribution, and reception of fashion, and their status has continuously evolved"²¹. This variety of objects is therefore crucial for a museum institution from an archival perspective, as it allows the preservation of tangible heritage for future generations and, with it, the resulting testimony of the methods and approaches used in communicating and promoting a fashion collection, which is part of the intangible heritage of materials. This concept of "intangible heritage" is explained by Laurajane Smith in her volume *Uses of Heritage*, where the scholar states that "all heritage is intangible. [...] What makes things valuable and meaningful – what makes them 'heritage' [...] – are the present-day cultural processes and activities that are undertaken at and around them, and of which they become a part"²². Specifically, the intangible value of the Research Center's archive is particularly evident in the materials preserved within the photographic collection. Although these objects have been recognised as historically significant by Italian political and cultural institutions, what makes them *heritage* are the subsequent

activations, research and projects that the Research Center has organised and continued since its establishment, and even earlier, through the work of the Gianfranco Ferré Foundation. In particular, the exhibition *Gianfranco Ferré dentro l'obiettivo (within the lens)* represents the first true activation of the Ferré photographic collection, showcasing its research potential, narratives and perspectives. Through extensive archival research, it became clear that the materials preserved within the archive (ranging from chosen shots to other ephemeral media) not only provide testimony to Gianfranco Ferré's creative vision as a designer, but also offer insight into the synergistic professional relationship the designer established with some of the most important fashion photographers. The author Marlène Van de Castele devoted her doctoral research to the study of fashion photography through *making-of* materials, arguing that these materials can reveal mechanisms that are usually only internal to fashion industry practitioners: the creative processes, networks and hierarchies, circulation procedures, and institutional processes involved in the creation of cultural value²³. Years later, it offers a sort of privileged access to the backstage of photographic production, seeing fashion photography as a true team effort between designer, photographer, art director, make-up artist, hair stylist, models, technicians,

21 Sylvie Lecallier, "Photographie," in *Une histoire de la mode au Palais Galliera* (Paris: Paris Musées, 2021): 123.

22 Laurajane Smith, *Uses of Heritage* (London: Routledge, 2006): 3.

23 Marlène Van de Castele, *Le Making of de la Photographie de Mode (1932–2017): Culture Matérielle, Instance Collective, Image Plurielle* (PhD diss., Université de Lyon 2 Lumière, 2019).

and many others, while developing a co-dependence between the two main authors – the designer and the photographer. It is also important to highlight the fundamental role of the communication and marketing office throughout the entire cycle of the advertising campaign's production. The photographer, in fact, must approach the subject with the aim of enhancing the garment – and the body that wears it – while paying justice to the designer's original idea. On the other hand, the designer is almost entirely dependent on the photographer's interpretation, since those shots will be the only image of the collection which reaches the public²⁴. While archiving these photographic documents means preserving testimonies and languages typical of a specific time, deciding to exhibit the making-of of fashion photography intends to explicitly showcase and bring to light all these intrinsic dynamics that exist beyond the document, and are yet physically materialised within it. The great power of fashion images lies in their ability to provoke deep emotional reactions in those who view them, as they are both representations and testimonies

of their time²⁵. However, fashion photography has often struggled to establish itself as an artistic and expressive genre due to its inextricable connection with the demands of the industry, closely tied to the commercialisation of a product²⁶, and the temporary nature of these demands. Nevertheless, recognising the ephemeral characteristics of fashion photography's identity does not undermine the creative value of these images; rather, it enriches them with additional narratives and values closely linked to the process that led to their creation. Exhibiting and exploring the production materials of an advertising campaign thus means making these dynamics explicit, offering a view of the photograph as a true artistic and creative collaboration, and enriching each document with an intangible heritage that transcends the object itself. The initially ephemeral image becomes a testimony of multiple authorship, simultaneously interpreting and reflecting the identity of its creators while contributing to the history of contemporary culture, where the interplay between photography and fashion serves as a fundamental expression.

24 Claudio Marra, "The Fashion of Photography", in *Italian Eyes*, (Venezia: Charta, 2005): 82.

25 Susan Sontag, *Sulla fotografia* (Milano: Einaudi, 2004).

26 Walter Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica* (Torino: Einaudi, 1966).

OTTO PROTAGONISTI DELLA FOTOGRAFIA DI MODA

Paola Bertola, Giulia Zanichelli e Catia Zucchetti

GIAN PAOLO BARBIERI

Riconosciuto come uno dei massimi esponenti della fotografia di moda contemporanea, ha avuto un ruolo primario nella narrazione del prêt-à-porter, contribuendo alla costruzione di una identità visiva riconoscibile e originale della moda italiana.

Dopo una prima esperienza a Parigi, nel 1964 apre il suo studio fotografico a Milano dove comincia a lavorare per le più importanti riviste di moda internazionali come *Vogue Italia*, *Vogue America*, *Vogue Paris* e *Vogue Germania*. Riceve negli anni importanti riconoscimenti per i suoi scatti fotografici: nel 1968 dalla rivista *Stern* come uno dei quattordici migliori fotografi di moda al mondo e nel 2018 vince il premio Lucie Award come miglior fotografo di moda internazionale. Appassionato di arte e teatro, è il cinema – e in particolare il genere noir americano – a influenzare il suo linguaggio fotografico, traducendosi in un utilizzo sapiente della luce nei lavori in studio e in esterno.

Il suo sguardo attento, rigoroso ed eccentrico rilegge la moda contemporanea come oggetto d'arte e rappresenta il corpo in chiave non convenzionale come segno, essenza e significato.

Lavora in stretta collaborazione e dialogo con gli stilisti per cui scatta seduttive ed eleganti campagne pubblicitarie. Le immagini sono progettate nei minimi dettagli, caratterizzate da perfezione formale, da rigore compositivo e una continua ricerca espressiva sulla plasticità del corpo, elementi che divengono i codici identificativi del suo lavoro.

Gian Paolo Barbieri scatta per Gianfranco Ferré 20 campagne pubblicitarie, 12 per la collezione *prêt-à-porter* Donna (AI 1979-80; PE 1980; AI 1980-81; PE 1981; AI 1981-82; AI 1990-91; PE 1991; AI 1991-92; PE 1992; AI 1992-93; PE 1993; AI 1993-94) e 8 per le collezioni *prêt-à-porter* Uomo (PE 1990; AI 1990-91; PE 1991; AI 1991-92; PE 1992; AI 1992-93; PE 1993; AI 1996-97). Dopo aver scattato la prima campagna per la collezione *prêt-à-porter* AI 1979-80, Gian Paolo Barbieri collabora con lo stilista per diversi anni, contribuendo a costruire l'immaginario femminile e seducente della donna Ferré. Per la PE 1980 ricrea attraverso fasci di luce, ombre allungate e colori saturi, le atmosfere *noir*, perfette per rappresentare il rigore geometrico e i tagli sapienti della collezione. Le immagini sono costruite con perizia tecnica e un'attenzione puntigliosa ai dettagli, sempre in assonanza con i contenuti moda. Come negli scatti per l'AI 1981-82 dove i grafismi orientali dei capi si riflettono nella composizione dell'immagine, grafica anch'essa, in cui abito e modella costituiscono un'unità plastica che appare come laccata sul fondale perla. Nella foto dell'AI 1991-92, il linguaggio dello stilista si è evoluto e così quello del fotografo: la composizione rimane magistrale ma l'immagine è più dinamica, meno immobile, più morbida nella luce. Ancora più evidente nei ritratti per la PE uomo 1991, che sanno al tempo stesso trasferire un'eleganza impeccabile e spontanea, in una versione più informale e rilassata di glamour hollywoodiano. Oggi la produzione di Gian Paolo Barbieri è custodita nell'archivio dell'omonima Fondazione, nata a Milano nel 2016 che conserva oltre un milione di opere fotografiche e altri materiali che ne testimoniano l'attività artistico-creativa.



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1981-82.
Milano, 1981.
Stampe originali d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 1981-82.
Milan, 1981.
Original archive prints

Prêt-à-porter Primavera/Estate 1991.
Modello: Hoyt Richards.
Milano, 1990.
Stampa originale d'archivio



Ready-to-wear Spring/Summer 1991.
Model: Hoyt Richards.
Milan, 1990.
Original archive print



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1991-92.
Modello: Hoyt Richards.
Milano, 1991.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 1991-92.
Model: Hoyt Richards.
Milan, 1991.
Original archive print



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1992.
Modello: Kevin Lake.
Milano, 1991.
Stampe originali d'archivio



Ready-to-wear Spring/Summer 1992.
Model: Kevin Lake.
Milan, 1991.
Original archive prints



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1980.
Modella: Tara Shannon.
Milano, 1979.
Diapositiva

Ready-to-wear Spring/Summer 1980.
Model: Tara Shannon.
Milan, 1979.
Slide



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1980.
Modella: Tara Shannon.
Milano, 1979.
Diapositive

Ready-to-wear Spring/Summer 1980.
Model: Tara Shannon.
Milan, 1979.
Slides



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1991-92.
Modella: Aly Dunne.
Milano, 1991.
Diapositiva

Ready-to-wear Fall/Winter 1991-92.
Model: Aly Dunne.
Milan, 1991.
Slide

MICHEL COMTE

Artista poliedrico che lavora tra arte contemporanea, produzione cinematografica e fotogiornalismo, con una particolare attenzione a temi culturali e sociali. È considerato uno dei più celebri fotografi di moda e ritrattisti. Inizia la sua carriera come restauratore di arte contemporanea e si avvicina giovanissimo alla fotografia come autodidatta. L'incontro con Karl Lagerfeld nel 1979 sancisce il suo esordio come fotografo professionista per le campagne pubblicitarie di Chloe prima e Chanel dopo. I suoi lavori sono pubblicati sulle più importanti riviste di moda come *Vogue Italia*, *l'Uomo Vogue*, *Vanity Fair* e nel 2000 è nominato fotografo dell'anno dal magazine *PHOTO*. Il suo stile è creativo e ricco di riferimenti ad altri linguaggi e discipline.

Reinterpreta continuamente la tecnica fotografica, trasformando la prevedibilità degli scatti in immagini dinamiche capaci di cogliere l'essenza del movimento stesso.

Il ritratto è terreno di continua sperimentazione in cui stravolge le regole compositive classiche. La sua tecnica fotografica gli consente di esplorare dimensioni di rappresentazione inedite che spaziano tra il reale e l'astratto con la volontà di catturare le emozioni e di esaltare la spiritualità e la fragilità dei soggetti ritratti. Michel Comte lavora con Gianfranco Ferré per 16 campagne pubblicitarie delle collezioni *prêt-à-porter* Donna e Uomo (PE 1995; AI 1995-96; PE 1997; AI 1997-98; PE 1998; AI 1998-99; PE 1999; AI 1999-00). Già dalla prima collaborazione con Gianfranco Ferré per la PE 1995, Comte concentra la sua attenzione a cogliere l'attimo di un gesto, di una movenza, comunicando l'idea di un *glamour* più moderno e consapevole. Espressione di una nuova femminilità, come racconta la protagonista della campagna AI 1998-99, ritratta come

una Giovanna D'Arco futuribile attraverso immagini che sovvertono norme e stereotipi, così come la collezione stessa. La narrazione cinematografica è centrale anche negli scatti per l'Al 1995-96, che ci trasportano in un mondo di gusto e gestualità di un "passato-presente". Nei ritratti, che inquadrano la camicia *Libellula*, la volontà è quella di cogliere la dimensione spirituale e riflessiva esaltando l'impalpabilità del tulle stretch trasparente della camicia stessa. Una dimensione intima che caratterizza anche la campagna per la PE 1998, fatta di vapori bianchi, movimenti leggeri, figure pensose ritratte in un'atmosfera azzurra e ovattata. La produzione fotografica di moda di Michel Comte dal 1979 al 2000 è custodita nell'archivio Edition Comte che raccoglie più di 550'000 tra negativi e stampe originali. Michel Comte ha fondato il Michel Comte Studio che si occupa di arte a 360°.



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1995.
New York, 1994.
Diapositiva

Ready-to-wear Spring/Summer 1995.
New York, 1994.
Slide



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1995.
Modella: Rosemarie Wetzel.
New York, 1994.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Spring/Summer 1995.
Model: Rosemarie Wetzel.
New York, 1994.
Original archive print

Prêt-à-porter Primavera/Estate 1995.
Modella: Carmen Dell'Orefice.
New York, 1994.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Spring/Summer 1995.
Model: Carmen Dell'Orefice.
New York, 1994.
Original archive print





Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1995-96.
Modella: Simonetta Gianfelici.
Parigi, 1995.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 1995-96.
Model: Simonetta Gianfelici.
Paris, 1995.
Original archive print

Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1995-96.
Modella: Christy Turlington.
Parigi, 1995.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 1995-96.
Model: Christy Turlington.
Paris, 1995.
Original archive print





Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1995-96.
Modelli: Warren Major, Sascha Eiblmayr,
Donaes Platteel, Hoyt Richards.
Parigi, 1995.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 1995-96.
Models: Warren Major, Sascha Eiblmayr,
Donaes Platteel, Hoyt Richards.
Paris, 1995.
Original archive print

Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1995-96.
Modelle: Lynne Koester, Simonetta Gianfelici,
Antonia Dell'Atte, Victoria Hernando.
Parigi, 1995.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 1995-96.
Models: Lynne Koester, Simonetta Gianfelici,
Antonia Dell'Atte, Victoria Hernando.
Paris, 1995.
Original archive print



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1995-96.
Modelle: Lynne Koester, Christy Turlington,
Antonia Dell'Atte, Simonetta Gianfelici, Victoria Hernando.
Parigi, 1995.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 1995-96.
Models: Lynne Koester, Christy Turlington,
Antonia Dell'Atte, Simonetta Gianfelici, Victoria Hernando.
Paris, 1995.
Original archive print



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1998-99.
Parigi, 1998.
Stampe originali d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 1998-99.
Paris, 1998.
Original archive prints



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1998-99.
Parigi, 1998.
Stampe originali d'archivio



Ready-to-wear Fall/Winter 1998-99.
Paris, 1998.
Original archive prints



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1998.
Modella: Kylie Bax.
Venezia, 1997.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Spring/Summer 1998.
Model: Kylie Bax.
Venice, 1997.
Original archive print



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1998.
Modello: Warren Major.
Venezia, 1997.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Spring/Summer 1998.
Model: Warren Major.
Venice, 1997.
Original archive print



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1998.
Modelle: Erin O'Connor, Kylie Bax.
Venezia, 1997.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Spring/Summer 1998.
Models: Erin O'Connor, Kylie Bax.
Venice, 1997.
Original archive print

PETER LINDBERGH

Conosciuto per i suoi indimenticabili scatti cinematografici e per essere riuscito a catturare l'umanità della bellezza, è stato uno dei fotografi di moda più influenti. In più di quarant'anni di carriera, il suo lavoro ha accompagnato la storia della fotografia di moda in una fase centrale di sviluppo di questo linguaggio. I suoi scatti sono stati pubblicati nelle più importanti riviste come *Vogue*, *Harper's Bazaar*, *Interview*, *Stern*, *Vanity Fair*, *Rolling Stone* e *il New Yorker* e presentati nelle esposizioni curate da illustri istituzioni culturali come il Fotomuseum di Antwerp e il Metropolitan Museum di New York. Ha ricevuto numerosi premi per i suoi progetti ed è il primo fotografo in oltre cinquant'anni ad essere stato invitato a firmare il Calendario Pirelli per tre volte nel 1996, 2002 e 2017. Nel gennaio 1990 firma la leggendaria copertina di *Vogue UK* che avvia la parabola delle top model, ritratte ancora giovani all'inizio della loro carriera. Con il suo stile ha rivoluzionato il mondo della fotografia di moda, sfidando le convenzioni e i canoni della bellezza *glamour* e introducendo un'estetica autentica senza artifici o ritocchi. I suoi ritratti sono intimi e liberi, esaltano l'intensità dei soggetti piuttosto che la loro perfezione. Il suo codice espressivo è inconfondibile e caratterizzato da un'illuminazione morbida e dall'uso sapiente del bianco e nero che evoca una profondità emotiva attraverso l'esaltazione dell'intensità dello sguardo.

Un approccio umanista che privilegia la personalità, l'autenticità e la bellezza naturale e capace di costruire veri e propri racconti cinematografici di grande sofisticatezza.

Peter Lindbergh collabora con Gianfranco Ferré alla realizzazione di 11 campagne pubblicitarie, 6 per le collezioni *prêt-à-porter* Donna (PE 2000; AI 2000-01; PE 2001; AI 2001-02; PE 2002; AI 2002-03) e 5 per le collezioni *prêt-à-porter* Uomo (PE 2000; AI 2000-01; PE 2001; AI 2001-02; PE 2002). Per Lindbergh il racconto è la materia prima del fotografo, come dimostra lo scatto per la collezione PE 2002, rubato dal dietro le quinte della campagna, con un elegantissimo Gianfranco Ferré insieme a Nina Heimlich, perfetta incarnazione di equilibrio tra semplicità e sofisticatezza. Equilibrio che ritroviamo nell'architettura soffice dell'abito crinolina della PE 2000, in un'immagine giocosa e sbarazzina, capace di sdrammatizzarne l'effetto couture. E nei dettagli preziosi della PE 2001, smorzati da luci morbide e rappresentati in chiaroscuro, in atmosfere da pittura tonale, dove colore e bianco e nero hanno quasi la stessa resa. Il bianco e nero domina anche nelle immagini per l'AI 2000-01, dove la dimensione del racconto prende il sopravvento in veri e propri campi lunghi che ci trasportano in un'avventura sui tetti di Parigi, con i protagonisti che appaiono catturati nel pieno di un'azione cinematografica. Il lascito di Peter Lindbergh è oggi conservato dalla omonima Fondazione.



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 2000-01.
Modella: Esther de Jong.
Parigi, 2000.
Diapositive

Ready-to-wear Fall/Winter 2000-01.
Model: Esther de Jong.
Paris, 2000.
Slides



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 2000-01.
Modella: Esther de Jong.
Parigi, 2000.
Diapositiva

Ready-to-wear Fall/Winter 2000-01.
Model: Esther de Jong.
Paris, 2000.
Slide



Prêt-à-porter
Autunno/Inverno 2000-01.
Modello: Warren Major.
Parigi, 2000.
Diapositive

Ready-to-wear
Fall/Winter 2000-01.
Model: Warren Major.
Paris, 2000.
Slides





Prêt-à-porter Primavera/Estate 2002.
Modella: Nina Heimlich.
Nizza, 2001.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Spring/Summer 2002.
Model: Nina Heimlich.
Nice, 2001.
Original archive print



Prêt-à-porter Primavera/Estate 2000.
Modella: Esther de Jong.
Parigi, 1999.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Spring/Summer 2000.
Model: Esther de Jong.
Paris, 1999.
Original archive print



Prêt-à-porter Primavera/Estate 2001.
Modella: Oluchi Onweagba.
Milano, 2000.
Stampe originali d'archivio

Ready-to-wear Spring/Summer 2001.
Model: Oluchi Onweagba.
Milan, 2000.
Original archive prints



Prêt-à-porter Primavera/Estate 2001.
Modella: Anastassia Khozissova.
Milano, 2000.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Spring/Summer 2001.
Model: Anastassia Khozissova.
Milan, 2000.
Original archive print

BETTINA RHEIMS

Fotografa ritrattista dallo stile inconfondibile il cui sguardo esplora il corpo femminile, l'identità e il genere. Dopo un passato da modella, attrice e giornalista inizia la sua carriera da fotografa nel 1978. La sua prima serie intitolata *Portraits* (1981) che ritrae acrobati e spogliarelliste di Pigalle diventa oggetto di una mostra personale al Centre Pompidou, dando così avvio alla sua carriera nella moda. Lavora per le più importanti riviste, firma campagne pubblicitarie per *maison* come Chanel, scatta ritratti di donne e uomini influenti e con la serie *Modern Lovers* (1990) dà avvio al suo personale studio sull'identità di genere. Rheims sovverte l'iconografia classica sviluppando un proprio stile e una narrazione personale sul tema della femminilità in continuo contrasto con gli stereotipi del tempo. I suoi lavori sono inaspettati, sensuali, provocatori, intimisti e riescono a coniugare erotismo e *glamour* creando un codice espressivo originale. Conduce la propria ricerca visiva indagando l'ambiguo, l'anti-convenzionale, il trasgressivo attraverso la rappresentazione del corpo nudo, tra femminile e androgino, esile e prorompente.

Un potente sguardo femminile sulla femminilità che attraverso i suoi ritratti audaci, potenti e volutamente provocatori accetta l'imperfezione e la fragilità come rivelazione dell'anima.

Bettina Rheims è l'unica fotografa donna in mostra che lavora con Gianfranco Ferré. Scatta 4 campagne pubblicitarie per le collezioni *prêt-à-porter* Donna e Uomo (PE 1994; AI 1994-95). Gianfranco Ferré ha sempre rifuggito idee di femminilità stereotipate. Per questo guarda al linguaggio sensuale di Bettina Rheims con curiosità, come interprete di una visione nuova della donna. La fotografa si concentra su ritratti e primi piani, ponendo l'accento sull'intensità degli sguardi e l'espressività

dei soggetti. Gli scatti per la campagna PE 1994 sono eloquenti. Luce molto naturale, delicata, ammorbidita dal bianco e nero virato sui toni caldi; come delicato e morbido è lo sguardo della protagonista. La collezione è sofisticata, fatta di pezzi che appartengono a un'eleganza classica, senza tempo, spesso mutuati dal guardaroba maschile, ma riproporzionati in vestibilità più fluide per restituire la sensualità del corpo femminile. La modella li indossa con naturalezza e comunica una dolcezza intima, che parla di una moda che non è né posa né rappresentazione, ma piacere intimo, cura di sé. Bettina Rheims ha affidato all'Institut pour la Photographie il suo archivio, un vasto *corpus* di oltre 300.000 fototipi rappresentativo della sua produzione fotografica a partire dagli anni Ottanta.



VERA WANG



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1994-95.
Modella: Shalom Harlow.
Parigi, 1994.
Stampe originali d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 1994-95.
Model: Shalom Harlow.
Paris, 1994.
Original archive prints



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1994
Modella: Nadja Auermann.
Parigi, 1993.
Stampe originali d'archivio

Ready-to-wear Spring/Summer 1994
Model: Nadja Auermann..
Paris, 1993.
Original archive prints



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1994
Modella: Nadja Auermann.
Parigi, 1993.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Spring/Summer 1994.
Model: Nadja Auermann.
Paris, 1993.
Original archive print

GUY BOURDIN

Annoverato tra i più importanti fotografi dell'alta moda francese è ricordato per il suo approccio sperimentale e uno stile sensuale e provocatorio. Personalità complessa e inquieta segnata da un'esistenza costellata da eventi tragici, desiderava che le sue opere venissero distrutte dopo la morte. Dopo un avvio dell'attività come pittore negli anni Cinquanta sceglie di esprimersi attraverso la fotografia. Al centro delle sue passioni l'arte e il cinema che informano la sua visione onirica e surrealista, fortemente influenzata dall'incontro con Man Ray. Nel 1955 è fotografo di *Vogue Paris* insieme a Helmut Newton, dove sperimenta il suo approccio avanguardista caratterizzato da scatti audaci e intrisi di una forte carica seduttiva. Bourdin crea atmosfere emotivamente fredde caratterizzate da un'estetica potente e allusiva che contrasta con i codici tradizionali della fotografia di moda del periodo. Lo stile fotografico costruisce ambientazioni surreali e suggestive, combinando arte e moda attraverso l'uso sapiente della luce e del colore, spesso portato su toni accesi e a livelli di saturazione estrema.

L'immagine è frammentata, senza un ordine apparente, e caratterizzata da una composizione che inverte spesso il fuoco tra soggetto e dettaglio, primo piano e sfondo.

Guy Bourdin realizza per Gianfranco Ferré 2 campagne pubblicitarie per le collezioni *prêt-à-porter* Donna (PE 1982; AI 1982-83). L'immaginario surreale e le inquadrature eccentriche ritratte per la serie fotografica della collezione AI 1982-83 in mostra, sono state considerate così originali e poco commerciali per una campagna pubblicitaria da essere state, invece, pubblicate come editoriale "Ferré: una moda geometrica" a cura di Mirella Moretti per la rivista *Amica* (5 Ottobre 1982). Negli scatti, tagli

netti e accenti di colore sottolineano e scolpiscono le raffinate volute della camicia *Calice* (AI 1982-83), incorniciata da dettagli rosso rubino. Per la collezione AI 1982-83, giocata su contrasti cromatici, di volumi e di geometrie, la scelta ricade su scatti cinematografici, fotogrammi di immagini in movimento, in cui primo piano e sfondo, soggetto e ambientazione creano un continuo scarto di prospettiva. Un linguaggio spiazzante anche nelle ambientazioni, come per la PE 1982, in cui capi freschi ed estivi riflettono bagliori irreali e spiccano su cieli cupi. Ricordato dopo la sua morte con mostre e libri, in vita rifiutò sempre di partecipare a progetti a lui dedicati così come nel 1985 rinunciò al Grand Prix National de la Photographie. Oggi l'eredità del fotografo è conservata dalla Guy Bourdin Estate.



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1982-83.
Montecatini Terme (PT), 1982.
Diapositiva

Ready-to-wear Fall/Winter 1982-83.
Montecatini Terme (PT), 1982.
Slide



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1982-83.
Montecatini Terme (PT), 1982.
Diapositive

Ready-to-wear Fall/Winter 1982-83.
Montecatini Terme (PT), 1982.
Slides



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1982.
Cannes, 1981.
Diapositive

Ready-to-wear Spring/Summer 1982.
Cannes, 1981.
Slides



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1982.
Cannes, 1981.
Diapositive

Ready-to-wear Spring/Summer 1982.
Cannes, 1981.
Slides



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1982.
Cannes, 1981.
Diapositiva

Ready-to-wear Spring/Summer 1982.
Cannes, 1981.
Slide



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1982.
Cannes, 1981.
Diapositive

Ready-to-wear Spring/Summer 1982.
Cannes, 1981.
Slides



PATRICK DEMARCHELIER

Grande appassionato di moda e de cinema è uno degli esponenti più illustri e noti nel campo della fotografia di moda. Inizia la sua carriera a Parigi per poi trasferirsi a New York dove firma alcune copertine delle più prestigiose riviste come *Harper's Bazaar*, *Vogue*, *Rolling Stone*, *Glamour* con cui instaura durature collaborazioni professionali. È il primo fotografo non britannico della famiglia reale che nel 1989 realizza i ritratti ufficiali di Lady Diana, principessa del Galles, intuendo l'incredibile forza espressiva della sua immagine. Firma la direzione del Calendario Pirelli nel 2005 e nel 2008. Il suo approccio elegante e gentile rivela una spontaneità sottile e delicata priva di gestualità forzate.

Il suo stile fotografico ricerca un impatto emotivo ottenuto attraverso una connessione autentica con i protagonisti dei suoi scatti, di cui riesce a catturare sguardi spontanei, diretti in camera.

Una ricerca continua di una naturale e mai forzata sensualità che si traduce in racconti visivi dalla forte fascinazione, capaci di cogliere l'essenza del momento e l'anima del tempo. Un approccio emozionale ed istintivo che mette in risalto il corpo attraverso l'abito valorizzandone volumi, dettagli, forme e movimenti in ambientazioni autentiche e quotidiane. Uno stile classico, semplice e sofisticato insieme, con scatti di grande immediatezza che rivelano maestria nell'uso sapiente della luce, del colore e del bianco e nero. Patrick Demarchelier scatta per Gianfranco Ferré per 6 campagne pubblicitarie di cui 3 per le collezioni *prêt-à-porter* Donna (PE 1979; AI 2004-05; PE 2005) e 3 per le collezioni *prêt-à-porter* Uomo (AI 2004-05; PE 2005; AI 2005-06). È il primo fotografo a lavorare con Gianfranco Ferré nel 1978

in occasione del lancio del suo marchio. La collezione è la PE 1979, incentrata su un'eleganza dai tagli sartoriali ammorbiditi da tessuti leggeri e raffinati. Demarchelier interpreta perfettamente questo tono classico e al contempo informale in uno scatto che appare quasi un dietro le quinte per l'attitudine e la naturalezza dei gesti delle modelle. Le immagini dell'AI 2004-05 mostrano la piena maturità di questo linguaggio capace di simulare la vita senza far percepire l'artificio. L'attenzione del fotografo si concentra sul raccontare la moda nel quotidiano e in gesti spontanei e consueti per tutti. Per questo è un interprete ideale di quell'interesse di Ferré per la moda come oggetto d'uso che vive con il corpo: tutto è studiato, ambientazioni, pose, acconciature, per restituire l'impressione di un'eleganza vissuta e spontanea, a cui il bianco e nero aggiunge un tono di rigore, intensità e raffinatezza. Il lavoro di Patrick Demarchelier è stato pubblicato in cataloghi ed esposto in mostre ed esposizioni internazionali. Oggi è custodito nell'archivio dello studio Patrik Demarchelier.



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 2004-05.
Modella: Louise Pedersen.
Parigi, 2004.
Stampe originali d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 2004-05.
Model: Louise Pedersen.
Paris, 2004.
Original archive prints



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 2004-05.
Parigi, 2004.
Stampe originali d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 2004-05.
Paris, 2004.
Original archive prints

HERB RITTS

Fotografo di moda tra i più apprezzati a livello internazionale, è ricordato per aver immortalato con i suoi ritratti – prevalentemente in bianco e nero - le celebrità del cinema e della musica internazionale, definendo il *glamour* tra gli anni Ottanta e Novanta. Dopo una laurea in economia, inizia la sua carriera fotografando star del cinema all'inizio della loro carriera. La serie di scatti realizzata alla stazione di servizio di San Bernardino, in California, ad un ancora emergente Richard Gere, è pubblicata su *Vogue America* nel 1978 per promuovere l'uscita di *American Gigolò*. Il servizio lancia la carriera di Ritts come ritrattista e lo porta a lavorare per le più prestigiose riviste di moda e musica come *Vogue*, *Vanity Fair*, *Interview Magazine*, *Rolling Stone*. Firma campagne pubblicitarie per importanti brand, sviluppando uno stile personale e distintivo che supera le convenzioni di razza e genere. Il linguaggio fotografico di Ritts è influenzato dalla passione per l'arte e la storia della fotografia che lo portano a indagare la plasticità del corpo e le composizioni tipiche dell'arte classica che poi trasferisce nei suoi scatti in una armoniosa combinazione tra luci e volumi. Il rigore formale, la ricerca di contrasto, l'utilizzo della luce prevalentemente solare, la predilezione per gli scatti in spazi aperti, definiscono l'estetica del suo lavoro.

L'assoluta padronanza della composizione fotografica è il risultato di una ricerca costante di perfezione, esaltata dall'uso del bianco e nero come mezzo espressivo per plasmare il corpo in affascinanti sculture.

Herb Ritts è il fotografo che ha collaborato in più occasioni con Gianfranco Ferré. Herb Ritts è il fotografo che ha collaborato in più occasioni con Gianfranco Ferré. Ha scattato 28 campagne di cui 14 per le collezioni *prêt-à-porter* Donna (AI 1982-83; PE 1983; AI 1983-84; PE 1984; AI 1984-85; PE 1985; AI 1985-86;

PE 1986; AI 1986-87; PE 1987; AI 1987-88; PE 1988; AI 1988-89; PE 1989; AI 1994-95), 1 per la collezione di Alta Moda Donna (AI 1987-88) e 13 per le collezioni *prêt-à-porter* Uomo (AI 1982-83; PE 1983; AI 1983-84; PE 1984; AI 1984-85; PE 1985; AI 1985-86; PE 1986; AI 1986-87; AI 1987-88; PE 1988; AI 1988-89; PE 1989). L'intesa professionale tra Gianfranco Ferré e Herb Ritts è perfetta. Il fotografo, nei dodici anni di collaborazione riesce a comprendere il lavoro di Ferré al minimo dettaglio. In ogni scatto è capace di richiamare quel senso di equilibrio compositivo e ricerca di armonia che anima lo stesso Ferré e che gli deriva dall'amore per l'arte classica. Gli scatti per l'AI 1985-86 sono eloquenti: come la scultura greca riesce a comunicare la morbidezza dei drappaggi nella solidità dei marmi, lui cristallizza le soffici volute dei tessuti in immagini solide e scolpite. Il corpo e l'abito sono sempre al centro, scompaiono ambientazione e ombre e lo sfondo è una campitura di contrasto. Nella collezione *prêt-à-porter* AI 1987-88 l'elegantissima tunica diviene forma nera e sinuosa, cesellata nel bianco; invece, negli scatti dell'Alta Moda AI 1987-88, l'abito in taffetà di seta viola, con i suoi tagli geometrici e macro-dettagli, è tutt'uno con la modella in una posa plastica che sfida il principio di gravità. La produzione fotografica di Herb Ritts è oggi custodita nell'omonima Fondazione che dal 2003 si occupa di preservare il lavoro del fotografo e promuovere attività che favoriscano, da un lato, l'avanzamento dell'arte della fotografia e dall'altro, supportare la ricerca nell'HIV/AIDS.



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1987-88.
Modella: Tatjana Patitz.
Milano, 1987.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 1987-88.
Model: Tatjana Patitz.
Milan, 1987.
Original archive print



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1985-86.
Modella: Linda Spierings.
Londra, 1985.
Diapositiva

Ready-to-wear Fall/Winter 1985-86.
Model: Linda Spierings.
London, 1985.
Slide



Alta Moda Autunno/Inverno 1987-88.
 Modelle: Louise Rawlinson, Annette Roque, Madeleine
 Robinson Rundgren, Dragana Kunjadic.
 Roma, 1987.
 Diapositiva

Haute Couture Fall/Winter 1987-88.
 Models: Louise Rawlinson, Annette Roque, Madeleine
 Robinson Rundgren, Dragana Kunjadic.
 Rome, 1987.
 Slide



Alta Moda Autunno/Inverno 1987-88.
 Modella: Dragana Kunjadic.
 Roma, 1987.
 Diapositiva

Haute Couture Fall/Winter 1987-88.
 Model: Dragana Kunjadic.
 Rome, 1987.
 Slide



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1985-86.
Modella: Linda Spierings.
Londra, 1985.
Diapositiva

Ready-to-wear Fall/Winter 1985-86.
Model: Linda Spierings.
London, 1985.
Slide

Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1986-87
Milano, 1986
Diapositiva

Ready-to-wear Fall/Winter 1986-87
Milan, 1986
Slide



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1988-89.
Modella: Cindy Crawford.
Milano, 1988.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 1988-89.
Model: Cindy Crawford.
Milan, 1988.
Original archive print





Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1985-86.
Modella: Linda Spierings.
Londra, 1985.
Diapositiva

Ready-to-wear Fall/Winter 1985-86.
Model: Linda Spierings.
London, 1985.
Slide

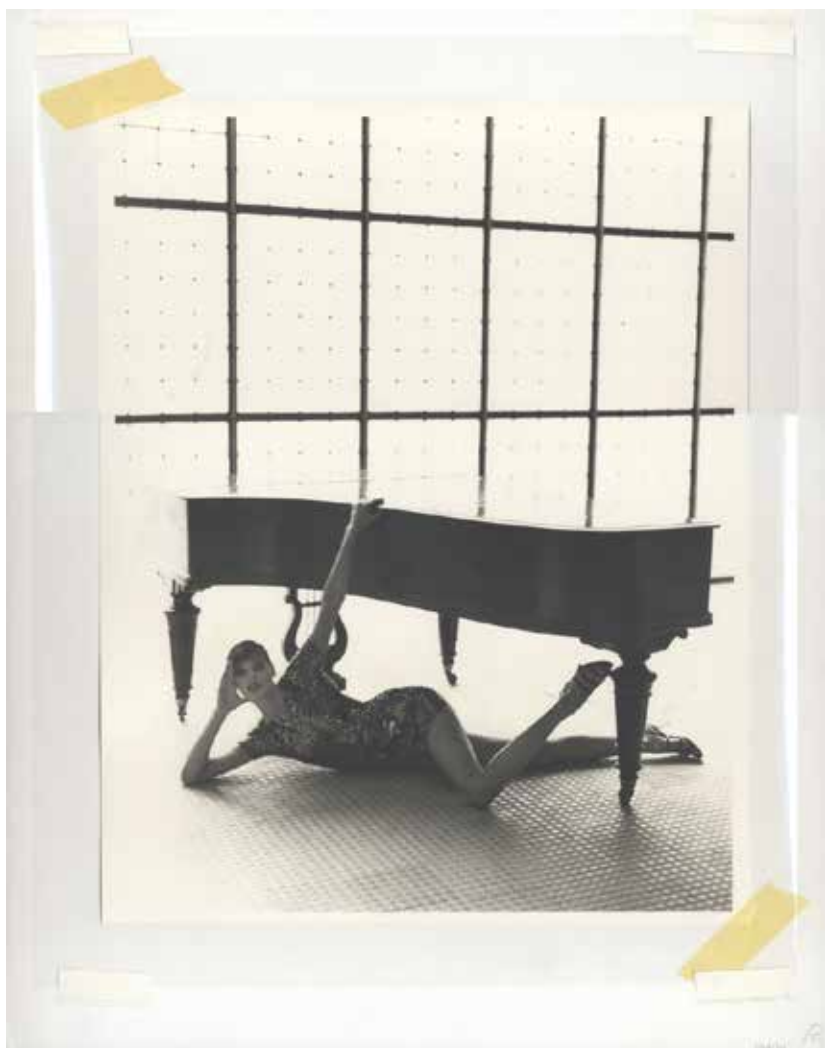
STEVEN MEISEL

Artista eclettico, visionario e colto, ha segnato la narrazione visiva contemporanea codificando una nuova relazione progettuale con gli stilisti con cui ha collaborato, integrando alle competenze fotografiche quelle legate al design e allo styling. Inizia la sua carriera come illustratore dopo il diploma in *Fashion Illustration* conseguito alla *Parsons School of Design* di New York. I suoi primi lavori sono provini fotografici alle modelle dell'agenzia *Elite Model Management* che gli permettono di essere facilmente conosciuto dalle più importanti riviste di settore. Ancora giovanissimo, scatta l'iconica copertina di *Vogue Italia* di Luglio/Agosto 1988 che sancisce lo stile del tutto originale della allora neodirettrice Franca Sozzani: l'immagine ritrae la modella Robyn Mackintosh che indossa una delle iconiche camicie bianche di Gianfranco Ferré. Nel 1992 scandalizza per le foto erotiche di Madonna nel libro *Sex* e nel 2015 firma la 42° edizione del Calendario Pirelli. Le sue ispirazioni scaturiscono dall'arte, dal design, dal cinema, dall'architettura e dalla letteratura.

Il suo approccio alla fotografia è quello del narratore, costruendo set elaborati e prediligendo la dominanza del bianco e nero, la purezza formale e composizioni rigorose in cui ogni dettaglio è accuratamente progettato.

Costruisce così racconti visivi, sofisticati e cinematografici. Con più di quarant'anni di carriera, ha definito il potenziale creativo della fotografia di moda come strumento narrativo per raccontare non solo le tendenze legate al settore. Si è spinto infatti a toccare temi controversi, come razzismo, dipendenza, narcisismo, sessualità, che è riuscito a trattare con sguardo acuto e distaccata eleganza. Il suo lavoro ha contribuito a conquistare alla fotografia di moda la legittimità di rappresentare

la cultura contemporanea nelle sue diverse espressioni. Steven Meisel firma per Gianfranco Ferré 6 campagne pubblicitarie di cui 5 per le collezioni *prêt-à-porter* Donna (PE 1992; AI 1992-93; PE 1993; AI 1993-94; AI 2005-06) e 1 per la collezione *prêt-à-porter* Uomo (AI 1993-94). Steven Meisel condivide con Gianfranco Ferré la curiosità e l'ecclettismo culturale. Le campagne per la PE 1992 e l'AI 1992-93 sono piccoli trattati sulle arti del Novecento in cui confluiscono architettura, decorazione e cultura pop: immagini perfette per rappresentare collezioni che ricercano un nuovo dinamismo, linee più semplici e capi più funzionali. Così nella cornice modernista della Maison de Verre, resa ancor più grafica dal bianco e nero, la figura slanciata di Linda Evangelista si piega a pose rocambolesche, in un gioco colto e ironico. Il salto temporale al 2005 mostra l'evoluzione dei linguaggi e il bianco e nero si accende di inaspettati tocchi cromatici. Le immagini esprimono una bellezza decadente e fresca insieme, in cui materiali preziosi e volumi importanti sono ancor più accentuati da copricapo eccessivi e pose teatrali. Pittura e letteratura si incontrano in un'atmosfera da 'realismo magico' che permea l'intera serie di scatti. Il lavoro di Steven Meisel è stato oggetto di numerose mostre ed esposizioni internazionali ospitate in importanti istituzioni culturali, e pubblicato in cataloghi di grande rilevanza. I suoi scatti sono custoditi negli archivi dello studio Steven Meisel.



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1992.
Modella: Linda Evangelista.
Parigi, 1991.
Stampe originali d'archivio

Ready-to-wear Spring/Summer 1992.
Model: Linda Evangelista.
Paris, 1991.
Original archive prints



Prêt-à-porter Primavera/Estate 1992.
Modella: Linda Evangelista.
Parigi, 1991.
Diapositiva

Ready-to-wear Spring/Summer 1992.
Model: Linda Evangelista.
Paris, 1991.
Slide



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1992-93.
Modella: Linda Evangelista.
Saint Cloud (Ile-de-France), 1992.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 1992-93.
Model: Linda Evangelista.
Saint Cloud (Ile-de-France), 1992.
Original archive print



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1992-93.
Modella: Linda Evangelista.
Saint Cloud (Ile-de-France), 1992.
Stampa originale d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 1992-93.
Model: Linda Evangelista.
Saint Cloud (Ile-de-France), 1992.
Original archive print



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 2005-06.
Modella: Elise Crombez.
New York, 2005.
Stampe originali d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 2005-06.
Model: Elise Crombez.
New York, 2005.
Original archive prints



coloredge  #1122-Black-2005-06-06

00013-03_01-01



coloredge  #1122-Black-2005-06-06

00013-03_01-01

Prêt-à-porter Autunno/Inverno 2005-06.
Modella: Elise Crombez.
New York, 2005.
Stampe originali d'archivio

Ready-to-wear Fall/Winter 2005-06.
Model: Elise Crombez.
New York, 2005.
Original archive prints

EIGHT LEADING FIGURES OF FASHION PHOTOGRAPHY

Gian Paolo Barbieri

Recognised as one of the leading representatives of contemporary fashion photography, he played a pivotal role in shaping the narrative of prêt-à-porter, contributing to the creation of a distinctive and original visual identity for Italian fashion. After an initial experience in Paris, he opened his photography studio in Milan in 1964, where he began working for the most prestigious international fashion magazines, including *Vogue Italia*, *Vogue America*, *Vogue Paris*, and *Vogue Germany*. Over the years, he received significant recognitions for his photographic work: in 1968, he was named one of the world's fourteen best fashion photographers by *Stern* magazine, and in 2018, he was awarded the Lucie Award for best international fashion photographer. Passionate about art and theatre, it is cinema – particularly American *noir* – that influences his photographic language, resulting in a masterful use of light in both studio and outdoor settings. His attentive, meticulous, and unconventional vision reinterprets contemporary fashion as a form of art, portraying the body in a non-traditional way as a symbol, essence, and meaning. He works in close collaboration and dialogue with designers, creating seductive and elegant advertising campaigns. Each image is meticulously crafted, characterized by formal perfection, compositional rigor, and an ongoing expressive exploration of the body's plasticity – elements that have become the defining hallmarks of his work. Gian

Paolo Barbieri shot 20 advertising campaigns for Gianfranco Ferré: 12 women's ready-to-wear collections (FW 1979-80; SS 1980; FW 1980-81; SS 1981; FW 1981-82; FW 1990-91; SS 1991; FW 1991-92; SS 1992; FW 1992-93; SS 1993; FW 1993-94) and 8 men's ready-to-wear collections (SS 1990; FW 1990-91; SS 1991; FW 1991-92; SS 1992; FW 1992-93; SS 1993; FW 1996-97). . After collaborating with Gianfranco Ferré for the first time in 1979 on the campaign for the FW 1979-80 prêt-à-porter collection, Gian Paolo Barbieri worked with the designer for several years, helping to shape the feminine and seductive imagery of the Ferré woman. For the SS 1980 collection, he recreated *noir*-inspired atmospheres through beams of light, elongated shadows, and saturated colors, perfectly embodying the geometric precision and masterful tailoring of the collection. The images were meticulously crafted with technical expertise and an precise attention to detail, always in harmony with the theme of the collection. This approach is evident in the shots for FW 1981-82, where the oriental graphics of the garments are reflected in the composition of the image, which is equally graphic. The dress and the model form a plastic unity, appearing lacquered against a pearl-colored backdrop. In the FW 1991-92 photograph, both the designer's language and the photographer's style had evolved: while the composition remains masterful, the image is more dynamic, less static, and the lighting softer. This progression is even more pronounced in the portraits for the SS 1991 men's collection, which convey an impeccable yet spontaneous elegance,

presenting a more informal and relaxed version of Hollywood glamour. Today, Gian Paolo Barbieri's body of work is preserved in the archive of the Gian Paolo Barbieri Foundation, established in Milan in 2016. The foundation safeguards over a million photographic works and other materials that document his artistic and creative career.

Michel Comte

A multifaceted artist working across contemporary art, filmmaking, and photojournalism, with a strong focus on cultural and social issues. He is regarded as one of the most renowned fashion photographers and portrait artists. He began his career as a restorer of contemporary art and discovered photography at a young age as a self-taught artist. His encounter with Karl Lagerfeld in 1979 marked the start of his professional career, photographing advertising campaigns for Chloé first and Chanel later. His work has been featured in leading fashion magazines such as *Vogue Italia*, *L'Uomo Vogue*, and *Vanity Fair*, and in 2000, he was named photographer of the year by *PHOTO* magazine. His style is creative and deeply enriched by influences of other mediums and disciplines. Constantly reinterpreting traditional photographic techniques, he transforms predictable shots into dynamic images that capture the essence of movement itself. For him, portraiture serves as a field of continuous experimentation, where he defies classical compositional rules. His photographic approach allows him to explore new dimensions of representation, bridging the real and the abstract, with the intent of capturing emotions while emphasizing the

spirituality and fragility of his subjects. Michel Comte collaborated with Gianfranco Ferré on 16 advertising campaigns of both women's and men's ready-to-wear collections (SS 1995; FW 1995-96; SS 1997; FW 1997-98; SS 1998; FW 1998-99; SS 1999; FW 1999-00). From his very first collaboration with Ferré for the SS 1995 campaign, Comte focused on capturing the fleeting moment of a gesture or movement, conveying the idea of a modern and self-aware glamour. This approach reflects a new femininity, as exemplified by the protagonist of the FW 1998-99 campaign, portrayed as a futuristic Joan of Arc in images that challenge conventions and stereotypes, mirroring the essence of the collection itself. Cinematic storytelling is central to his work, as seen in the FW 1995-96 campaign, which transports viewers into a "past-present" world defined by refined gestures and timeless elegance. In the portraits showcasing the Libellula shirt, Comte sought to capture a spiritual and contemplative dimension, highlighting the ethereal transparency of the stretch tulle fabric. This intimate approach also defines the SS 1998 collection, characterized by white vapours, delicate movements, and pensive figures, all enveloped in a soft, blue-tinted atmosphere. Michel Comte's fashion photography from 1979 to 2000 is preserved in the Edition Comte archive, which holds over 550'000 negatives and original prints. Additionally, he established the Michel Comte Studio, a creative hub dedicated to art in all its forms.

Peter Lindbergh

Known for his unforgettable cinematic shots and for capturing

the humanity of beauty, he was one of the most influential fashion photographers. Throughout his career, spanning over forty years, his work accompanied the history of fashion photography during a pivotal phase in the development of this discipline. His photographs were published in major magazines such as *Vogue*, *Harper's Bazaar*, *Interview*, *Stern*, *Vanity Fair*, *Rolling Stone*, and *The New Yorker*, and featured in exhibitions organized by renowned cultural institutions like the Fotomuseum in Antwerp and the *Metropolitan Museum* in New York. He received numerous awards for his projects and became the first photographer in over fifty years to be invited to sign the Pirelli Calendar three times, in 1996, 2002, and 2017. In January 1990, he shot the legendary *Vogue UK* cover that marked the rise of the top models, capturing them while they were still young and at the beginning of their careers. With his distinctive style, he revolutionized the world of fashion photography, challenging conventions and standards of glamorous beauty and introducing an authentic aesthetic without artifices or retouching. His portraits are intimate and free, emphasizing the intensity of his subjects rather than their perfection. His expressive code is unmistakable, characterized by soft lighting and the masterful use of black and white, evoking emotional depth through the enhancement of the intensity of the gaze. It is a humanist approach that favours personality, authenticity, and natural beauty, capable of crafting true cinematic narratives of great sophistication. Peter Lindbergh

collaborated with Gianfranco Ferré on 11 advertising campaigns, 6 for the women's ready-to-wear collections (SS 2000; FW 2000-01; SS 2001; FW 2001-02; SS 2002; FW 2002-03) and 5 for the men's ready-to-wear collections (SS 2000; FW 2000-01; SS 2001; FW 2001-02; SS 2002). For Lindbergh, storytelling is the essence of photography, as demonstrated in his shot for the SS 2002 collection, taken from the behind the scenes of the campaign. The image features an elegant Gianfranco Ferré alongside Nina Heimlich, the perfect embodiment of balance between simplicity and sophistication. This equilibrium is also reflected in the soft architecture of the crinoline dress from the SS 2000 collection, captured in a playful and carefree image that lightens the couture effect. In the intricate details of the SS 2001 collection, the elements are softened by gentle lighting and represented in chiaroscuro, evoking a tonal painting atmosphere where color and black and white almost have the same visual impact. Black and white also dominates in the images for the FW 2000-01 collection, where the narrative dimension takes over in wide shots that transport us into an adventure on the rooftops of Paris, with the protagonists seemingly captured amid a cinematic action scene. Peter Lindbergh's legacy is now preserved by the Peter Lindbergh Foundation.

Bettina Rheims

A portrait photographer with a distinctive style, her gaze explores the female body, identity, and gender. After a past as a model, actress,

and journalist, she began her career as a photographer in 1978. Her first series, entitled *Portraits* (1981), which depicts acrobats and strippers from Pigalle, became the subject of a solo exhibition at the Centre Pompidou, thus launching her career in fashion. She worked for the most important magazines, shot advertising campaigns for fashion houses such as Chanel, and photographed several influential women and men. With the series *Modern Lovers* (1990), she began her personal exploration of gender identity. Rheims subverts classical iconography by developing her own style and personal narrative on the theme of femininity, in continuous contrast with the stereotypes of the time. Her work is unexpected, sensual, provocative, intimate, and manages to combine eroticism and glamour, creating an original expressive code. She leads her visual research by exploring the ambiguous, unconventional, and transgressive through the representation of the naked body, straddling the feminine and the androgynous, the delicate and the full-bodied. A powerful feminine gaze on femininity, which, through her bold, potent, and deliberately provocative portraits, accepts imperfection and fragility as revelations of the soul. Bettina Rheims is the only female photographer featured who worked with Gianfranco Ferré. She photographed 4 advertising campaigns for the women's and men's ready-to-wear collections (SS 1994; FW 1994-95). Gianfranco Ferré has always rejected stereotypical ideas of femininity. For this reason, he looks at Bettina Rheims' sensual language with

curiosity, as an interpreter of a new vision of women. The photographer focuses on portraits and close-ups, highlighting the intensity of the gazes and the expressiveness of the subjects. The shots for the SS 1994 campaign are eloquent. The light is very natural and delicate, softened by black and white tones with warm hues, just as delicate and soft is the gaze of the protagonist. The collection is sophisticated, made up of pieces that belong to a timeless, classic elegance, often inspired by the male wardrobe but re-proportioned in fluid fits to highlight the sensuality of the female body. The model wears them naturally and communicates an intimate sweetness, speaking of a fashion that is neither pose nor representation but intimate pleasure and self-care. Bettina Rheims entrusted her archive, a vast corpus of over 300'000 photographic prints representing her work since the 1980s, to the Institut pour la Photographie.

Guy Bourdin

Remembered as one of the most important photographers of French *haute couture*, Guy Bourdin is known for his experimental approach and his sensual, provocative style. A complex and restless personality, marked by a life filled with tragic events, he wished for his works to be destroyed after his death. After beginning his career as a painter in the 1950s, he chose to express himself through photography. Central to his passions were art and cinema, which shaped his dreamlike and surreal vision, deeply influenced by his encounter with Man Ray. In 1955, he became a photographer for *Vogue Paris*, alongside Helmut

Newton, where he experimented with his avant-garde approach, characterised by bold shots infused with a strong seductive charge. Bourdin created emotionally cold atmospheres marked by a powerful, allusive aesthetic that contrasted with the traditional codes of fashion photography of the time. His photographic style constructed surreal, evocative settings, blending art and fashion through the expert use of light and colour, often pushed to vivid hues and extreme saturation levels. The image is fragmented, lacking apparent order, and characterised by a composition that often reversed the focus between subject and detail, foreground and background. Guy Bourdin created two advertising campaigns for Gianfranco Ferré's women's ready-to-wear collections (SS 1982; FW 1982-83). The surreal imagery and eccentric framing captured for the FW 1982-83 campaign were considered so original and uncommercial for an advertising campaign that they were instead published as an editorial with the title "Ferré: A Geometric Fashion", edited by Mirella Moretti for *Amica* magazine (October 5, 1982). In these shots, sharp cuts and colour accents highlight and sculpt the refined curves of the *Calice* shirt (FW 1982-83), framed by ruby red details. For the FW 1982-83 collection, which played on chromatic contrasts, volumes, and geometry, the choice was made to use cinematic shots – frames of moving images – where foreground and background, subject and setting created a continuous shift in perspective. The language was jarring even in the settings, as in the SS 1982 campaign, where light garments reflect unreal glimmers

and stand out against dark skies. Remembered after his death through exhibitions and books, Bourdin always refused to participate in projects dedicated to him during his lifetime, even turning down the Grand Prix National de la Photographie in 1985. Today, the photographer's legacy is preserved by the Guy Bourdin Estate.

Patrick Demarchelier

A great enthusiast of fashion and cinema, he is one of the most illustrious and renowned figures in the field of fashion photography. He began his career in Paris before moving to New York, where he contributed to covers for prestigious magazines such as *Harp-er's Bazaar*, *Vogue*, *Rolling Stone*, and *Glamour*, establishing long-lasting professional collaborations. He was the first non-British photographer to capture official portraits of Lady Diana in 1989, recognizing the incredible expressive strength of her image. He also signed the Pirelli Calendar in 2005 and 2008. His elegant and gentle approach reveals a subtle and delicate spontaneity, free from forced gestures. His photographic style seeks emotional impact through an authentic connection with the subjects of his shots, capturing spontaneous, direct gazes into the camera. His continuous search for natural, never forced sensuality translates into visual stories with strong allure, capable of capturing the essence of the moment and the soul of the time. An emotional and instinctive approach that highlights the body through clothing, enhancing volumes, details, shapes, and movements in

authentic and everyday settings. A classic style, both simple and sophisticated, with striking shots that reveal mastery in the careful use of light, colour, and black and white. Patrick Demarchelier photographed Gianfranco Ferré's collections in 6 advertising campaigns: 3 for the women's ready-to-wear collections (SS 1979, FW 2004-05, SS 2005) and 3 for the men's ready-to-wear collections (FW 2004-05, SS 2005, FW 2005-06). He was the first photographer to work with Gianfranco Ferré in 1978 for the launch of his brand. The collection was the SS 1979, focused on elegance with tailored cuts softened by light, refined fabrics. Demarchelier perfectly interprets this classic yet informal tone in a shot that almost seems like it was taken from the behind-the-scenes, thanks to the attitude and natural gestures of the models. The images from the FW 2004-05 collection show the full maturity of his visual language, which simulates life without revealing any artifice. The photographer's attention is on depicting fashion in everyday scenarios, in spontaneous and familiar gestures. For this reason, he is the ideal interpreter of Ferré's interest in fashion as a functional feature that lives within the body: everything is planned, from settings to poses and hairstyles, to convey the impression of lived-in, spontaneous elegance, with black and white adding a tone of rigor, intensity, and refinement. Patrick Demarchelier's work has been published in catalogs and displayed in international exhibitions. Today, it is kept in the archive of the Patrick Demarchelier Studio.

Herb Ritts

Herb Ritts is one of the most internationally acclaimed fashion photographers. He is remembered for his portraits – primarily in black and white – of cinema and music celebrities, which defined glamour during the 1980s and 1990s. After earning a degree in economics, he began his career by photographing up-and-coming movie stars. A series of shots taken at a gas station in San Bernardino, California, of a then-emerging Richard Gere, was published in *Vogue America* in 1978 to promote the release of *American Gigolò*. This feature launched Ritts' career as a portrait photographer, leading to collaborations with the most prestigious fashion and music magazines, such as *Vogue*, *Vanity Fair*, *Interview Magazine*, and *Rolling Stone*. He also created advertising campaigns for major brands, developing a personal and distinctive style that transcended racial and gender conventions. Ritts' photographic language was deeply influenced by his passion for art and the history of photography, which drove him to explore the plasticity of the human body and the compositional characteristics of classical art. He translated these influences into his shots through a harmonious interplay of light and volume. His work is defined by formal rigor, a keen eye for contrast, a preference for natural sunlight, and a proclivity for outdoor settings. The mastery of photographic composition in his work is the result of a constant pursuit of perfection, enhanced by the expressive power of black and white, which he used to shape the body into captivating sculptures.

Herb Ritts is the photographer who collaborated the most with Gianfranco Ferré, shooting 28 campaigns: 14 campaigns for women's ready-to-wear collections (FW 1982-83; SS 1983; FW 1983-84; SS 1984; FW 1984-85; SS 1985; FW 1985-86; SS 1986; FW 1986-87; SS 1987; FW 1987-88; SS 1988; FW 1988-89; SS 1989; FW 1994-95), 1 for haute couture collections (FW 1987-88), and 13 for men's ready-to-wear collections (FW 1982-83; SS 1983; FW 1983-84; SS 1984; FW 1984-85; SS 1985; FW 1985-86; SS 1986; FW 1986-87; FW 1987-88; SS 1988; FW 1988-89; SS 1989). The professional synergy between Gianfranco Ferré and Herb Ritts was exceptional. Over twelve-years-period of collaboration, Ritts captured Ferré's work down to the smallest detail. Each shot reflected the sense of compositional balance and harmony that Ferré himself sought, inspired by his love for classical art. The shots for FW 1985-86 are particularly eloquent: just as Greek sculpture conveys the softness of drapery within the solidity of marble, Ritts captured the gentle folds of fabrics in solid, sculpted images. The body and clothing were always the focal points, while settings and shadows vanished, leaving a background of contrasting tones. In the ready-to-wear FW 1987-88 collection, an exquisitely elegant tunic became a black, sinuous form etched in white; meanwhile, in the *haute couture* FW 1987-88 shots, a violet silk taffeta dress with geometric cuts and macro-details melded seamlessly with the model in a plastic pose that defied gravity. The photographic legacy of Herb Ritts is now preserved by the Herb Ritts Foundation, established in

2003 to safeguard his work and promote initiatives advancing the art of photography while also supporting HIV/AIDS research.

Steven Meisel

An eclectic, visionary, and cultured artist, Steven Meisel has redefined contemporary visual storytelling by establishing a new, collaborative relationship with the designers he has worked with. He has seamlessly integrated his photographic expertise with a strong background in design and styling. Meisel began his career as an illustrator after graduating in the course in Fashion Illustration from the Parsons School of Design in New York. His early work involved creating photographic test shots for models at Elite Model Management, which quickly caught the attention of leading fashion magazines. At a young age, he captured the iconic cover of *Vogue Italia* for the July/August 1988 issue, which marked the unique style of newly appointed editor-in-chief Franca Sozzani. The cover featured model Robyn Mackintosh wearing one of Gianfranco Ferré's signature white shirts. In 1992, he stirred controversy with the erotic photographs of Madonna for her book *Sex*, and in 2015, he directed the 42nd edition of the Pirelli Calendar. Meisel's inspirations are deeply rooted in art, design, cinema, architecture, and literature. His approach to photography is narrative-driven, involving elaborate set designs and a preference for black-and-white imagery, formal purity, and meticulously planned compositions. These elements come together to create sophisticated,

cinematic visual stories. With a career spanning over 40 years, Meisel has pushed the creative boundaries of fashion photography, turning it into a narrative medium capable of addressing more than just industry trends. His work often delves into provocative themes such as racism, drug addiction, narcissism, and sexuality, addressing them with sharp insight and detached elegance. His contribution has cemented fashion photography's legitimacy in representing contemporary culture in its many expressions. Steven Meisel worked on six advertising campaigns for Gianfranco Ferré, including five for the women's ready-to-wear collections (SS 1992; FW 1992-93; SS 1993; FW 1993-94; FW 2005-06) and one for the men's ready-to-wear collection (FW 1993-94). Meisel and Ferré shared a curiosity and cultural eclecticism that fuelled their collaborations. The campaigns for SS 1992 and FW 1992-93 serve as mini treatises on 20th-century arts, blending architecture,

decoration, and pop culture. These images were ideal for showcasing collections characterized by a quest for dynamism, simpler lines, and more functional garments. In the modernist setting of the Maison de Verre, heightened by the starkness of black and white, Linda Evangelista's elongated figure strikes daring poses in a witty and cultured interplay. A leap forward to 2005 reveals the evolution of their visual language, where the black-and-white aesthetic is enriched with unexpected bursts of colour. The images exude a beauty that is simultaneously decadent and fresh, with luxurious materials and dramatic volumes further accentuated by extravagant headpieces and theatrical poses. Painting and literature converge in a 'magical realism' ambiance that permeates the entire series. Steven Meisel's work has been celebrated in numerous international exhibitions held at major cultural institutions and published in highly esteemed catalogues. His photographs are preserved in the archives of Steven Meisel's studio.

**DENTRO L'OBBIETTIVO.
MODA E FOTOGRAFIA
IN DIALOGO**

Paola Bertola e Federica Vacca

DENTRO L'OBIETTIVO. MODA E FOTOGRAFIA IN DIALOGO

Paola Bertola e Federica Vacca

Gianfranco Ferré, “il Frank Lloyd Wright della moda”¹. Questa definizione, coniata da John B. Fairchild storico editore di *WWD* e poi tradotta nella più conosciuta “l’architetto della moda”, rimane tuttora un’etichetta comune per definire il lavoro dello stilista. Lui stesso la sposa, in un primo momento, da sempre consapevole dell’importanza del percorso di studi in architettura nel formare il suo modo di progettare e la sua visione della moda:

“in molti hanno definito i miei abiti ‘architetture tessili’. La definizione mi piace. Rende bene l’idea di quello che per me è l’abito: il risultato di un incontro tra forma e materia, ‘guidato’ dalla mano del creatore. Non userei altre definizioni. Semplicemente completerei questa: i miei abiti sono architetture tessili pensate per il corpo. Che il corpo rende vive”² .

Ne riconosce tuttavia ben presto il limite, perché tende a cristallizzare l’immagine del suo lavoro e a darne una definizione troppo semplicistica³. La dimensione architettonica della moda di Gianfranco Ferré viene spesso ridotta a sola cifra stilistica, alla ricerca di un certo rigore formale di impronta geometrica e modernista, molto presente in effetti nelle sue prime collezioni. La lezione dell’architettura, invece, non è per Ferré una questione di “stile”, ma piuttosto di processo, di approccio metodologico alla

1 Luisa Zargani “Gianfranco Ferré Research Center Established with Milan Politecnico” in *WWD Women’s Wear Daily*, December 3, 2021, <https://wwd.com/feature/gianfranco-ferre-research-center-established-with-milan-politecnico-1235008895/>.

2 Gianfranco Ferré, archivio, appunti per la lezione “Le forme dell’emozione. Dare forma alle emozioni”, Politecnico di Milano. Facoltà del Design Corso di laurea in Design della moda, Milano, 14 giugno 2007.

3 Enrica Morini, *Storia della moda XVIII-XX secolo* (Milano: Skira Editore, 2010).

progettazione⁴. La matrice di questa visione si può ricondurre a quella scuola di “Composizione Architettonica” che anima il dibattito culturale al Politecnico di Milano durante i suoi studi⁵. La sua Tesi di Laurea, svolta sotto la supervisione di Franco Albini, approfondisce quei principi progettuali che consentono di “comporre” spazi che possano essere adatti all’abitare. La lezione di Albini, secondo cui l’architettura deve saper superare la funzione puramente contemplativa dell’arte per poter “essere abitata”, rimane centrale per Gianfranco Ferré⁶. Così la sua moda prende forma come “spazio del corpo”, attraverso un’esplorazione continua della relazione tra abito e figura umana, alla ricerca di sempre nuovi equilibri⁷. Al centro del suo interesse non c’è quindi un “certo” stile, ma piuttosto il processo progettuale che ne è sotteso e quelle dinamiche operative, come lui stesso le definisce⁸, che lo informano e lo guidano verso il risultato voluto: creare opere d’arte che possono essere abitate dal corpo. Anzi, anche lo stile stesso, che risulta dal suo approccio metodologico, è oggetto di progettazione e in quanto tale non può essere cristallizzato in certi codici sempre uguali, anzi si evolve, cambia, si declina, come il linguaggio. Così lo sintetizza lui stesso:

“Trovo fondamentale appropriarsi di stimoli, nutrirsi di suggestioni e di impressioni, fare tesoro di esperienze varie e composite per elaborare un codice espressivo proprio. Un proprio lessico, un alfabeto, un codice di stile organizzato che può manifestarsi in infinite varianti, può evolversi nel tempo, arricchirsi, assimilare nuovi stimoli, restando però

4 Rita Airaghi, Paola Bertola e Federica Vacca, *Gianfranco Ferré Design Principles* (Milano: Corraini Editore, 2022).

5 Ernesto Nathan Rogers, *Esperienza dell’Architettura* (Milano-Ginevra: Skira, 1997).

6 Franco Albini, *Riflessioni su un Metodo* (Milano: Libri Scheiwiller, 2023).

7 Airaghi, Bertola e Vacca, 2022.

8 Gianfranco Ferré, 2007.

coerente e fedele a se stesso. Si tratta di un atteggiamento operativo e di una impostazione di metodo in cui è possibile sintetizzare la mia esperienza creativa di tutti questi anni”⁹.

Più volte nelle sue note e nelle lezioni preparate per gli studenti Gianfranco Ferré si focalizza sulla progettazione come processo, giungendo alla sintesi più organica proprio in occasione della sua ultima lezione, tenuta al Politecnico di Milano il 14 giugno 2007, intitolata “*Le forme dell’emozione. Dare forma alle emozioni*”¹⁰. In questa introduce il suo approccio metodologico a partire da tre postulati: la forma, il corpo e la materia. La *forma* rappresenta quella base di conoscenza e padronanza della dimensione “architettonica” dell’abito che ne porta a definire gli aspetti costruttivi, di rappresentazione geometrica e sviluppo tridimensionale in volumi. Il *corpo* è il “contenuto” imprescindibile dell’abito, la cui conoscenza nelle proporzioni e la cui proiezione nel movimento definiscono quegli attributi “necessari” alla forma perché divenga “abitabile”, capace di accogliere il corpo. La *materia* rappresenta la concretizzazione tangibile della forma in relazione al corpo, che Ferré, discostandosi dall’approccio più comunemente utilizzato dagli stilisti, non considera superficie tessile, ma “sostanza” da progettare essa stessa per “materializzare” la forma:

“La forma ha una sostanza che è la materia. Il processo di costruzione dell’abito coinvolge direttamente la materia e dipende da essa”¹¹.

9 Gianfranco Ferré, archivio, appunti per la lezione “Composizione e moda”, Politecnico di Milano. Seminario del corso di Teorie e Tecniche dell’architettura, Milano, 14 marzo 1997.

10 Ibid.

11 Ibid.

Nella medesima lezione, ai postulati Ferré fa seguire l'introduzione di alcune dinamiche operative che guidano la progettazione e che rappresentano quell'apparato metodologico che consente di costruire in ogni abito una relazione di unicità tra forma, corpo e materia. La forma si *compon*e attraverso una rigorosa comprensione geometrica del suo sviluppo bidimensionale e della sua proiezione in volumi di base. E si *ricalibra* attraverso la reinvenzione delle proporzioni geometriche e volumetriche, che consente quello scarto progettuale e di innovazione che rende unico ogni capo. La sostanza dell'abito, la sua identità si definisce attraverso il lavoro sulla materia, la cui invenzione e sperimentazione è continua: si *riduce*, rarefacendosi fino a scomparire per trasformare il corpo stesso e il suo movimento in sostanza dell'abito; oppure si *enfattizza* in infinite stratificazioni e metamorfosi, fino a tramutarsi in volume e forma essa stessa. Il lavoro di sintesi tra forma, corpo e materia trova definizione compiuta nell' "abitabilità" del capo. Ferré *de-costruisce* progettualmente la forma "composta" e riconduce lo spazio dell'abito alle sue componenti sia geometriche sia percettive per poterne esplorare nuove configurazioni in relazione al corpo. Come nel caso del "ricalibrare" ricerca quello scarto progettuale che dà accesso al nuovo, all'inesplorato, a dimensioni razionalmente non immediatamente visibili e solo intuitive. L'obiettivo è creare quella relazione necessaria tra attributi funzionali ed emozionali del capo, che sta alla base di una certa "qualità dell'abitare" indispensabile nella moda, così come nell'architettura. La poetica di Gianfranco Ferré nasce quindi come sintesi di questo processo progettuale, e si traduce in un linguaggio espressivo unico in cui gli elementi sintattici, ovvero le regole funzionali e compositive dell'abito, danno corpo al suo contenuto semantico, ovvero la capacità di comunicare, toccando la sfera emozionale. Si muove cioè nel solco di quel confine tra conoscenza razionale e conoscenza intuitiva che Blaise Pascal identificò nella dicotomia tra "*esprit de géométrie*" e "*esprit de finesse*"¹².

12 Pierre Force, «Géométrie, finesse et premiers principes chez Pascal», *Romance Quarterly* 50, no. 2 (Spring 2003): 121-130.

Questa impostazione metodologica è centrale rispetto alla capacità di Ferré di regia complessiva del processo, grazie alla quale la coerenza di linguaggio è rintracciabile dai primissimi schizzi di una collezione sino alla sua rappresentazione fotografica¹³. Proprio il dialogo tra progetto di moda e progetto fotografico traccia l'intera parabola del processo creativo: dall'idea iniziale, alla ricerca formale fatta attraverso il disegno; dalla ricerca e selezione dei materiali e degli accessori, allo sviluppo del cartamodello e poi dell'abito; e, infine, alla sua rappresentazione fotografica, ottenuta anch'essa attraverso un processo di composizione, ricerca, selezione. In questo racconto che va dalla moda alla fotografia e segue l'intero sviluppo dell'idea, si rintraccia il "progetto totale" di Gianfranco Ferré. Proprio perché non ancorato a codici stilistici cristallizzati, ma piuttosto a un approccio metodologico che costruisce un linguaggio in evoluzione, Ferré è in grado di tracciare una linea di continuità creativa, entrando in relazione con altre "autorialità" senza essere soverchiante. Così il dialogo tra stilista e fotografi prende vita attorno all'interpretazione delle dinamiche operative, come parte integrante del processo di progettazione e non sul terreno di uno stile comune, come più spesso accade. In questo modo l'identità dei diversi fotografi viene valorizzata ed emerge in risonanza con il lavoro dello "stilista regista", capace di intercettare le differenti sensibilità visive e armonizzarle al progetto complessivo di ogni collezione.

13 Airaghi, Bertola e Vacca, 2022.

Comporre la geometria

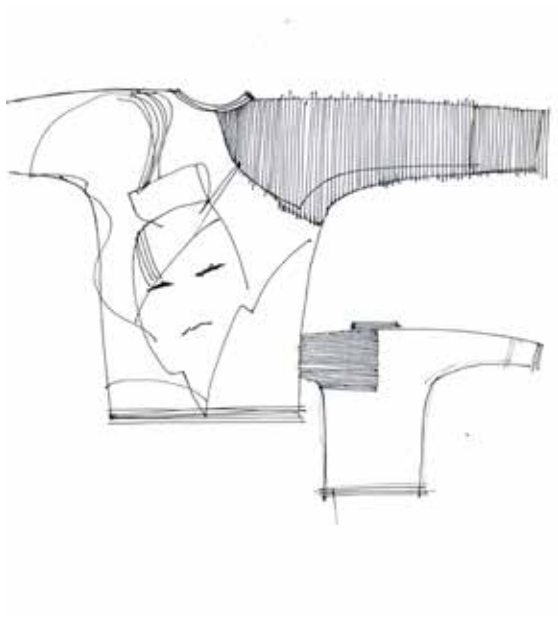
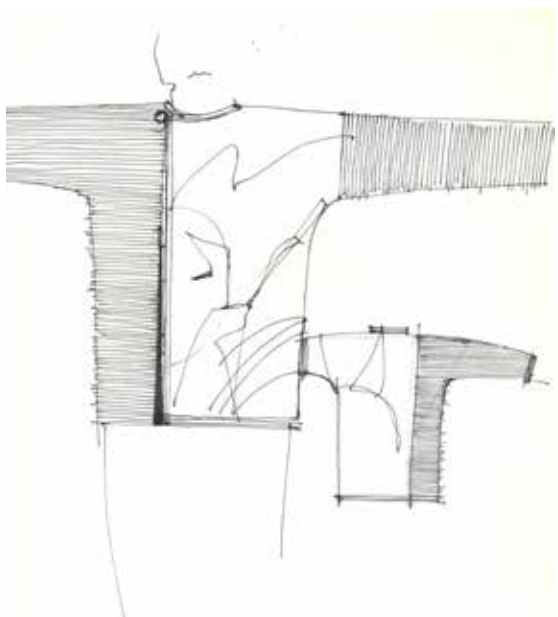
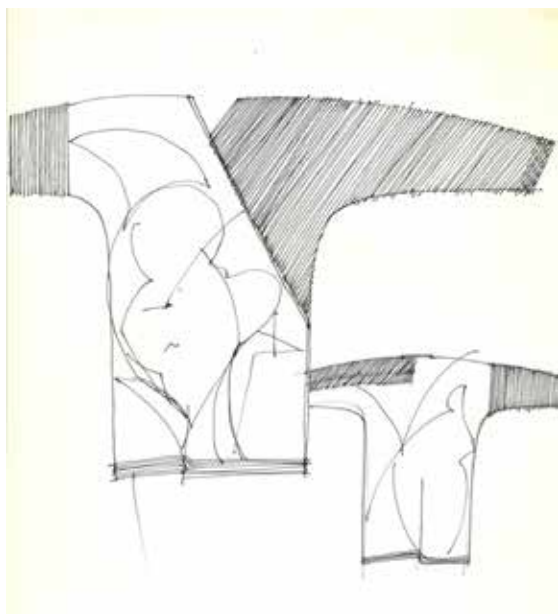
“La logica di base che guida il processo di costruzione dell’abito è quella dell’elaborazione di semplici forme geometriche in forme complesse e sviluppate nella tridimensionalità”¹⁴.

La composizione è forse il tratto più caratterizzante del modo di progettare di Gianfranco Ferré. Mutuata dall’architettura e dalle lezioni di Franco Albini, diviene sapiente combinazione di forme geometriche con la volontà di scoprirne le infinite possibilità di relazione con il corpo. Questo approccio si traduce in una continua esplorazione sulla forma dove la maestria sartoriale, le linee pure ed essenziali, le geometrie dei cartamodelli si conformano armoniosamente dando vita a inedite interpretazioni formali ed estetiche. Questo emerge con evidenza negli schizzi e bozzetti per l’AI 1981-82, dove le geometrie ruotano, si sovrappongono, si piegano. L’intento è comprenderne in profondità le potenzialità arrivando a sviluppare una serie di cartamodelli che valorizzano le forme geometriche di base attraverso sapienti tagli e costruzioni.



Disegno uscita sfilata, Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1981-82
Fashion show drawing, Ready-to-wear Fall/Winter 1981-82

14 Gianfranco Ferré, 2007.



Disegno uscita sfilata e disegni tecnici
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1981-82

Fashion show drawing and technical drawings
Ready-to-wear Fall/Winter 1981-82

L'ispirazione orientale della collezione offre un terreno di sperimentazione ideale di questo approccio, in cui la composizione è utilizzata non solo nelle forme ma anche come effetto grafico che giustappone immagini figurative a texture geometriche. Il completo capospalla, top e pantalone è una sintesi di questi elementi: i tipici giochi di piegature trasformano forme bidimensionali in volumi, creando la possibilità di infinite variazioni; i grafismi si intersecano e riempiono campiture di tessuto e geometrie variabili, contrastati dal nero; le sovrapposizioni di materiali sottolineano il gioco compositivo. L'attenzione puntigliosa al dettaglio e alla costruzione dell'abito è interpretata dal fotografo Gian Paolo Barbieri in immagini che ricercano la stessa perfezione nella composizione. Le pose sono scultoree, immobili, quasi innaturali e il controllo di luce, accenti cromatici, contrasti è massimo. La volontà è quella di replicare negli scatti una geometria pura e un linguaggio grafico che ricorda quello delle lacche orientali. La lunga collaborazione con Barbieri si colloca in una fase iniziale del lavoro di Gianfranco Ferré ed è tra le più eloquenti nell'esprimere quel "dialogo progettuale" che si instaura tra stilista e fotografo che trovano proprio nella visione compositiva piena assonanza.

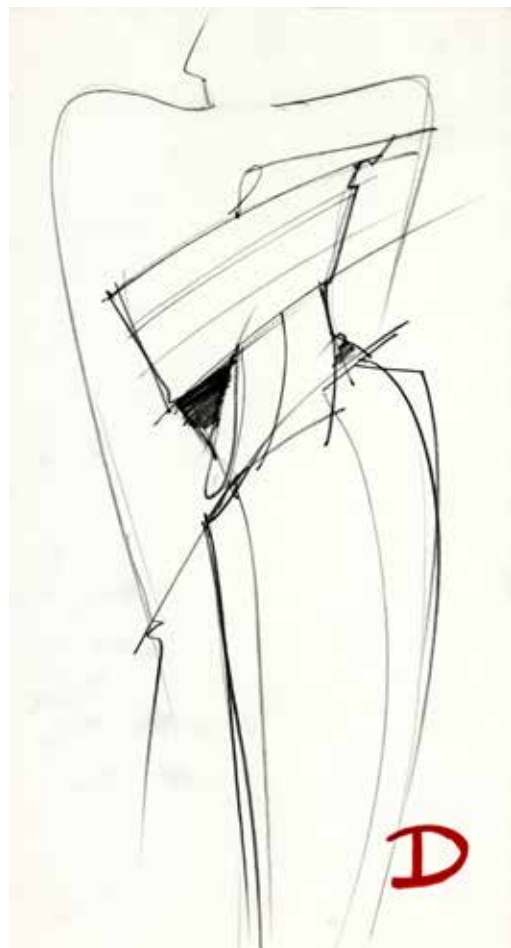


Disegno uscita sfilata, Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1981-82
Fashion show drawing, Ready-to-wear Fall/Winter 1981-82



Kimono di foggia diritta confezionato con taffetà nero e foderato in tessuto rigato stampato a pennellate multicolore. Bustier di taffetà di seta nero confezionato intrecciando fasce orizzontali e verticali di tessuto doppiato e impunturato in modo da simulare l'annodatura di un obi giapponese. Pantaloni di faille di foggia diritta, allacciati sul davanti con due pieghe inverse, che iniziano all'orlo e si approfondiscono verso la vita dove rimangono libere e aperte

Straight three-quarters jacket in black taffeta with multicolor stripe-and-brushstrokes print. Black taffeta bustier in crisscross vertical/horizontal bands of fabric doubled and stitched for a Japanese obi effect. Straight faille pants fastened in front. For decoration, two inverse pleats travel up each leg widening and opening toward the waist.



Ridurre all'essenza

“Il processo di elaborazione dell'abito si configura in molti casi [...] come eliminazione di ogni ridondanza e il risultato è un'impressione di nitore e rigore”¹⁵.

Il confronto con la moda come oggetto di progettazione porta Gianfranco Ferré a indagare la relazione tra la struttura architettonica dell'abito e il corpo in movimento. L'interesse di Ferré per il corpo è al centro del suo lavoro proprio perché dimensione che, a differenza dell'architettura, forza la progettazione a confrontarsi con forme che non avranno una natura statica, ma dinamica. Questo particolare aspetto conduce lo stilista a sviluppare una modalità di rappresentazione degli abiti “in movimento”, con tratti netti che si traducono in immagini sintetiche ed essenziali, nelle quali la matita sembra aver percorso il foglio in un unico gesto. Riduce, cioè, la rappresentazione all'essenza di quelle linee che si limitano a sottolineare i contorni della figura e quindi a capi che ne riproducono e valorizzano la *silhouette*. Emblema di questa ricerca sull'essenziale è l'abito sottoveste in seta *crêpe de chine* della prima collezione di Gianfranco Ferré (PE 1979), in cui il corpo è messo in risalto dai tagli sartoriali che ne valorizzano le proporzioni e ne seguono armoniosamente i movimenti. Emerge il rigore metodologico dell'architetto¹⁶: ogni costruzione e dettaglio è sapientemente dosato nella composizione essenziale di volumi che possano naturalmente adattarsi alla forma del corpo.

15 Gianfranco Ferré, 2007.

16 Renato De Fusco, *Storia dell'architettura contemporanea* (Roma-Bari: Laterza Editore, 2000).



Ph. Patrick Demarchelier
Prêt-à-porter Primavera/Estate 1979.
Modella: Andie MacDowell.
New York, 1978.
Diapositiva

Ph. Patrick Demarchelier
Ready-to-wear Spring/Summer 1979.
Model: Andie MacDowell.
New York, 1978.
Slide

La collaborazione con Patrick Demarchelier è terreno ideale per costruire immagini capaci di trasmettere questa ricercata naturalezza, evidente già dai primi scatti per la PE 1979, che appaiono immediati, quasi rubati dal dietro le quinte, realizzati per trasferire l'impressione di spontanea eleganza della collezione. Capi sartoriali nei tagli e sofisticati nei materiali, ma resi semplici da vestibilità fluide che la fotografia esaltata rappresentandoli nei gesti quotidiani, attraverso luci morbide e racconti che prediligono il bianco e nero. Nelle sue collezioni Ferré ricorre spesso alla sintesi e smaterializzazione delle silhouette degli abiti, come per la camicia *Libellula*: la schizza con tratti veloci, decisi, aderenti al corpo e poi slanciati nelle maniche e nel collo, a creare un senso di leggerezza, di volo libero. Il capo è impalpabile, mette il corpo in primo piano e ne esalta i contorni nell'abbondanza del collo e dei polsini. In questi progetti, in cui risuona la lezione di Albini, è la ricerca della leggerezza a prevalere: un processo progettuale complesso per un risultato essenziale, semplice. La lunga collaborazione con il fotografo Michel Comte gli offre numerosi spunti per approfondire questa dimensione perché al centro dell'attenzione del fotografo non è l'abito ma la vita, il racconto, il soggetto. Con Ferré condivide anche la gestualità veloce: scatta rapidamente, in modo spontaneo e senza soffermarsi ripetutamente sull'immagine. I suoi racconti divengono intimi e poetici, si traducono in atmosfere leggere e ovattate, per trasferire un senso di spiritualità e risultano quindi essenziali nelle scelte visive e compositive. Così è nei ritratti per l'Al 1995-96: la modella è seduta, immobile in una compostezza elegante e pensierosa; l'atmosfera è rarefatta nel prevalere del bianco, del panna, dei riflessi perlacei; solo pochi accenti di nero a definire i contorni e lo sguardo.

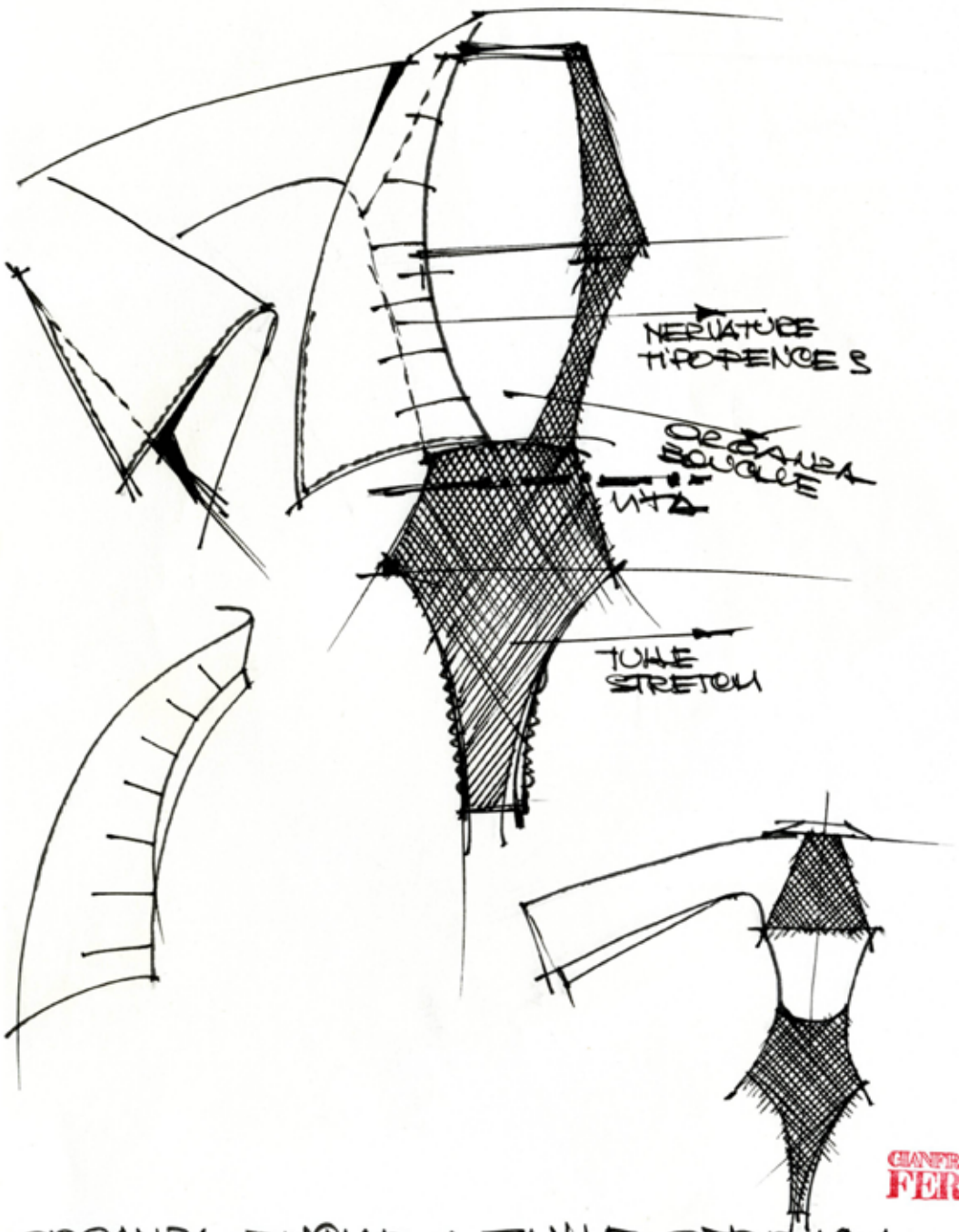
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1995-96, ph. Leonardo Salvini
Ready-to-wear Fall/Winter 1995-96, ph. Leonardo Salvini



Camicia-body trasparente in tulle stretch di colore bianco con scollatura tagliata a fascia sopra il seno. Il collo sciallato, cucito al body, si estende fino al punto vita. Al body sono ancorate le maniche a imbuto, tagliate a giro con apertura senza polsino. La superficie del collo è attraversata da ventuno nervature, disposte in orizzontale, realizzate da pince cucite a mano. La distribuzione, la disposizione e la lunghezza delle pince facilita la rotazione del collo.

Transparent bodysuit-shirt in white stretch tulle with low flat band neckline, cuffless radical construction funnel sleeves with inside opening. Shawl collar down to waist with twenty-one handsewn darts at one creating horizontal rib effect and making turning the collar wonderfully easy.

GF 241



ORGANZA BUCLES + TULLE STRETCH

GIANFRANCO
FERRE



GIANFRANCO
FERRE

Disegno uscita sfilata, Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1995-96
Fashion show drawing, Ready-to-wear Fall/Winter 1995-96



Ph. Michel Comte
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1995-96
Modella: Christy Turlington
Parigi, 1995
Prova di stampa a colori

Ph. Michel Comte
Ready-to-wear Fall/Winter 1995-96
Model: Christy Turlington
Paris, 1995
Colour print proof

Enfatizzare la materia

“Amo infinitamente associare il mio lavoro al concetto di alchimia [...] che descrive come il creatore di moda possa essere anche artefice di raffinate elaborazioni di materiali”¹⁷.

La ricerca di Gianfranco Ferré non si esaurisce nell'esplorazione della forma ma si spinge a indagare la dimensione della materia che per lo stilista non è predefinita, ma è oggetto di progettazione e sperimentazione. Non vi sono limiti dettati da codici prestabiliti, le combinazioni sono infinite: materiali classici con dettagli high-tech, tele tradizionali con tessuti preziosi, lavorazioni raffinate e materie povere. La ricerca sulla materia è l'altro caposaldo del lavoro di Ferré, postulato che rappresenta in un certo senso una polarità rispetto al “corpo”, e che nello sviluppo del suo lavoro acquisisce nel tempo sempre maggiore importanza¹⁸. Qui si rintraccia quel dibattito, presente anche in architettura e seguito al movimento moderno, che si interroga sul rapporto tra modernità e storia¹⁹. La progettazione della materia è per Ferré sperimentazione consapevole, non esercizio di stile, per indagare le dimensioni del tangibile esplorando il patrimonio di stratificazioni storiche e di saperi che caratterizza archivi e laboratori artigianali italiani²⁰. I giacimenti legati alla cultura materiale e storica sono, infatti, una fonte di ispirazione sempre più importante per Ferré che tende ad attingervi attraverso la reinvenzione e la sperimentazione tecnologica. La ricerca di enfasi spesso si traduce in una ricerca sul dettaglio ornamentale che, come il gioiello, è considerato dallo stilista elemento sostanziale a complemento dell'abito e a decoro del corpo²¹.

17 Gianfranco Ferré, archivio, appunti per la lezione “Progettare la materia”, Central Saint Martin's College of Art & Design. Phoenix Theatre, Londra, 26 novembre 1998.

18 Francesca Fabbri, *La moda contemporanea. Vol. 2: Arte e stile dagli anni Sessanta alle ultime tendenze* (Torino: Einaudi, 2021).

19 Kenneth Frampton, *Storia dell'architettura moderna* (Milano: Zanichelli, 1993).

20 Elisabetta Merlo, *Moda italiana: Storia di un'industria italiana dall'Ottocento a oggi* (Venezia: Marsilio, 2003).

21 Gianfranco Ferré, 1997.

Prêt-à-porter Primavera/Estate 1994
Ready-to-wear Spring/Summer 1994



Abito -bustier a top in gazar di seta con lunghezza asimmetrica e apertura nascosta sul centro dietro con ganci e bottoni automatici. Il capo è essenzialmente composto da un bustino e da due rettangoli che creano il corpo dell'abito. Il bustino interno ha la funzione di sorreggere il volume e il peso dell'abito.

Top bustier-dress made of silk gazar with an asymmetric length and a hidden opening at the center back, secured with hooks and snap buttons. The garment is essentially composed of a corset and two rectangular panels that form the body of the dress. The internal corset serves to support the volume and weight of the dress.



Ph. Bettina Rheims
Prêt-à-porter
Primavera/Estate 1994
Modella: Nadja Auermann
Parigi, 1993
Prova di stampa a colori

Ph. Bettina Rheims
Ready-to-wear
Spring/Summer 1994
Model: Nadja Auermann
Paris, 1993
Colour print proof



Bijou, Prêt-à-porter Primavera/Estate 1994
Bijou, Ready-to-wear Spring/Summer 1994

Progettato per arricchire la narrazione della collezione, è spesso caratterizzato da contaminazioni materiche inedite, scultoree, applicazioni preziose frutto di ispirazioni culturali o intuizioni sartoriali, lavorate con l'intento di stupire ed enfatizzare l'approccio alchemico dello stilista. Un'attenzione al dettaglio che trova un'interprete originale e sensibile nella fotografa Bettina Rheims che crea scatti capaci di tradurre ispirazioni preziose e sofisticate in un universo intimo e sospeso nel tempo. Con i suoi ritratti intensi, le distanze ravvicinate, la fascinazione per la luce riflessa nei decori preziosi e negli sguardi, racconta una femminilità fatta di gesti consapevoli e movimenti sensuali: un'eleganza che è ricercata, ma non stereotipata. La collezione AI 2000-01 è sintesi magistrale di questo eclettismo materico di Gianfranco Ferré: il volume sontuoso degli abiti è ottenuto da lunghe fasce di tessuto avvolte al corpo con un disegno spiraliforme. L'abbondanza del tessuto è accentuata dalla plissettatura e dalla stratificazione di materiali, con i preziosi bagliori metallici della seta smorzati dal tulle nero. Stessa stratificazione nei cappotti, che mescolano rigore militare e caduta morbida delle vesti da camera; sete raffinate e consumati velluti *dévoré*; stampe grafiche, intricati ricami e fodere preziose. Un'idea di eleganza sofisticata ma vissuta, naturale, che attualizza la storia attraverso uno sguardo nuovo. In tono con queste ispirazioni, la collezione prende vita in veri e propri campi lunghi, in stile cinematografico, nelle immagini create dal fotografo Peter Lindbergh, che ci trasporta in un'avventura in chiaroscuro sui tetti di Parigi. Gli scatti annotati del fotografo testimoniano la sua ricerca sempre tesa ad ammorbidire i toni, a smorzare i contrasti. Questa capacità di comunicare uno stile "vissuto" è ancor più evidente nelle fotografie della PE 2001, in cui la raffinatezza dei capi e l'opulenza dei dettagli non si traducono in un formalismo estetizzante, ma piuttosto in racconto intimo, che conserva un'anima.



Cappotto jacquard matelassé di lana/seta con disegno a piccoli rombi e motivi floreali, completamente doppiato in velluto e raso di seta. Chiusura a doppiopetto e linea avvitata, lungo sino a terra, con spacchi laterali dall'orlo al ginocchio. Bordo della parte anteriore destra con ricamo floreale su tutta lunghezza, ripreso sul fondo delle maniche.

Matelassé jacquard coat in wool/silk with a small rhombus pattern and floral motifs. The coat is fully lined in velvet and silk satin. It has a double-breast closure and fitted line extended to the floor with side slits from the hem to the knee. The edges of the left part presents a floral embroidery along the length, as well as along the hems of the sleeves.



Cappotto vestaglia in jacquard fil coupé, ciniglia, seta e lurex, di linea dritta, lungo sino a terra con orlo stonato, privo di collo, con maniche a kimono, completamente foderato in taffetà di seta con ricami a medaglioni posizionati all-over lungo l'apertura, all'orlo e al fondo delle maniche. Ricami a filo passante per accoppiare il tessuto esterno a quello interno, trattenendo l'imbottitura.

Jacquard robe coat made from fil coupé, chenille, silk and lurex. It has a straight, floor-length silhouette with a rounded hem, without collar and kimono sleeves. That coat is entirely lined in silk taffeta with all-over medallion embroidery placed along the opening, hem, and sleeve cuffs. The embroidery is done with passing thread to attach the outer fabric to the inner lining, blocking the padding.



Abito-bustier in tulle di nylon stretch. Tutta la superficie del capo è coperta da volant doppiati applicati a ranghi paralleli con balze in taffetà di seta plissettate e sfrangiate. Alcune balze hanno lunghezze differenti. Qualche punto di cucitura ferma in alcuni casi e in modi diversi la caduta delle balze per dare all'insieme un effetto più mosso e tridimensionale. Chiusura con zip laterale. Stola in taffetà di seta plissettata e sfrangiata.

Bustier-dress made from tulle nylon stretch. The entire surface of the garment is covered with pleated and fringed double taffeta ruffles, arranged in parallel rows. Some ruffles vary in length and feature trains. In some cases, the fabric's drape is blocked with stitching, in different ways, creating a three-dimensional effect. Closing with a zipper on the side. Pleated and fringed silk taffeta scarf.

Ricalibrare le proporzioni

“Esasperare le dimensioni e le proporzioni di una parte del capo, creando intenzionali ‘dismisure’ [...] che possono trasformare il più elementare degli abiti in qualcosa di completo, unico, speciale. Diventano l’anima dell’abito e nella logica della pars pro-toto sono l’abito stesso”²².

Il lavoro di Gianfranco Ferré incarna costantemente la tensione tra rigore e ricerca dell’effetto. Così la linearità delle forme elementari dell’abito concepito come oggetto d’uso è spesso contraddetta da rotture intenzionali dei canoni sartoriali. Questo si esprime in uno scarto di proporzione applicato a una parte dell’abito o a un suo dettaglio, che diviene una delle cifre tipiche del linguaggio Ferré. Il processo progettuale si trasforma così in percorso di conoscenza in cui il disegno è il primo strumento cognitivo che, attraverso una gestualità spontanea e intuitiva, consente di codificare l’idea progettuale per poi rielaborarla reiteratamente nei rapporti di proporzione tra geometrie, volumi, decori. Ogni dettaglio costruttivo o decorativo è sapientemente ri-progettato nelle forme, tecniche, processi e materiali per connotare il capo e arricchirlo di significati, garantendo l’unicità espressiva di ogni progetto. Una dinamica operativa che traspare nella serie di disegni creati per la collezione AI 1982-83, concentrati con puntigliosa ripetitività sul volume solido delle piegature della camicia *Calice* e sulle proporzioni ingigantite dei colli marinari della *Sailor Glam*. La ricerca dell’effetto sorpresa non riguarda solo le proporzioni volumetriche ma si concentra più in generale sulla creazione di contrasti: il tono scuro dei colori delle giacche accostato al bianco immacolato dei grandi colli; la morbidezza delle forme contrapposta alla rigidità delle alte fasce “da parata” in *canneté*, accese da colori primari.

22 Gianfranco Ferré, 2007.

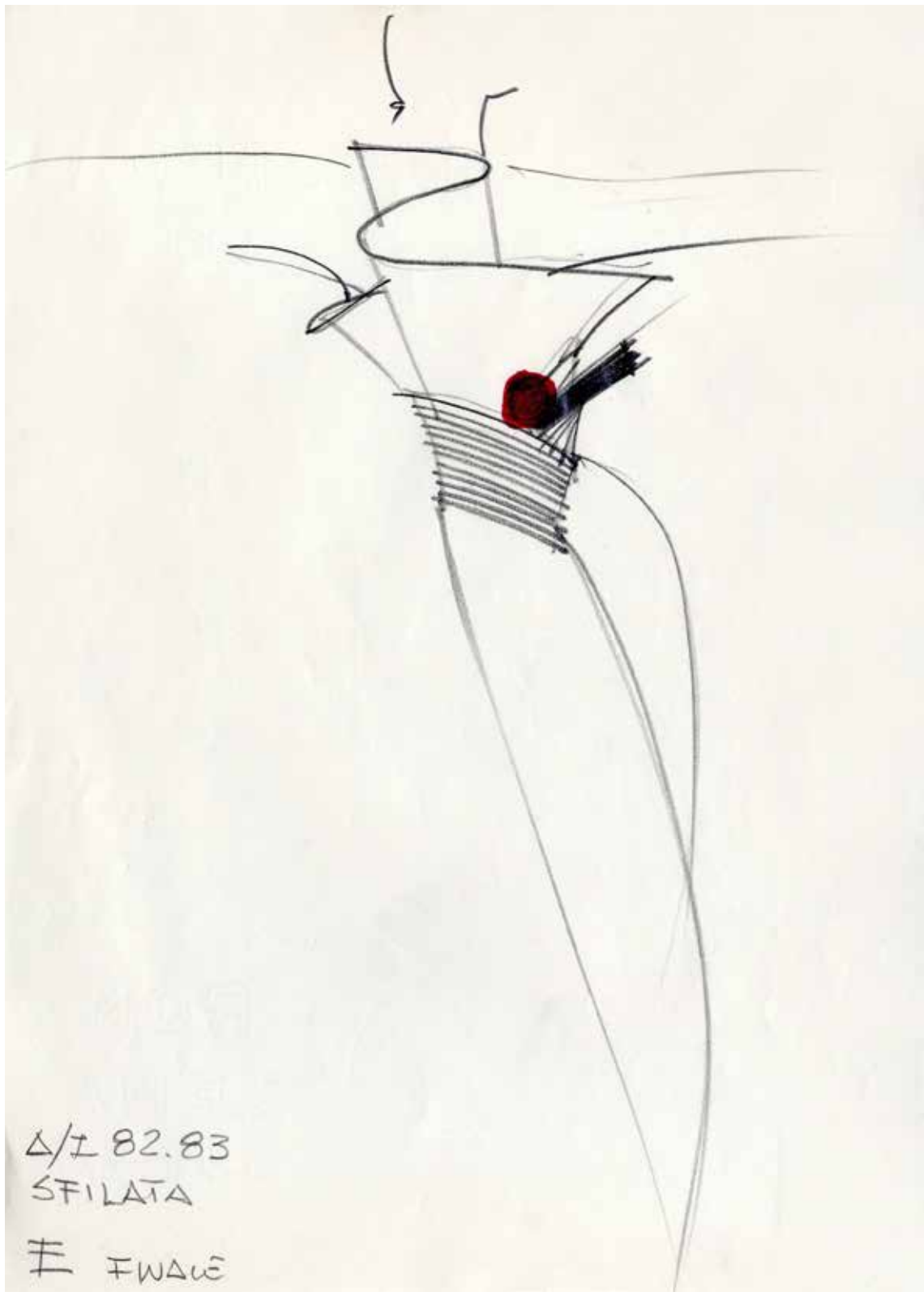


Ph. Guy Bourdin
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1982-83.
Montecatini Terme (PT), 1982.
Stampa originale d'archivio

Ph. Guy Bourdin
Ready-to-wear Fall/Winter 1982-83.
Montecatini Terme (PT), 1982.
Original archive print

L'opera di Guy Bourdin è in perfetta risonanza con questa particolare dimensione del lavoro di Gianfranco Ferré, che nei suoi scatti si traduce in scarto di prospettiva, gioco di sovrapposizione di piani che porta il soggetto sullo sfondo o ne trasforma i contorni creando una sensazione di surreale, enfatizzata da ombre nette, sfondi cupi, accenti cromatici. L'enfasi posta da Ferré sulle proporzioni delle volute delle camicie è sottolineata dal fotografo attraverso accenti di luce che le fanno spiccare rispetto ai volti e alle figure delle modelle, che rimangono quasi in ombra. I soggetti sono sullo sfondo filtrati da una cortina di steli di calle, in singolare assonanza formale con la foggia delle camicie. Il dialogo tra stilista e fotografo diviene comune capacità di reinterpretare progettualmente codici di linguaggio consolidati, e si traduce in volontà di "disorientamento", effetto sorpresa.





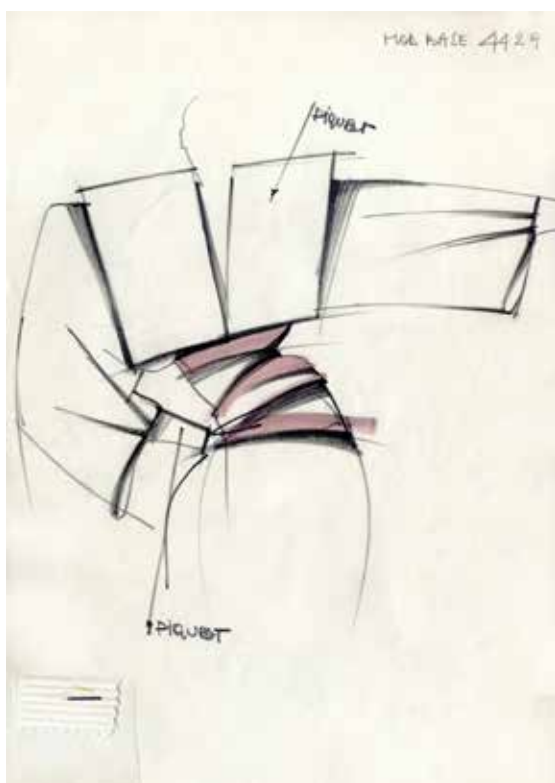
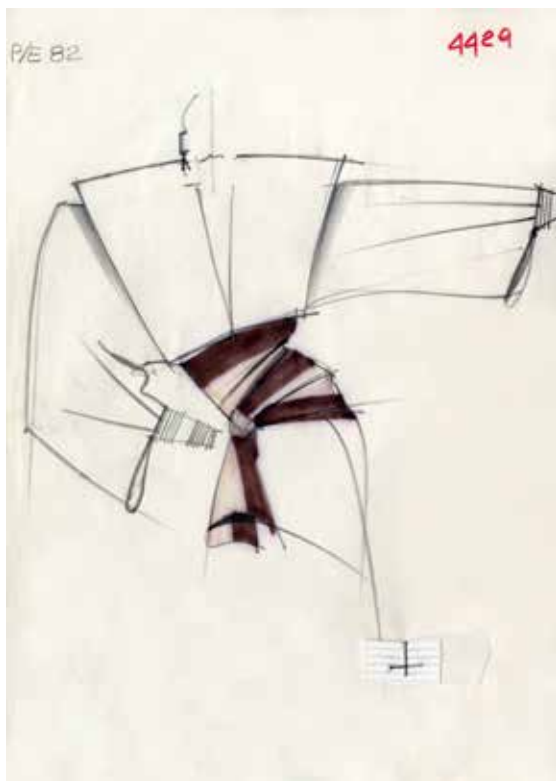
Disegno uscita sfilata, Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1982-83
Fashion show drawing, Ready-to-wear Fall/Winter 1982-83

Prêt-à-porter Primavera/Estate 1982, ph. Leonardo Salvini
Ready-to-wear Spring/Summer 1982, ph. Leonardo Salvini



Camicia in organza di seta bianca, aperta davanti e allacciata da quattro bottoni di madreperla. Ampie maniche a kimono ridotte al polso da quattro pieghe. Il dietro della camicia si restringe grazie ad un fondopiega centrale e a quattro pieghe in sbieco. Collo a plastron, di forma quadrata, in piquet di cotone bianco; a cui si connettono due pannelli rettangolari fissati parzialmente all'apertura.

White silk organza open-front blouse. Wide kimono sleeves tapering toward bottom thanks to four pleats, two-button cuffs. One central inverted pleat and four diagonal pleats make for a slimmer line in back, while two rectangular panels go from front opening all the way to the boxy white cotton piqué plastron collar. This design captures a perfect balance between the soft and luscious shape of a kimono sleeve and the severe elegance of the ample neck.



Disegni tecnici, Prêt-à-porter Primavera/Estate 1982
Technical drawings, Ready-to-wear Spring/Summer 1982



Decostruire la forma

“Creare abiti significa comporre e scomporre forme, analizzarle e conoscerle, utilizzarle e selezionarle per giungere all’effetto voluto. Come un architetto, devo pensare e agire calando le idee nella dimensione dello spazio”²³.

Gianfranco Ferré articola il proprio linguaggio come esito di un processo riflessivo e di progressiva elaborazione: parte da elementi di base codificati – la geometria, i volumi – per tradurli, attraverso l’approccio compositivo, in “spazi” rigorosi. Questo primo passaggio rappresenta una forma di conoscenza di base che lo porta poi a interrogarsi sulla rottura di questi canoni e quindi a decostruire e riassembleare i medesimi elementi per esplorarne le potenzialità. Il suo modo di progettare si muove quindi costantemente nella ricerca di equilibrio tra rigore metodologico e dimensione estetico-espressiva. In alcune collezioni, come per esempio nella Alta Moda AI 1987-88, si pone volutamente in antitesi rispetto alla composizione, a tratti adottando scelte progettuali in contraddizione con i principi di “razionalismo architettonico”. Attraverso la decostruzione della forma arriva alla scomposizione dell’abito e alla creazione di nuove geometrie che ridefiniscono i volumi attraverso sofisticate tecniche sartoriali, alla ricerca di una sintesi armonica che meglio risponda alla sua visione²⁴. Questo approccio lo avvicina al decostruttivismo e alle teorie del filosofo Jacques Derrida²⁵, secondo cui è necessario partire dalla conoscenza di strutture archetipiche da disassemblare e ricomporre per poter superare la logica logocentrica e accedere a una forma di sapere interiore che porta alla luce la dimensione intangibile,

23 Gianfranco Ferré, 1997.

24 Mark Wigley e Peter Johnson, eds., *Deconstructivist Architecture* (Catalogo della Mostra, MoMA, New York, 23 giugno-30 agosto 1988; New York: GraphicSociety Books - Little Brown and Co, 1988), 7.

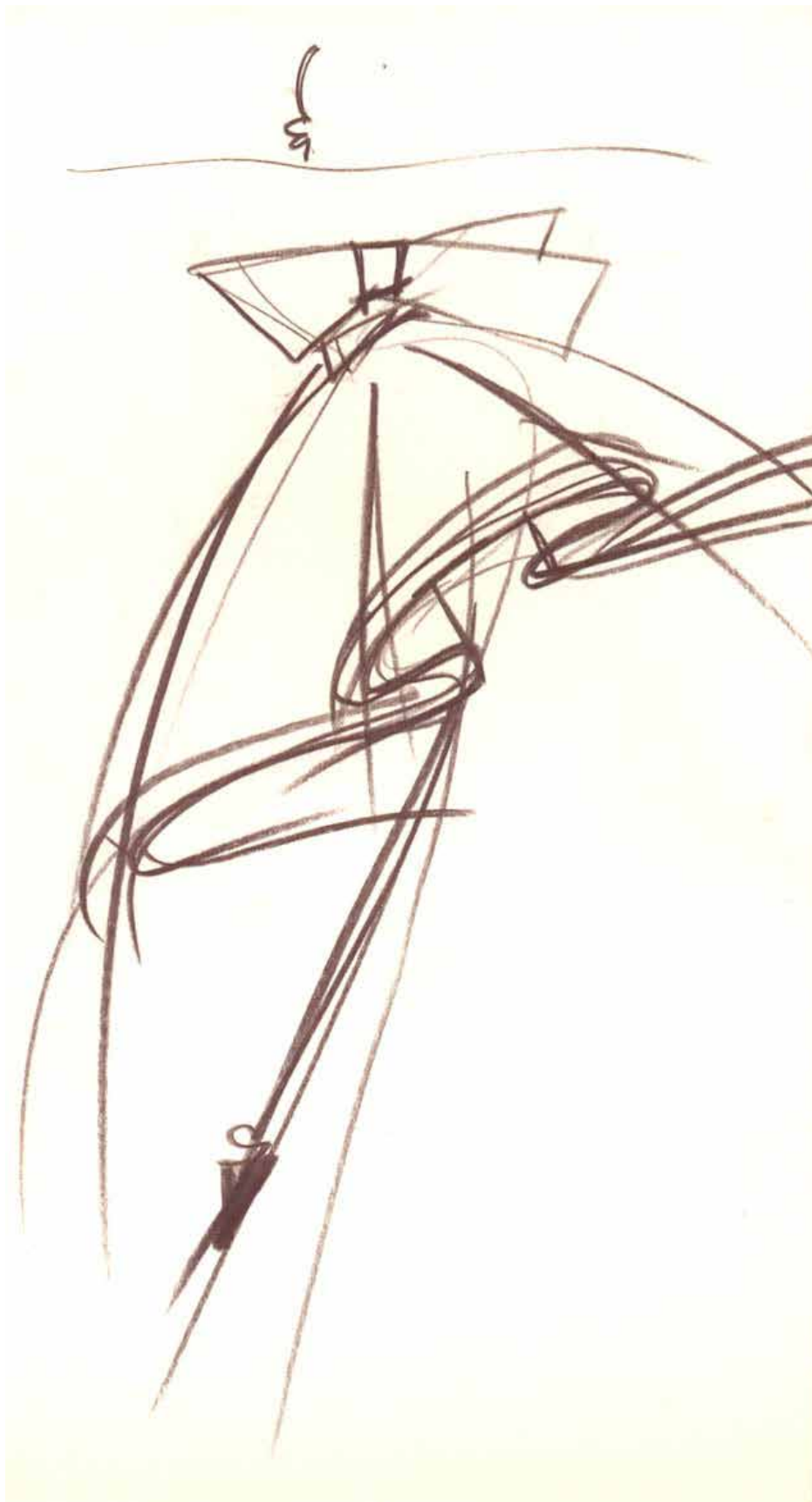
25 Jacques Derrida e Peter Eisenman, *Chora L Works: Jacques Derrida and Peter Eisenman* (New York: Monacelli Press, 1997).

intuitiva e profonda. La ricerca condotta dal Centro di Ricerca Gianfranco Ferré, utilizzando le potenzialità del digitale, consente di esplorare l'archivio Ferré codificando e rappresentando dimensioni "non visibili" del processo progettuale, talvolta ricostruendo frammenti di conoscenza persi nel corso del tempo. Dietro alla perfezione di un abito, come quello della collezione Alta Moda AI 1987-88, e alle tracce d'archivio che lo descrivono – gli schizzi, il cartamodello, le cartelle materiali – vi è un lungo processo di elaborazione e ricerca. Gli strumenti digitali consentono oggi di riannodare le relazioni tra questi frammenti, proprio attraverso un processo di de-costruzione, nel quale anche ciò di cui si è persa traccia o rappresenta una conoscenza tacita può essere codificato. Così il volume tridimensionale dell'abito è ricondotto alle sue geometrie bidimensionali di base e alle loro relazioni, fino ad arrivare a decodificare il linguaggio matematico che lo descrive. Un percorso a ritroso dentro dimensioni anche implicite della progettualità dello stilista, il cui intuito spontaneo si rivela precisione geometrica. La stessa collezione è magistralmente rappresentata dal fotografo Herb Ritts, che è tra i migliori interpreti di questa tensione ad armonizzare un principio di razionalità con la ricerca della bellezza attraverso la dimensione intuitiva ed esperienziale. Profondo conoscitore dell'arte classica, costruisce immagini cesellate come sculture, cui applica il medesimo rigore metodologico dello stilista. Anche nel suo caso la composizione finale risulta però libera, ricostruita in una forma nuova: le tre figure appaiono a un primo sguardo molto simili, anche per posa, fino a sembrare quasi la stessa modella fotografata da prospettive diverse; si rivelano però subito distinte, per piccoli scarti, come sono diversi i tre abiti, generati dalle stesse forme di base, ma ricomposte in volumi differenti.



Abito-bustier impunturato in taffetà composto da più elementi che si sovrappongono: il bustino è formato da due tronchi di cono che si aprono a corolla sul davanti. La parte inferiore è costituita da una gonna a $\frac{3}{4}$ di ruota su cui è cucito un elemento a mezza ruota che forma delle pieghe. La crinolina di nylon inserita nei profili esterni sostiene le ampiezze e favorisce un effetto plastico e tridimensionale.

Topstitched taffeta bustier-dress constructed from multiple layered elements: the bustier is composed by two cones that flare into a corolla shape on the front. The lower part features a $\frac{3}{4}$ circle skirt, with a half-circle sewn in to create pleats. The nylon crinoline inserted along the outer profiles to support the volumes, enhancing the three-dimensional plastic effect.



Disegno uscita sfilata, Alta Moda Autunno/Inverno 1987-88
Fashion show drawing, Haute Couture Fall/Winter 1987-88



Ph. Herb Ritts
Alta Moda Autunno/Inverno 1987-88.
Modelle: Louise Rawlinson, Annette Roque, Madeleine
Robinson Rundgren, Dragana Kunjadic.
Roma, 1987.
Diapositiva

Ph. Herb Ritts
Haute Couture Fall/Winter 1987-88.
Models: Louise Rawlinson, Annette Roque, Madeleine
Robinson Rundgren, Dragana Kunjadic.
Rome, 1987.
Slide

Dare forma alle emozioni

“Nei miei abiti mi sforzo di condensare sogni ed emozioni, impressioni e passioni e allo stesso tempo ragiono in termini di volumi, di strutture e geometrie [...] che danno all’abito un’identità, una sostanza e una logica”²⁶.

La poetica di Gianfranco Ferré si costruisce nell’instancabile ricerca di equilibrio tra la dimensione razionale e quella emozionale, tra ragione e sentimento. L’abito è interpretato sia come “oggetto d’uso”, capace di accogliere il corpo in movimento; sia come linguaggio, capace di entrare in relazione con la sfera percettiva ed emozionale. I principi operativi della progettazione rappresentano quegli elementi di guida metodologica che consentono di armonizzare queste due dimensioni: *téchne* e *poëtica*²⁷. L’abito rappresenta quindi una sintesi, capace di tradurre in soluzioni tecniche e volumetriche un linguaggio ricco e sofisticato, pieno di rimandi culturali e denso delle esperienze e del vissuto dello stilista. Un esempio eloquente di questa capacità di sintesi poetica è la collezione AI 2005-06, che racconta della fascinazione per certe atmosfere argentine e del gusto per memorie e ritualità del passato che vengono rilette in chiave contemporanea. Il capo iconico della collezione rappresenta una fusione armonica tra severità e opulenza, uno stile castigato e seducente insieme. La gonna è progettata per costruire un volume ampio e vaporoso intorno al corpo e creare un fruscio lieve nel movimento, accompagnando idealmente il suono di una *milonga*.

26 Gianfranco Ferré, 1997.

27 Airaghi, Bertola e Vacca, 2022.

La ricerca di un effetto sonoro che insegue un'immagine poetica si concretizza in una realizzazione tecnica complessa, fatta di fitte balze, sovrapposizioni di materiali e tagli sapienti. Il corpo è "culturalizzato" e diventa l'elemento centrale per comporre nuovi linguaggi espressivi, materici e strutturali²⁸. Il fotografo Steven Meisel condivide con Gianfranco Ferré questo eclettismo culturale che traduce in immagini in cui confluiscano rimandi a moda, arti e design, toccando talvolta temi di rilevanza sociale con uno sguardo pungente sulla contemporaneità. Per la medesima collezione, l'AI 2005-06, raccoglie lo stimolo delle ispirazioni dello stilista e le traduce in scatti intensi e pieni di contrasti, in cui pittura e letteratura si incontrano richiamando le atmosfere del 'realismo magico'. L'uso sapiente del bianco e nero dal sapore antico si accende di inaspettati riflessi e accenti di colore. Il gusto ricco e opulento della gonna si trasforma in eccesso e provocazione nell'enorme copricapo. La severità dello stile è contraddetta dalla vivacità della scarpetta da tango, che fa capolino al piede della modella; e dalla sorpresa di quel tocco rosato e floreale, del tutto innaturale.

28 Eleonora Fiorani, *Moda, corpo, immaginario. Il divenire moda del mondo fra tradizione e innovazione* (Milano: POLI.design, 2006), 17.



Gonna a balze in tulle di nylon e pizzo chantilly lunga ai piedi con apertura nel fianco sinistro. Il capo presenta una baschina in vita che arriva fino al vertice del fianco. Le balze di diversa lunghezza sono composte da lavorazioni che si ripetono in maniera alternata e costante. In particolare, le lavorazioni dei registri delle balze sono plissettature “a fisarmonica” e “a soleil”.

Flared skirt made of nylon tulle and chantilly lace that reaches the feet with an opening on the left side. The garment features a waistband that extends to the top of the hip. The ruffles, varying in length, are made from techniques, alternated in a constant way. Specifically, the pleating techniques used for the ruffles are “accordion pleats” and “sunburst pleats”.



coloredge 611220 Gianfranco Ferré

05015-01_v2.tif

Ph. Steven Meisel
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 2005-06
Modella: Elise Crombez
New York, 2005
Stampa originale d'archivio

Ph. Steven Meisel
Ready-to-wear Fall/Winter 2005-06
Model: Elise Crombez
New York, 2005
Original archive print

WITHIN THE LENS. FASHION AND PHOTOGRAPHY IN DIALOGUE

Paola Bertola and Federica Vacca

Gianfranco Ferré, “fashion’s Frank Lloyd Wright”¹. This description, coined by John B. Fairchild, the historic editor of *WWD*, and later popularised as “the architect of fashion”, remains a widely used label to define the designer’s work. Ferré himself initially embraced the title, always aware of how his studies in architecture had shaped his approach to design and his vision of fashion:

“Many people have described my clothes as works of ‘textile architecture’. I like the definition. it clearly conveys the idea of what clothing is for me: the result of an encounter between form and material, ‘guided’ by the designer’s hand. I would not choose to use any other definitions. I would simply add this: my clothes are works of textile architecture conceived for the body. Which the body brings to life”² .

However, he soon recognised the limitations of this label, as it tended to crystallise the image of his work, offering a definition that was overly simplistic³. The architectural dimension of Gianfranco Ferré’s fashion is often reduced to a mere stylistic signature, associated with a pursuit of

formal precision rooted in geometric and modernist influences, which were indeed prominent in his early collections. For Ferré, however, architecture was not about “style” but rather about process – a methodological approach to design⁴. The foundation of this vision can be traced back to the “Architectural Composition” school of thought that shaped cultural debates at the Politecnico di Milano during his studies⁵. His graduation Thesis, supervised by Franco Albini, delved into those design principles that enable the “composition” of spaces suited to human habitation. Albini’s teachings, which emphasised that architecture must transcend the purely contemplative function of art to become “livable”, remained central to Ferré’s philosophy⁶. Thus, his fashion took shape as a “space for the body”, driven by a continuous exploration of the relationship between clothing and the human form, always seeking new balances⁷. Thus, the focus of his interest is not a “particular” style, but rather the design process underpinning it and the operational dynamics, as he describes them himself⁸, that shape and guide him toward the desired outcome: creating works of art that can be inhabited by the body. Indeed, even the style that emerges from his methodological approach is itself a subject of design and, as

1 Luisa Zargani “Gianfranco Ferré Research Center Established with Milan Politecnico” in *WWD Women’s Wear Daily*, December 3, 2021, <https://wwd.com/feature/gianfranco-ferre-research-center-established-with-milan-politecnico-1235008895/>.

2 Gianfranco Ferré, archive, notes for the lesson “The Forms of Emotion. Giving Form to Feelings”, Politecnico di Milano. Facoltà del Design Corso di laurea in Design della moda, Milan, 14 June 2007.

3 Enrica Morini, *Storia della moda XVIII-XX secolo* (Milano: Skira Editore, 2010).

4 Rita Airaghi, Paola Bertola e Federica Vacca, *Gianfranco Ferré Design Principles* (Milano: Corraini Editore, 2022).

5 Ernesto Nathan Rogers, *Esperienza dell’Architettura* (Milano-Ginevra: Skira, 1997).

6 Franco Albini, *Riflessioni su un Metodo* (Milano: Libri Scheiwiller, 2023).

7 Airaghi, Bertola e Vacca, 2022.

8 Gianfranco Ferré, 2007.

such, cannot be crystallised into fixed, unchanging codes. On the contrary, it evolves, transforms, and adapts – much like language. As he likes to synthesise himself:

“I think it is fundamental to take stimuli on board, to feed on influences and impressions, to gain from varied and mixed experiences in order to develop an expressive code of your own. A vocabulary of your own, an alphabet, an organized stylistic code that can manifest itself in endless variants, can evolve in time, become enriched, absorb new stimuli, while remaining consistent and true to itself. This is a practical attitude and a methodological approach which can be used to sum up my creative experience over all these years”⁹.

Gianfranco Ferré went back to the concept of design as a process on several occasions in his notes and in his lectures prepared for students, arriving at the most organic synthesis of the concept during his final lecture, held at the Politecnico di Milano on June 14, 2007, titled “The Forms of Emotion. Giving Shape to Emotions”¹⁰. In this lecture, he introduced his methodological approach based on three key postulates: the form, the body and the matter. The *form* represents the foundational knowledge and mastery of the “architectural” dimension of the garment, leading to the definition of its constructive aspects, geometric representation and three-dimensional development into volumes. The *body* is the inseparable “content” of the garment, with its knowledge of proportions and projection in movement

defining those “necessary” attributes for the form to become “inhabitable”, capable of embracing the body. The *matter* represents the tangible realization of the form in relation to the body, which Ferré, departing from the more common among designers, does not consider as mere textile surface, but as a “substance” to be designed in itself to “materialize” the form:

“The form has a substance, which is the matter. The process of constructing a garment directly involves the matter and depends on it.”¹¹.

In the same lecture, after presenting the postulates, Ferré introduced some operational dynamics that guide the design process, representing the methodological framework that allows for the creation of a unique relationship between form, body, and matter in each garment. The form is *composed* through a rigorous understanding of its two-dimensional development and its projection into basic volumes. It is *recalibrated* through the reinvention of geometric and volumetric proportions, which enables the design shift and innovation that makes each piece unique. The substance of the garment, its identity, is defined through work on the matter, which is continuously invented and experimented with: it is either *reduced*, becoming more and more rarefied until it disappears, transforming the body and its movement into the matter of the garment itself; or it is *emphasised* in endless layers and metamorphoses, eventually becoming volume and form in its own right. The synthesis between form, body, and matter is

9 Gianfranco Ferré, archive, notes for the lesson “Composition and Fashion”, Politecnico di Milano. Seminario del corso di Teorie e Tecniche dell’architettura, Milano, 14 marzo 1997.

10 Ibid.

11 Ibid.

fully realised in the “inhabitability” of the garment. Ferré *deconstructs* the “composed” form and condenses the space of the garment to its geometric and perceptual components, in order to explore new configurations in relation to the body. As in the case of “recalibrating”, he seeks that design shift which grants access to the new, to the unexplored, to dimensions that are not immediately visible but only intuitively perceived. The goal is to create the necessary relationship between the garment’s functional and emotional attributes, which forms the basis of a certain “quality of inhabitation” essential in fashion, just as it is in architecture. The poetics of Gianfranco Ferré thus emerge as a synthesis of this design process and translates into a unique expressive language in which the syntactic elements – thus the functional and compositional rules of the garment – give shape to its semantic content, namely the ability to communicate, touching the emotional sphere. In other words, it moves in the liminal space between rational knowledge and intuitive knowledge that Blaise Pascal identified in the dichotomy between “*esprit de géométrie*” and “*esprit de finesse*”¹². This methodological approach is central to Ferré’s ability to oversee the entire process, through which the consistency of language can be traced from the earliest sketches of a collection to its photographic representation¹³. It is precisely the dialogue between fashion design and photographic design that outlines the entire trajectory of the creative process: from the initial idea, to the formal research carried out through

drawing; from the search and selection of materials and accessories, to the development of the pattern and then the garment; and finally, to its photographic representation, which is also achieved through a process of composition, research and selection. In this narrative, which spans from fashion to photography and follows the entire development of the idea, the “total project” of Gianfranco Ferré becomes evident. It is because he is not anchored to crystallised stylistic codes, but rather to a methodological approach that builds an evolving language, that Ferré can trace a line of creative continuity, engaging with other “authorial voices” without being overwhelming. Thus, the dialogue between designer and photographers comes to life around the interpretation of operational dynamics, as an integral part of the design process, rather than on the common ground of a shared style, as it is often the case. In this way, the identity of the different photographers is enhanced and resonates with the work of the “designer-director”, who can capture various visual sensitivities and harmonise them with the overall vision of each collection.

Composing geometry

*“The logic that underlies the process of garment construction is that of the elaboration of simple geometric forms into complex ones that are projected into three dimensions”*¹⁴.

Composition is perhaps the most distinctive feature of Gianfranco Ferré’s design process. Borrowed from architecture and from the lessons of Franco Albini, it becomes a skilful

12 Pierre Force, «Géométrie, finesse et premiers principes chez Pascal», *Romance Quarterly* 50, no. 2 (Spring 2003): 121–130.

13 Airaghi, Bertola e Vacca, 2022.

14 Gianfranco Ferré, 2007.

combination of geometric shapes with the desire to explore their infinite possibilities of relations with the body. This approach translates into a continuous exploration of form, where tailoring expertise, pure and essential lines and the geometries of patterns come together harmoniously, giving rise to new formal and aesthetic interpretations. This is clearly evident in the sketches and designs for the FW 1981-82 collection, where the geometries rotate, overlap, and fold. The aim is to deeply understand their potential, developing a series of patterns that enhance basic geometric forms through skilled cuts and constructions. The Eastern inspiration of the collection provides an ideal experimental ground for this approach, where composition is used not only in the shapes but also as a graphic effect that juxtaposes figurative images with geometric textures. The full ensemble – jacket, top, and trousers – is a synthesis of these elements: typical pleating transforms two-dimensional forms into volumes, creating the possibility for endless variations; the graphic designs intersect and fill sections of fabric and variable geometries, contrasted by the colour black; the overlapping of materials accentuates the compositional play. The meticulous attention to detail and the construction of the garment is interpreted by photographer Gian Paolo Barbieri in images that seek the same perfection in composition. The poses are sculptural, static, almost unnatural and the control of light, colour accents and contrasts is maximised. The intention is to replicate pure geometry and a graphic language reminiscent of Oriental

lacquerware in the photographs. The long collaboration with Barbieri takes place in the early stages of Gianfranco Ferré's work and is one of the most eloquent in expressing the "design dialogue" established between designer and photographer, who find a perfect resonance in their shared compositional vision.

Reducing to essence

"In many cases the process of formal elaboration of the garment [...] leads to the elimination of all superfluity and the result is an impression of clarity and rigor"¹⁵.

The comparison between fashion as an object of design leads Gianfranco Ferré to investigate the relationship between the architectural structure of the garment and the body in motion. Ferré's interest in the body is at the core of his work because it is a dimension that, unlike architecture, forces design to confront shapes that are not static, but dynamic. This particular aspect leads the designer to develop a mode of representing garments "in motion", with sharp lines that translate into synthetic and essential images, where the pencil seems to have marked the paper in a single gesture. In other words, he reduces representation to the essence of those lines, which only highlight the outlines of the figure and, therefore, garments that reproduce and enhance the silhouette. An emblem of this search for the essential is the silk *crêpe de chine* slip dress from Gianfranco Ferré's first collection (SS 1979), where the body is highlighted by the tailoring cuts that accentuate its proportions and follow its movements harmoniously. The

15 Gianfranco Ferré, 2007.

methodological rigor of the architect emerges here¹⁶: every construction and detail is carefully measured in the essential composition of volumes that naturally adapt to the body's shape. The collaboration with Patrick Demarchelier provides the ideal ground for creating images capable of transmitting this sought-after naturalness, evident from the first shots for the SS 1979 collection. These appear immediate, almost stolen from behind the scenes, created to convey the impression of the collection's spontaneous elegance. The pieces are tailored in their cuts and sophisticated in their materials, but made simple by fluid fits that photography elevates, representing them in everyday gestures, through soft lighting and stories that favour black and white. In his collections, Ferré often resorts to the synthesis and dematerialisation of garments silhouettes, as in the *Libellula* shirt: he sketches it with fast, decisive strokes, close to the body and then elongated in the sleeves and collar, creating a sense of lightness and free flight. The garment is weightless and brings the body to the forefront, while highlighting its contours in the abundance of the collar and cuffs. In these projects, where Albini's lessons resonate, the search for lightness prevails: a complex design process for an essential, simple result. Moreover, the long collaboration with photographer Michel Comte provides him with several opportunities to further explore this dimension since Comte's focal attention is not the garment itself but life, the story,

the subject. He shares with Ferré the same swift approach in gestures: he shoots quickly, spontaneously, without repeatedly focusing on the image. His stories become intimate and poetic, translating into light, soft atmospheres to convey a sense of spirituality, and are therefore essential in visual and compositional choices. This is evident in the portraits for the FW 1995-96 collection: the model sits, immobile, in an elegant and thoughtful composure; the atmosphere is rarefied, dominated by white, cream, and pearlescent reflections; only a few accents of black define the contours and the gaze.

Emphasizing the matter

*"I am always happy to associate my work with the concept of alchemy [...] which describes in an illuminating way how the creator of fashion can also be the inventor of refined processes for the treatment of materials"*¹⁷.

Gianfranco Ferré's exploration does not stop at investigating the form but extends to exploring the dimension of matter, which for the designer is not pre-defined but is instead a field of design and experimentation. There are no limits dictated by established codes; the combinations are endless: classic materials with high-tech details, traditional fabrics with precious textiles, refined workmanship and humble matters. The exploration of the matter is another cornerstone of Ferré's work, a postulate that in some ways represents a polarity to the "body" and, over time, has gained increasing

16 Renato De Fusco, *Storia dell'architettura contemporanea* (Roma-Bari: Laterza Editore, 2000).

17 Gianfranco Ferré, archive, notes for the lesson "Progettare la materia", Central Saint Martin's College of Art & Design. Phoenix Theatre, Londra, 26 novembre 1998.

importance in the development of his creations¹⁸. Here, we can trace the debate, also present in architecture following the modernist movement, that questions the relationship between modernity and history¹⁹. For Ferré, the design of the matter is a conscious experimentation, not an exercise in style, aimed at investigating the dimensions of the tangible by exploring the historical layers and knowledge that characterise Italian archives and artisan workshops²⁰. The deposits tied to material and historical culture are, in fact, an increasingly important source of inspiration for Ferré, who draws from them through reinvention and technological experimentation. The search for emphasis often translates into an exploration of ornamental details, which are considered by the designer as substantial elements complementing the garment and decorating the body, just like jewellery²¹. Designed to enrich the narrative of the collection, they are often characterised by new material contaminations, sculptural elements, precious applications inspired by cultural influences or sartorial insights, crafted with the intention of surprising and emphasising the alchemical approach of the designer. This attention to detail finds an original and sensitive interpreter in photographer Bettina Rheims, whose shots are capable of translating precious and sophisticated inspirations into an intimate world, suspended in time. Through her intense portraits, close-up distances,

and fascination with light reflected in the precious decorations and gazes, she portrays a femininity defined by conscious gestures and sensual movements: an elegance that is refined but not stereotypical. The FW 2000-01 collection is a masterful synthesis of Gianfranco Ferré's material eclecticism: the sumptuous volume of the garments is achieved by wrapping the body in long fabric bands with a spiral design. The abundance of fabric is accentuated by pleating and layering of materials, with the precious metallic sheen of silk softened by black tulle. The same layering is seen in the coats, which blend military rigor with the soft fall of dressing gowns; fine silks and worn velvet *dévoré*; graphic prints, intricate embroidery and precious linings. It is an idea of sophisticated yet lived-in elegance, natural, updating history through a fresh perspective. In line with these inspirations, the collection comes to life in long shots, cinematic in style, in images shot by photographer Peter Lindbergh, who transports us into an adventure of *chiaroscuro* on the rooftops of Paris. The photographer's annotated shots testify to his constant search to soften tones, to tone down contrasts. This ability to communicate a "lived-in" style is even more evident in the photographs for the SS 2001 collection, where the refinement of the garments and the opulence of the details are not translated into an aesthetic formalism, but rather into an intimate narrative that retains a soul.

18 Francesca Fabbri, *La moda contemporanea. Vol. 2: Arte e stile dagli anni Sessanta alle ultime tendenze* (Torino: Einaudi, 2021).

19 Kenneth Frampton, *Storia dell'architettura moderna* (Milano: Zanichelli, 1993).

20 Elisabetta Merlo, *Moda italiana: Storia di un'industria italiana dall'Ottocento a oggi* (Venezia: Marsilio, 2003).

21 Gianfranco Ferré, 1997.

Readjusting proportions

“Amplifying the dimensions and proportions of one part of the garment can turn the most basic of garments into something unique [...] in the logic of pars pro toto”²².

Gianfranco Ferré’s work constantly embodies the tension between rigor and the search for effect. Thus, the linearity of the basic shapes of the garment, conceived as a utilitarian object, is often contradicted by intentional breaks with sartorial conventions. This is expressed through a shift in proportion applied to a part of the garment or its detail, which becomes one of the characteristic features of Ferré’s language. The design process thus transforms into a journey of knowledge, in which the drawing is the primary cognitive tool that, through spontaneous and intuitive gestures, allows the designer to codify the design idea and then rework it repeatedly through the relationships of proportion between geometries, volumes and embellishments. Every constructive or decorative detail is skilfully re-designed in its forms, techniques, processes and matters to characterise the garment and enrich it with meaning, ensuring the expressive uniqueness of each project. This operational dynamic is evident in the series of sketches created for the FW 1982-83 collection, focusing with meticulous repetition on the solid volume of the folds of the *Calice* shirt and the exaggerated proportions of the sailor collars of the *Sailor Glam* shirt. The pursuit of surprise effects concerns volumetric proportions as well as the creation of contrasts: the

dark tone of the jackets contrasted with the immaculate white of the large collars; the softness of the shapes juxtaposed with the rigidity of the high “parade” bands in *canoné*, brightened by primary colours. The work of Guy Bourdin is in perfect resonance with this particular dimension of Gianfranco Ferré’s work, which – in his photographic language – translates into a shift in perspective, a play of overlapping planes that moves the subject to the background or alters their contours, creating a surreal feeling, emphasised by sharp shadows, dark backgrounds, and chromatic accents. The emphasis Ferré places on the proportions of the volutes of the shirts is highlighted by the photographer through light accents that make them stand out from the faces and the figures of the models, who remain almost in shadow. The subjects are placed in the background, filtered by a curtain of *calla-lily* stems, in singular formal resonance with the design of the shirts. The dialogue between designer and photographer becomes a shared ability to reinterpret established language codes, translating into a desire for “disorientation”, the element of surprise.

Deconstructing forms

“Creating clothes means composing forms and taking them apart, analysing them and understanding them, utilising them and selecting them to achieve the desired effect”²³.

Gianfranco Ferré structures his language as the result of a reflective process and its progressive development: he begins with codified basic

22 Gianfranco Ferré, 2007.

23 Gianfranco Ferré, 1997.

elements – geometry, volumes – and translates them, through a compositional approach, into rigorous “spaces”. This first step represents a form of foundational knowledge, which then leads him to question the breaking of these canons, deconstructing and reassembling the same elements to explore their potential. His design method constantly seeks a balance between methodological rigor and the aesthetic-expressive dimension. In some collections, such as in the FW 1987-88 collection, Ferré deliberately positions himself in opposition to composition, at times adopting design choices that contradict the principles of “architectural rationalism”. Through the deconstruction of the form, he breaks down the garment and creates new geometries that redefine volumes through sophisticated tailoring techniques, seeking a harmonious synthesis that better aligns with his aesthetic vision. This approach brings him closer to deconstructivism²⁴ and the theories of philosopher Jacques Derrida²⁵, who argued that it is necessary to start with the knowledge of archetypal structures to disassemble and reassemble them, thereby transcending logocentric logic and accessing a form of inner knowledge that reveals the intangible, intuitive and deep dimension. The research conducted by the Gianfranco Ferré Research Center, using digital tools, enables the exploration of the Ferré archive by coding and representing “invisible” dimensions of the design process, sometimes reconstructing fragments of knowledge lost over time. Behind the perfection

of a garment, such as the one from the Haute Couture FW 1987-88 collection, and the archival traces that describe it – sketches, patterns, material folders – there is a long process of development and research. Digital tools today allow for reconnecting the relationships between these fragments, precisely through a process of deconstruction, where even what has been lost or represents tacit knowledge can be codified. Thus, the three-dimensional volume of the garment is reduced to its basic two-dimensional geometries and their relationships, ultimately decoding the mathematical language that describes it. This backward journey uncovers even the implicit dimensions of the designer’s creativity, where spontaneous intuition reveals itself as geometric precision. The same collection is masterfully represented by photographer Herb Ritts, one of the best interpreters of this tension to harmonize a principle of rationality with the search for beauty through an intuitive and experiential dimension. A profound connoisseur of classical art, he creates images that are sculpted like statues, applying the same methodological rigor as the designer. In his case, the final composition, however, is free, reconstructed into a new form: the three figures initially appear very similar, even in pose, to the point of seeming like the same model photographed from different perspectives. However, they soon reveal themselves to be distinct, by small variations, as are the three garments, generated from the same basic forms but recomposed into different volumes.

24 Mark Wigley e Peter Johnson, eds., *Deconstructivist Architecture* (Catalogo della Mostra, MoMA, New York, 23 June-30 August 1988; New York: Graphic Society Books - Little Brown and Co, 1988), 7.

25 Jacques Derrida e Peter Eisenman, *Chora L Works: Jacques Derrida and Peter Eisenman* (New York: Monacelli Press, 1997).

Shaping emotions

*"I strive to condense dreams and emotions, impressions and passions into my clothing, and at the same time I inevitably think in terms of fall and volume, of structures and geometries [...] that give the clothing an identity, a substance and a logic"*²⁶.

Gianfranco Ferré's poetics is built on the tireless search for balance between the rational and the emotional dimensions, between reason and feeling. The garment is interpreted both as an "object of use", capable of accommodating the moving body, and as a language, capable of connecting with the perceptive and emotional sphere. The operational principles of design represent those guiding methodological elements that enable the harmonization of these two dimensions: *téchne* and *poētica*²⁷. The garment thus becomes a synthesis, capable of translating into technical and volumetric solutions a rich and sophisticated language, full of cultural references and embedded in the experiences and life of the designer. A striking example of this poetic synthesis is the FW 2005-06 collection, which reflects a fascination with Argentine atmospheres and a taste for the memories and rituals of the past, yet reinterpreted in a contemporary key. The iconic garment of the collection represents a harmonious fusion of severity and opulence, a style that is both restrained and seductive. The skirt is designed to create a wide, airy volume around the body, producing a light rustle with movement, ideally

accompanying the sound of a *milonga*. The search for a sonic effect that follows a poetic image materializes in a complex technical realization, with tight pleats, material overlays, and careful cuts. The body is "culturalized" and becomes the central element for composing new expressive, material and structural languages²⁸.

Photographer Steven Meisel shares this cultural eclecticism with Gianfranco Ferré, translating it into images in which references to fashion, art and design merge, sometimes touching on socially relevant themes with a sharp look at contemporary life. For the same FW 2005-06 collection, Meisel captures the *stimuli* of the designer and translates them into intense shots, rich in contrast, where painting and literature meet, evoking atmospheres of "magical realism". The skilful use of black and white, with an antique flavour, is lit up by unexpected reflections and splashes of colour. The rich and opulent taste of the skirt transforms into excess and provocation with the enormous headpiece. The severity of the style is contradicted by the liveliness of the tango shoe peeking from the model's foot, and by the surprise of the unnatural pink and floral touch.

26 Gianfranco Ferré, 1997.

27 Airaghi, Bertola e Vacca, 2022.

28 Eleonora Fiorani, *Moda, corpo, immaginario. Il divenire moda del mondo fra tradizione e innovazione* (Milano: POLI.design, 2006), 17.

L'ARCHIVIO DAL VIVO: DAL PROGETTO ALL'ALGORITMO

Jeffrey Schnapp, Greta Rizzi e Angelica Vandi

Come i luoghi di sepoltura reali a cui erano un tempo associati, gli archivi nacquero come siti di conservazione a lungo termine, i cui contenuti si riteneva trascendessero i confini temporali. Poche categorie di materiali erano ritenute degne di essere elevate nel loro etere sopratemporale: iscrizioni e oggetti sacri, documenti legati agli atti dei fondatori, codici legali ed editi, memorie di governo. Nell'*archivum* c'era poco spazio per documentare gli aspetti effimeri o contestati dell'esistenza umana, per non parlare delle azioni dei contemporanei o di figure periferiche. La macchina della memoria collettiva era costruita nei centri di potere non tanto per orientare le azioni quotidiane, quanto per servire come un punto di riferimento duraturo da attivare e consultare in loco, all'interno di rituali e calendari sacri. Nel corso della loro evoluzione moderna, spesso in dialogo con approcci nuovi ed estesi alla museologia, gli archivi hanno subito una democratizzazione totale che coinvolge ogni aspetto della loro esistenza, dalla natura dei documenti raccolti alle pratiche di organizzazione, consultazione ed esposizione, fino alla progettazione degli edifici che li ospitano. Oggi gli archivi raccolgono una maggiore varietà di media e materiali rispetto a qualsiasi epoca precedente¹. Questi materiali sono sempre più accessibili sia in loco che da remoto e raccontano una gamma di storie enormemente ampliata: narrazioni che si estendono dai luoghi di privilegio e potere fino alle strade e ai recessi intimi e ristretti delle esperienze individuali. Accanto ai documenti pubblici ufficiali abbondano ora *ephemera* privati. Le periferie, talvolta, riescono a farsi sentire quanto i centri. Gli oggetti analogici conducono vite parallele sempre più vibranti ed espanse accanto ai loro surrogati digitali, circondati da crescenti quantità di *metadata*, *data* e *capta*². Questi si presentano in un insieme di

1 Jeffrey Schnapp e Matthew Battles, *The Library Beyond the Book* (Harvard University Press, 2014).

2 Jeffrey Schnapp, *Digital Humanities* (EGEA, 2015).

media che estende la memoria culturale oltre il visivo, fino all'uditivo (basti ricordare che, prima del 1900, la colonna sonora della storia era disponibile solo in forma indiretta o frammentaria; oggi comprende tutto, dalle voci registrate alla musica, fino ai suoni ambientali). Infine, questo sensore culturale espanso è accompagnato da nuove forme di acquisizione e rappresentazione che consentono scale temporali inimmaginabili solo un secolo fa: dalla documentazione di macro-eventi che si sviluppano nel corso di secoli (come i cambiamenti climatici) fino a quella di micro-eventi che avvengono nell'arco di pochi secondi (ossia, istantanee). Questa espansione del raggio di azione dell'archivio offre un insieme unico di promesse e possibilità a settori della memoria culturale un tempo relativamente trascurati, come la storia della moda³. Gli abiti ci rappresentano in un modo che supera qualsiasi altra forma d'arte, pura o applicata: sono la nostra seconda pelle, una necessità pratica, ma anche il nostro modo di definirci, una scelta privata progettata per essere vista pubblicamente. Come i corpi, i vestiti sono costruzioni fragili, vulnerabili all'usura, all'invecchiamento e al decadimento. Le strategie di conservazione, di conseguenza, hanno teso a privilegiare la protezione degli abiti partendo dalle stesse energie che li portano in vita: la tattilità, il corpo in movimento, l'interazione tra tessuto e pelle. Le modalità standard di esposizione riflettono la stessa cautela: l'indumento vive solo in quarantena, in immobilità, drappeggiato sul corpo di un manichino, rinchiuso in teche di plexiglass. I nuovi archivi animati della storia della moda ci stanno trasportando oltre il paradigma conservazionista verso nuovi orizzonti, dove gli abiti tornano a essere oggetti di interazione, dove le loro architetture segrete possono essere esplorate pur rispettandone l'integrità fisica, e dove la loro materialità e movimento nello spazio e nel tempo diventano parte integrante della rete di storie che raccontano, sia su scala individuale che sociale.

3 Jeffrey Schnapp, "Animating the Archive", in *Design & Cultural Heritage, Archivio Animato* (2013): 63–80.



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1985-86
Collage bidimensionale della giacca

Ready-to-wear Fall/Winter 1985-86
Two-dimensional jacket collage



Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1985-86
Ready-to-wear Fall/Winter 1985-86

L'archivio aumentato

Il paradigma che emerge dallo scenario introdotto è quello di un archivio aumentato⁴, concepito per instaurare nuove relazioni sia tra i materiali che lo compongono, sia tra il visitatore e l'oggetto, per un'esplorazione delle sue conoscenze intrinseche. Le attività del Centro di Ricerca Gianfranco Ferré del Politecnico di Milano abbracciano questa nuova prospettiva, volta a rendere gli abiti oggetti di interazione, che non solo sostiene la diffusione della conoscenza e l'accessibilità ai contenuti, ma risponde anche alle esigenze educative, di ricerca e di coinvolgimento del pubblico contemporaneo. Ogni artefatto esposto nella mostra *Gianfranco Ferré dentro l'obiettivo* viene reinterpretato e amplificato attraverso metodologie curatoriali che integrano capacità analitiche e rappresentative delle tecnologie digitali. Lungo il percorso espositivo, l'applicazione delle tecnologie digitali si traduce in tre tipologie di esperienze, ciascuna progettata per offrire al visitatore diversi gradi di immersione nella complessità di storie e saperi legati al design di moda, accuratamente preservati nell'archivio di Gianfranco Ferré:

- **Oltre la mostra: i nuovi portali d'accesso all'archivio** La tecnologia mobile diventa il mezzo per connettere il pubblico con materiali e documentazione custoditi in archivio, offrendo accesso a contenuti esclusivi non esposti fisicamente.
- **Dal digitale al metodo: il Reverse Engineering per lo studio del patrimonio culturale** Attraverso tecnologie come la scansione 3D e la prototipazione virtuale, si esplorano nuove modalità di analisi e valorizzazione di abiti, gioielli e accessori d'archivio.
- **Creatività aumentata: l'impatto dell'intelligenza artificiale nel processo creativo** Un dibattito aperto invita il pubblico a riflettere sull'uso dell'intelligenza artificiale nella rigenerazione di materiale visivo e testuale, ispirato alla cultura materiale contenuta nel database Ferré.

Riprendendo il pensiero di Paul Saffo in un'intervista del 1997, "La tecnologia non guida il cambiamento [...]. È la nostra risposta alle tecnologie a guidare il cambiamento. In altre parole, prima inventiamo le nostre tecnologie e poi usiamo le nostre

4 Schnapp, 2013.

tecnologie per reinventare noi stessi, le nostre famiglie, le nostre società e le nostre intere culture”⁵ l’archivio viene esplorato *dal vivo*, diventando una piattaforma dinamica per la conservazione, trasmissione e diffusione culturale attraverso il digitale.

Nuovi portali d’accesso all’archivio

Da una prospettiva curatoriale, la rappresentazione del patrimonio della moda continua a riflettere una tradizione orientata all’oggetto, profondamente ancorata alla storia del costume e dello stile. Infatti, le mostre di moda tendono spesso ad adottare modalità espositive standard dove, come già introdotto, l’abito vive solo “in quarantena”, privilegiando l’estetica finale dell’oggetto custodito in archivio, celebrando la forma e l’impatto visivo, senza tuttavia esplorare a fondo il processo creativo e le intenzioni progettuali che ne hanno plasmato la realizzazione. Sebbene il digitale abbia esteso il ventaglio di media disponibili per le forme non ancorate all’oggetto⁶, nella rappresentazione e divulgazione virtuale della conoscenza della moda i curatori continuano a sperimentare con il genere espositivo, sondando il potenziale evocativo degli oggetti per generare significati ed esperienze stratificata⁷. Concentrandosi su quest’ultimo aspetto, alla luce delle opportunità derivanti dalle tecnologie digitali, queste pratiche vengono ora ripensate attraverso la codifica di nuovi metodi che ibridano le dimensioni fisiche dei patrimoni culturali legati alla moda⁸. Questi approcci ampliano significativamente lo spazio performativo degli oggetti, sviluppando narrazioni curatoriali che prendono avvio dall’oggetto stesso per poi aprirsi a prospettive analitiche trasversali⁹. L’integrazione di elementi digitali in una mostra di

5 Paul Saffo, “InfoWorld Futures Project”, *InfoWorld Futures Project*, interview, 1997.

6 Sarah Kenderdine, Lindy Hibberd, e Jeffrey Shaw, “Radical Intangibles: Materializing the Ephemeral”, *Museum and Society* 19, no. 2 (2021): 2.

7 Rachel Healy, “Immateriality”, in *The Handbook of Fashion Studies* (Bloomsbury Academic, 2013): 325-43.

8 Angelica Vandi, “Archiving Fashion Futures: Design-Driven Curatorial Practices Fostering Innovation in CCI’s”, PhD diss., Politecnico di Milano, 2024.

9 Judith Clark, “Props and Other Attributes: Fashion and Exhibition Making”, in *Fashion Curating: Critical Practice in the Museum and Beyond*, 1st ed. (Bloomsbury Publishing, 2017): 91-104.

moda consente l'accesso a una ricchezza di informazioni archivistiche sul "dietro le quinte" dell'esposizione e sull'estetica dei capi esposti, oltrepassando i confini della materialità legati all'ambiente fisico¹⁰. Questo approccio permette ai visitatori di accedere in tempo reale a un contenuto ampliato, con dettagli e contesti legati agli abiti esposti, anche se non fisicamente presenti¹¹. In questa direzione si collocano i principi curatoriali della mostra *Gianfranco Ferré dentro l'obiettivo*, il cui obiettivo è integrare la cultura materiale esposta con un patrimonio di conoscenze più ampio, custodito nei vari fondi archivistici del Centro di Ricerca. Questo intento viene realizzato sfruttando le tecnologie digitali per visualizzare ciò che O'Neill definisce il "pensare attraverso le cose"¹² tipico del processo di design di Ferré: un'analisi che rivela le fasi preliminari e tecniche della creazione, così come i contesti in cui gli oggetti sono stati concepiti, conservati, utilizzati e interpretati¹³. Attraverso questa applicazione tecnologica, l'archivio si riconfigura come un portale di accesso a una complessità di saperi che arricchiscono e approfondiscono la narrazione curatoriale esposta. Questa prospettiva sta portando a un ripensamento di ciò che Staniszewski definisce come il "potere della visualizzazione"¹⁴, in cui il mezzo utilizzato per le installazioni espositive non solo plasma i significati delle opere d'arte – richiamando il concetto di McLuhan del medium come messaggio o, provocatoriamente, "massaggio"¹⁵ – ma genera anche specifiche modalità di interazione con il contenuto, dando vita a esperienze immersive

10 Marco Pecorari, "Beyond Garments: Reorienting the Practice and Discourse of Fashion Curating", in *Fashion Curating: Critical Practice in the Museum and Beyond*, (Bloomsbury Publishing, 2018): 183-97.

11 Elisa Angeletti, Marco Gaiani, Roberto Palermo, e Simone Garagnani, "Beyond the Physical Exhibit: Enhancing, Showcasing and Safeguarding Fashion Heritage with VR Technologies", *Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage* 32 (2024): e00314.

12 Alistair O'Neill, *Exploding Fashion: Making, Unmaking, and Remaking Twentieth Century Fashion*, 1st ed. (Lannoo, 2021).

13 Daniela Calanca, "Archivi Digitali della Moda e Patrimonio Culturale tra Descrizione e Integrazione", *ZoneModa Journal* 10, no. 2 (2020): 11-25.

14 Mary Anne Staniszewski, "Museum as Website, Archive as Muse: Some Notes and Ironies of the Conventions of Display", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 6, no. 2 (2000): 10-16.

15 Marshall McLuhan, *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects* (1967).

che ridefiniscono il concetto di curatela come l'abbiamo inteso finora. In questo nuovo paradigma, l'utente non è più uno spettatore passivo, ma un fruitore attivo, guidato dal curatore verso un'esperienza di approfondimento tematico. Questa dimensione interattiva offre al pubblico la possibilità di cogliere la complessità e la ricchezza del patrimonio culturale della moda, spesso custodito negli archivi e raramente esposto per motivi di conservazione. Le tecnologie digitali, al contrario, garantiscono un accesso immediato e asincrono ai materiali digitalizzati del percorso espositivo¹⁶, estendendo la mostra oltre i suoi limiti temporali e rendendo l'archivio accessibile in modo continuo e illimitato. Attraverso una serie di codici QR che collegano ad una serie di "guide aumentate" accessibili da smartphone, gli artefatti esposti, appartenenti al fondo fotografico e vestimentario dell'archivio Ferré, creano un ponte tra il mondo fisico e quello digitale. Questa integrazione costruisce una rete informativa intorno ai materiali in mostra, offrendo un accesso privilegiato a preziose documentazioni d'archivio, approfondimenti sui principi progettuali di Ferré e sul suo percorso creativo, e una ricca narrazione sulle campagne realizzate dai grandi maestri della fotografia di moda. Tali fotografi hanno collaborato con Ferré per illustrare le sue collezioni, tracciando visivamente la sua evoluzione stilistica dalla fine degli anni '70 ai primi anni 2000. L'esperienza espositiva, così arricchita, non solo espande la fruizione estetica degli oggetti esposti, ma valorizza il contesto storico e creativo che li circonda, invitando il visitatore a un dialogo approfondito e consapevole con il patrimonio della moda di Ferré.

16 Ebrahim Nofal, Reffat M. Reffat, and A. V. Moere, "Phygital Heritage: An Approach for Heritage Communication", *iLRN 2017*.

• Playing with proportions



/Imagine
Prompt: IMG [still life image of the jacket]
+ TXT

Co-progettazione con IA:
trasformazioni sperimentali della giacca

Co-creating with AI:
exploring jacket transformations

• From paper to jacket



/Imagine
Prompt: IMG [paper pattern] +
IMG [2D striped jacket] + TXT

Co-progettazione con IA:
svelare la costruzione della giacca

Co-creating with AI:
unveiling jacket construction

Dal digitale al metodo

La digitalizzazione delle collezioni e la trasformazione degli archivi in depositi digitali segnano una nuova fase nel concetto di “preservazione”, ridefinendo non solo l’organizzazione e la struttura della documentazione d’archivio, ma anche le pratiche di accessibilità e fruizione¹⁷. Alla luce di ciò, in contesti culturali legati alla preservazione del patrimonio si stanno consolidando nuove pratiche abilitate dalle tecnologie digitali al fine di estrarre e rappresentare il sapere intrinseco legato alla serie di valori intangibili ed impliciti custoditi negli artefatti d’archivio¹⁸. Nonostante siano ancora rari i tentativi di impiegare strumenti digitali per consentire uno studio approfondito dei processi creativi e del saper fare tecnico che costituiscono l’eredità della moda, il Centro di Ricerca Gianfranco Ferré utilizza metodologie di *Reverse Engineering* (RE) per un’esplorazione aumentata degli artefatti appartenenti al fondo archivistico vestimentario, accessoriale e di gioielli di Ferré. Questa metodologia consente infatti di decostruire un artefatto d’archivio tramite un’analisi approfondita e una visualizzazione avanzata di ogni suo componente, offrendo enormi potenziali per accedere e rivelare le caratteristiche implicite e le tecniche incorporate negli artefatti d’archivio¹⁹. In questo contesto, la mostra *Gianfranco Ferré dentro l’obiettivo*, integrando il processo di RE allo studio dei capi esposti, mette in scena gemelli digitali e animazioni immersive per consentire ai visitatori l’esplorazione del processo creativo di alcuni dei capi esposti, offrendo una prospettiva analitica sulla composizione degli artefatti e rendendo la conoscenza archivistica accessibile e interattiva attraverso un utilizzo consapevole di processi abilitati dalle tecnologie digitali. Tutto ciò è reso possibile grazie alla configurazione di un contesto di ricerca altamente

17 Marco Pecorari, “Fashion Archives, Museums and Collections in the Age of the Digital”, *Critical Studies in Fashion & Beauty* 10, no. 1 (2019): 3–29.

18 Neil Nissley and Andrea Casey, “The Politics of the Exhibition: Viewing Corporate Museums Through the Paradigmatic Lens of Organizational Memory”, *British Journal of Management* 13, no. S2 (2002): S35–S45.

19 Federica Vacca e Angelica Vandi, “Fashion Archive as Metamedium: Unfolding Design Knowledge through Digital Technologies”, in *Cumulus Antwerp 2023: Connectivity and Creativity in Times of Conflict*, 379–83.

interdisciplinare che caratterizza il Centro di Ricerca, in cui competenze e metodi appartenenti a diverse discipline si integrano e si ibridano tra loro, consentendo uno studio approfondito degli artefatti tramite l'applicazione di tecniche avanzate e soluzioni tecnologiche innovative. Questa visione interdisciplinare, che fonde il patrimonio culturale con l'innovazione e la tecnologia, si traduce in un approccio per lo studio e la rappresentazione dei processi attraverso la decostruzione e ricostruzione degli artefatti. Infatti, seguendo le fasi di acquisizione, scansione, prototipazione virtuale e risimulazione delle caratteristiche compositive e di assemblaggio, si giunge a una codifica digitale del processo creativo originario, rivelando al contempo il prezioso sapere che questi artefatti racchiudono. L'uso di scanner 3D per l'acquisizione delle forme e dei cartamodelli, l'impiego di software come CLO3D per la prototipazione del gemello digitale, e l'adozione di tecniche immersive di *Extended Reality*, permettono di visualizzare il capo in una dimensione "esplosa" e "aumentata". Questo porta il delinearsi di scenari di innovazione legati alle interazioni uomo-macchina, per offrire esperienze fuori dall'ordinario nella percezione della materialità, del movimento, e dei processi manifatturieri degli artefatti di moda, svelando forme primarie di conoscenza che sfuggirebbero alla semplice osservazione di un capo esposto²⁰. A valle del processo di RE si inseriscono anche le tecnologie di manifattura additiva, prima fra tutte la stampa 3D, che reintroduce la fisicità nell'artefatto digitale, rimaterializzando i processi e ricostruendo il sapere culturale racchiuso negli oggetti. Dopo la decostruzione e la digitalizzazione dell'artefatto originale, la stampa 3D consente di trasformare il prototipo virtuale in un oggetto fisico.

Questo processo non solo permette di preservare e studiare la cultura materiale d'archivio²¹, ma la creazione di repliche fisiche consente un'esperienza multisensoriale che ne arricchisce la percezione²².

Creatività aumentata

Trascorsi oltre ottant'anni dalla sua prima teorizzazione, formulata da McCulloch e Pitts nel 1943, l'intelligenza artificiale (IA) rivela oggi la sua sorprendente versatilità e il suo impatto in vari ambiti del sapere. È il 2021 a fare da spartiacque, segnando un cambio di paradigma nella percezione della tecnologia e nella ridefinizione del rapporto tra uomo e macchina. Il rilascio commerciale da parte di OpenAI di strumenti di IA per la produzione di contenuti visivi e testuali²³, attraverso semplici comandi in linguaggio naturale, ha conferito alla tecnologia un ruolo collaborativo. Si inizia così a instaurare una relazione dialogica tra l'umano e lo strumento, che permette di esplorare diverse sfumature della conoscenza, spaziando dal ragionamento logico alla produzione creativa²⁴. In questo scenario, anche i settori creativi e culturali sono stati investiti dalla rivoluzione nella produzione dei media introdotta dall'IA²⁵. Le sue capacità generative sono state progressivamente sfruttate per l'esplorazione e la conversione digitale dei contenuti²⁶, aprendo nuovi percorsi per la diffusione dei patrimoni culturali. All'interno di questo contesto trasformativo, il Centro di Ricerca Gianfranco Ferré sperimenta le potenzialità offerte da questi

21 Angelica Vandi, Paola Bertola, e Eunjung Suh, "Human-Computer Interactions to Rematerialize Fashion Heritage Artifacts: A Collaborative Project Between the Gianfranco Ferré Research Center Politecnico di Milano and the Massachusetts Institute of Technology", *Fashion Highlight 3* (2024): 3.

22 Michael Neumüller, Andreas Reichinger, Florian Rist, and Christian Kern, "3D Printing for Cultural Heritage: Preservation, Accessibility, Research, and Education", in *3D Research Challenges in Cultural Heritage: A Roadmap in Digital Heritage Preservation*, ed. M. Ioannides and E. Quak (Springer, 2014), 119–134.

23 Dirk H.R. Spennemann, "ChatGPT and the Generation of Digitally Born "Knowledge": How Does a Generative AI Language Model Interpret Cultural Heritage Values?" Preprint. *Computer Science and Mathematics* (2023).

24 Radanliev, Petar. "Artificial Intelligence: Reflecting on the Past and Looking Towards the Next Paradigm Shift", *Journal of Experimental & Theoretical Artificial Intelligence* (2024): 1–18.

25 Lev Manovich, *Seven Arguments About AI Images and Generative Media* (2023).

26 European Commission, Directorate General for Communications Networks, Content and Technology, *Opportunities and Challenges of Artificial Intelligence Technologies for the Cultural and Creative Sectors* (Publications Office, 2022).

nuovi strumenti tecnologici nell'esplorazione dei suoi preziosi fondi archivistici. Il progetto *Il linguaggio Ferré: dal progetto all'algoritmo*, presentato all'interno della mostra *Gianfranco Ferré dentro l'obiettivo*, mette in dialogo i principi progettuali di Ferré con una reinterpretazione mediata dall'IA. Al centro di questa narrazione, la giacca in duchesse di seta a righe della collezione Autunno/Inverno, Prêt-à-porter 1985, che diventa simbolo e filo conduttore del racconto. Attraverso i materiali d'archivio correlati come il cartamodello, le fotografie di sfilata, le immagini editoriali, i campioni di tessuto e i video di sfilata, prende vita il processo creativo di Ferré, visualizzando le dinamiche progettuali che hanno portato alla realizzazione del capo. Nella seconda parte del video, questi stessi materiali – archivio e il linguaggio di Ferré – diventano il bacino di conoscenza dal quale l'IA attinge per dar vita a inedite reinterpretazioni dell'iconica giacca. Il progetto intende esplorare una rinnovata percezione dei contenuti d'archivio attraverso l'IA: il materiale visivo o testuale, che sia, non è più solo una testimonianza del passato, ma diventa una fonte di ispirazione per il futuro, un dato vivo, pronto per essere scoperto, trasformato e reinterpretato. L'archivio Ferré si trasforma così, passando dalla sua tradizionale connotazione di bene storico e culturale a risorsa dinamica, il dataset dal quale l'algoritmo estrae informazioni per generare nuove creazioni²⁷. Il video si fa così testimone dell'impatto dirompente che l'IA generativa sta avendo nei settori creativi e culturali, rappresentando l'ultimo capitolo di un lungo processo evolutivo che, nel corso dei secoli, ha ridefinito il ruolo del progettista e il suo rapporto con i medium a supporto della produzione creativa. Dalle tecniche di rappresentazione affidate esclusivamente al gesto manuale, si è passati ai primi dispositivi ausiliari, come la camera lucida, fino a conferire alla tecnologia un ruolo sempre più centrale nella creazione: dalla macchina fotografica e da presa alle tecniche di fotogrammetria e cattura volumetrica, fino all'uso dei software 3D e, infine, alla generazione

27 Rob Meyer, "The New Value of the Archive: AI Image Generation and the Visual Economy of 'Style'" (2023).

automatica di contenuti su base algoritmica²⁸. Quest'ultima innovazione tecnologica è ormai parte integrante dei processi creativi, dove l'IA contribuisce alle esplorazioni visive, ispirandosi a stili, forme, colori e materiali radicati in una storia e un immaginario definiti, ma reinterpretandoli in modo innovativo²⁹. Così, non solo cambia il modo di produrre nuovi contenuti, ma anche quello di conservare e comunicare quelli già esistenti. Proprio questa idea di dialogo tra conoscenza consolidata e inedite interpretazioni contemporanee rappresenta il punto di partenza del progetto *Il linguaggio Ferré: dal progetto all'algoritmo*, in cui le dinamiche progettuali di Ferré – *comporre, ricalibrare, enfatizzare, ridurre e decostruire* – trascendono il loro ruolo di preziosa testimonianza del processo creativo nella moda, diventando espediente narrativo di un rapporto tra designer e tecnologia. Il video accompagna lo spettatore attraverso le diverse fasi del processo creativo: dall'ispirazione allo studio delle forme, fino alla materializzazione della giacca, per poi esplorarne la decostruzione, espressa attraverso il cartamodello che ne rivela la natura geometrica, frutto della formazione da architetto di Ferré. Quest'ultima immagine segna lo snodo della narrazione, il punto di partenza per l'esplorazione delle capacità progettuali dell'IA, in un confronto tra passato e presente. L'intervento del designer, un tempo espresso attraverso il segno grafico, diventa ora un *prompt* che avvia nuove generazioni e interpretazioni dei materiali d'archivio. Attraverso un'interazione ripetuta con gli strumenti di IA generativa, come Midjourney per la creazione di immagini e Runway.ml per la generazione di video, vengono ripercorse le dinamiche progettuali, creando un *continuum* tra la creatività umana e quella della macchina, tradotto in una nuova esplorazione visiva. Il video *Il linguaggio Ferré: dal progetto all'algoritmo* invita a riflettere sul ruolo che l'IA può assumere nell'esplorazione creativa, coinvolgendo il fruitore in un dibattito filosofico sul significato della creatività e aprendo scenari in cui la sua tradizionale natura

28 Manovich, 2023.

29 Johannes Suessmuth, Felix Fick, e Sander Van Der Vossen, "Generative AI for Concept Creation in Footwear Design", *ACM SIGGRAPH 2023 Talks* (2023): 1–2.

esclusivamente umana lascia il posto a una sua espressione artificiale³⁰. Si articola così un confronto tra chi sostiene che l'IA non sia in grado di generare novità³¹ e chi, al contrario, propone di considerare il suo contributo creativo, lasciando alla capacità umana³² il compito di discernere se un'opera sia frutto della mano di un artista o di un algoritmo. Nonostante le diverse prospettive, un punto rimane certo: l'uomo resta al centro del processo. È colui che crea la macchina, la guida, ne supervisiona le azioni, adatta le generazioni e seleziona i risultati³³. In quest'ottica, l'IA diventa uno strumento che amplifica la creatività umana³⁴, assumendo il ruolo di assistente all'interno di una dinamica di co-creazione ibrida. Il creativo sfrutta così le sue capacità mediatrici³⁵ per esplorare e reinterpretare il vasto archivio di conoscenze, agendo con consapevolezza e senza antropomorfizzare la sua natura di macchina, evitando di affidarsi ciecamente alle sue capacità³⁶. Infatti, per quanto sofisticato possa essere l'algoritmo, le generazioni prodotte dall'IA acquistano significato solo attraverso la reinterpretazione umana. Se lasciate a loro stesse, queste creazioni restano stocastiche, prive di una visione d'insieme e di quella contestualizzazione che solo l'artista umano è in grado di conferire³⁷.

- 30 Hind Benbya, Felix Strich, Thomas Tamm, e Deakin University, "Navigating Generative Artificial Intelligence Promises and Perils for Knowledge and Creative Work", *Journal of the Association for Information Systems* 25, no. 1 (2024): 23–36.
- 31 Francesco Crimaldi e Matteo Leonelli, "AI and the Creative Realm: A Short Review of Current and Future Applications", preprint, *arXiv*, 2023.
- 32 Simon Colton, "The Painting Fool: Stories from Building an Automated Painter", in *Computers and Creativity*, a cura di Jon McCormack e Mark d'Inverno (Springer Berlin Heidelberg, 2012), 3–38.
- 33 François Vinchon, et al, "Artificial Intelligence and Creativity: A Manifesto for Collaboration", *The Journal of Creative Behavior* 57, no. 3 (2023): 597.
- 34 Zorana Ivchevic, *ibid.*
- 35 Dennis P. Atkinson e David R. Barker, "AI and the Social Construction of Creativity", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 29, no. 4 (2023): 1054–69.
- 36 Thilo Hagendorff, "Mapping the Ethics of Generative AI: A Comprehensive Scoping Review", preprint, *arXiv*, 2024.
- 37 Rachel Twomey, "Communing with Creative AI", *Proceedings of the ACM on Computer Graphics and Interactive Techniques* 6, no. 2 (2023).

FERRÉ'S LANGUAGE:
FROM PROJECT TO ALGORITHM

Jeffrey Schnapp, Greta Rizzi
e Angelica Vandì

Like the royal burial grounds with which they were once associated, archives were born as sites of long-term conservation whose contents were thought to have transcended temporal bounds. Few categories of materials were believed to be worthy of elevation into their supratemporal ether: sacred inscriptions and objects, documents associated with the acts of founding forerunners, legal codes and edicts, the memories of statecraft. In the *archivum* there was little space for documenting the evanescent or contested features of human existence, not to mention the actions of contemporaries or peripheries. The collective memory machine was built in centres of power not so much to inform everyday actions as to serve as an enduring hub of reference to be activated and accessed onsite within ritual settings and sacred calendars. In the course of their modern history, often in conversation with new and expanded approaches to museology, archives have undergone a wholesale democratization that touches every aspect of their being, from the nature of the documents collected to practices of organization, consultation, and display to the design of the buildings that house them. Archives now collect more varieties of media and materials than in any preceding epoch¹. These materials are increasingly accessible both on-site and off-site. And they tell a vastly expanded

set of tales: stories that extend from places of privilege and power out into the streets and down into the narrow and intimate nooks and crannies of individual experience. Private ephemera abound alongside official public documents. Peripheries are now sometimes able to speak as loudly as centres. Analog objects lead increasingly vibrant, expanded double lives alongside digital surrogates surrounded by growing haloes of metadata, data, and *capta*². They do so in an array of media that extends cultural memory beyond the eye to, for instance, the ear (it suffices to recall that, before 1900, the soundtrack of the historical record was available only in indirect or fractured form; today it encompasses everything from recorded voices to music to environmental sound). Last but not least, this expanded sensorium of cultural memory is accompanied by new forms of capture and representation that allow for timescales that would have been inconceivable only a century ago: from documentation of macro-events that occur over centuries (like environmental changes) to that of micro-events that occur on the scale of seconds (*viz.* snapshots). This expansion of the compass of archival activation tenders a unique set of promises and possibilities to once relatively neglected sectors of the cultural record such as fashion history³. Clothing is us in ways that exceed that of nearly any form of art, pure or applied: it's humanity's second skin, a practical necessity but equally our mode of self-fashioning, a private choice designed for public view. Like bodies, clothes are fragile

1 Jeffrey Schnapp e Matthew Battles, *The Library Beyond the Book* (Harvard University Press, 2014).

2 Jeffrey Schnapp, *Digital Humanities* (EGEA, 2015).

3 Jeffrey Schnapp, "Animating the Archive", in *Design & Cultural Heritage*, *Archivio Animato* (2013): 63–80.

constructs, vulnerable to wear and tear, aging and decay. Preservation strategies have, accordingly, erred on the side of shielding clothes from the very energies that bring them into the world to begin with: tactility, the body in motion, the interplay of cloth and skin. Standard modes of display reflect the same caution: the garment lives on only in quarantine, in stillness, draped on the body of a mannequin, caged inside plexiglass. The new animated archives of fashion history are transporting us beyond the preservationist paradigm towards new horizons where garments again become objects of interaction, where their secret architectures can be explored even as we honour their physical integrity, and where their materiality and movement in time and space become integral to the web of stories that they tell, whether on the scale of individuals or society as a whole.

The augmented archive

The paradigm emerging from the introduced scenario is that of an augmented archive⁴, designed to establish new relationships both among the materials it comprises and between the visitor and the object, fostering an exploration of its intrinsic knowledge. The activities of the Gianfranco Ferré Research Center at the Politecnico di Milano embrace this new perspective, aiming to transform garments into objects of interaction. This approach not only supports the dissemination of knowledge and accessibility to content but also addresses the educational, research, and engagement needs of contemporary audiences. Each artefact displayed in the exhibition *Gianfranco Ferré within the lens*

is reinterpreted and amplified through curatorial methodologies that integrate the analytical and representational capabilities of digital technologies. Throughout the exhibition, the application of digital technologies translates into three types of experiences, each designed to offer visitors various degrees of immersion into the complexity of stories and knowledge related to fashion design, meticulously preserved in the Gianfranco Ferré archive: *Beyond the exhibition: new gateways to the archive* Mobile technology becomes the means to connect the public with materials and documentation stored in the archive, offering access to exclusive content not physically displayed. *From digital to method: Reverse Engineering for the study of cultural heritage* Through technologies such as 3D scanning and virtual prototyping, new methods of analysing and enhancing garments, jewellery, and accessories from the archive are explored. *Augmented creativity: the impact of Artificial Intelligence on the creative process* An open discussion invites the public to reflect on the use of artificial intelligence in regenerating visual and textual material inspired by the tangible culture within the Ferré database. Drawing on Paul Saffo's 1997 interview statement, "Technology does not drive change [...]. It is our response to technology that drives change. In other words, we first invent our technologies and then use our technologies to reinvent ourselves, our families, our societies, and our entire cultures"⁵, the archive is explored in real-time, becoming a dynamic platform for cultural preservation, transmission, and

4 Schnapp, 2013.

5 Paul Saffo, "InfoWorld Futures Project", *InfoWorld Futures Project*, interview, 1997.

dissemination through digital means.

Beyond the exhibition

From a curatorial perspective, the representation of fashion heritage continues to reflect an object-oriented tradition, deeply rooted in the history of costume and style. Indeed, fashion exhibitions often adopt standard display methods where, as previously mentioned, garments exist solely “in quarantine”, prioritising the final aesthetic of the archived object. This approach celebrates the form and visual impact of the piece without delving deeply into the creative process or design intentions that shaped its creation. While digital technologies have expanded the range of media available for non-object-based forms of representation⁶, in the virtual dissemination of fashion knowledge, curators continue to experiment with the exhibition genre, exploring the evocative potential of objects to generate layered meanings and experiences⁷. Focusing on this latter aspect, and considering the opportunities afforded by digital technologies, these practices are now being reimagined through the development of new methodologies that hybridise

the physical dimensions of cultural heritage linked to fashion⁸. These approaches significantly broaden the performative space of objects, creating curatorial narratives that begin with the object itself and then open to cross-disciplinary analytical perspectives⁹. Integrating digital elements into a fashion exhibition allows access to a wealth of archival information about the “behind-the-scenes” aspects of the display and the aesthetics of the garments showcased, transcending the material constraints of the physical setting¹⁰. This approach enables visitors to access expanded content in real-time, offering details and contexts related to the exhibited garments, even when they are not physically present¹¹. The curatorial principles of the exhibition *Gianfranco Ferré within the lens* aims to integrate the material culture on display with a broader repository of knowledge preserved within the various archival collections of the Research Center. This objective is achieved by leveraging digital technologies to visualise what O’Neill describes as “thinking through things”¹², a hallmark of Ferré’s design process. This approach

6 Sarah Kenderdine, Lindy Hibberd, e Jeffrey Shaw, “Radical Intangibles: Materializing the Ephemeral”, *Museum and Society* 19, no. 2 (2021): 2.

7 Rachel Healy, “Immateriality”, in *The Handbook of Fashion Studies* (Bloomsbury Academic, 2013): 325-43.

8 Angelica Vandi, “Archiving Fashion Futures: Design-Driven Curatorial Practices Fostering Innovation in CCIs”, PhD diss., Politecnico di Milano, 2024.

9 Judith Clark, “Props and Other Attributes: Fashion and Exhibition Making”, in *Fashion Curating: Critical Practice in the Museum and Beyond*, 1st ed. (Bloomsbury Publishing, 2017): 91-104.

10 Marco Pecorari, “Beyond Garments: Reorienting the Practice and Discourse of Fashion Curating”, in *Fashion Curating: Critical Practice in the Museum and Beyond*, (Bloomsbury Publishing, 2018): 183-97.

11 Elisa Angeletti, Marco Gaiani, Roberto Palermo, e Simone Garagnani, “Beyond the Physical Exhibit: Enhancing, Showcasing and Safeguarding Fashion Heritage with VR Technologies”, *Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage* 32 (2024): e00314.

12 Alistair O’Neill, *Exploding Fashion: Making, Unmaking, and Remaking Twentieth Century Fashion*, 1st ed. (Lannoo, 2021).

analyses the preliminary and technical stages of creation, as well as the contexts in which the objects were conceived, preserved, used, and interpreted¹³. Through this technological application, the archive is reconfigured as a gateway to a complexity of knowledge that enriches and deepens the curatorial narrative presented in the exhibition. This perspective is leading to a rethinking of what Staniszewski describes as the “power of visualisation”¹⁴, where the medium used in exhibition installations not only shapes the meanings of artworks – recalling McLuhan’s concept of *the medium as the message* or, provocatively, the “massage”¹⁵ – but also generates specific modes of interaction with the content, creating immersive experiences that redefine the concept of curatorship as we have traditionally understood it. In this new paradigm, the user is no longer a passive spectator but an active participant, guided by the curator towards an experience of thematic exploration. This interactive dimension offers the public the opportunity to grasp the complexity and richness of fashion’s cultural heritage, often preserved in archives and rarely exhibited due to conservation concerns. Digital technologies, by contrast, provide immediate and asynchronous access to digitised materials from the exhibition¹⁶, extending the show beyond its temporal boundaries and

making the archive continuously and unlimitedly accessible. Through a series of QR codes linking to “augmented guides” accessible via smartphones, the artefacts on display – drawn from the photographic and garment collections of the Ferré archive – create a bridge between the physical and digital worlds. This integration builds an informative network around the materials on display, offering privileged access to valuable archival documentation, insights into Ferré’s design principles and creative journey, and a rich narrative about the campaigns crafted by the great masters of fashion photography. These photographers collaborated with Ferré to illustrate his collections, visually tracing his stylistic evolution from the late 1970s to the early 2000s. The enriched exhibition experience not only enhances the aesthetic enjoyment of the displayed objects but also highlights the historical and creative context surrounding them, inviting visitors into a deeper and more conscious dialogue with Ferré’s fashion heritage.

From digital to method

The digitisation of collections and the transformation of archives into digital repositories mark a new phase in the concept of “preservation”, redefining not only the organisation and structure of archival documentation but also practices of accessibility and engagement¹⁷. In this context, cultural

- 13 Daniela Calanca, “Archivi Digitali della Moda e Patrimonio Culturale tra Descrizione e Integrazione”, *ZoneModa Journal* 10, no. 2 (2020): 11–25.
- 14 Mary Anne Staniszewski, “Museum as Website, Archive as Muse: Some Notes and Ironies of the Conventions of Display”, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 6, no. 2 (2000): 10–16.
- 15 Marshall McLuhan, *The Medium is the Message: An Inventory of Effects* (1967).
- 16 Ebrahim Nofal, Reffat M. Reffat, and A. V. Moere, “Phygital Heritage: An Approach for Heritage Communication”, *iLRN 2017*.
- 17 Marco Pecorari, “Fashion Archives, Museums and Collections in the Age of the Digital”, *Critical Studies in Fashion & Beauty* 10, no. 1 (2019): 3–29.

initiatives dedicated to heritage preservation are increasingly adopting new practices enabled by digital technologies to extract and represent the intrinsic knowledge embedded in the intangible and implicit values preserved within archival artefacts¹⁸. Although attempts to use digital tools to facilitate an in-depth study of the creative processes and technical expertise underpinning fashion heritage remain rare, the Gianfranco Ferré Research Center employs Reverse Engineering (RE) methodologies to provide an enhanced exploration of artefacts from Ferré's clothing, accessory, and jewellery archive collections. This methodology allows for the deconstruction of an archival artefact through detailed analysis and advanced visualisation of each component, offering tremendous potential to access and uncover the implicit features and techniques embedded in these archival objects¹⁹. In this context, the exhibition *Gianfranco Ferré within the lens* integrates the RE process into the study of the garments on display, featuring digital twins and immersive animations to allow visitors to explore the creative process behind selected pieces. This provides an analytical perspective on the composition of the artefacts, making archival knowledge accessible and interactive through a thoughtful application of digital technology-enabled processes. This is made possible by the configuration of a highly interdisciplinary research

environment that characterises the Research Center, where skills and methods from diverse disciplines are integrated and hybridised. This enables an in-depth study of the artefacts through the application of advanced techniques and innovative technological solutions. This interdisciplinary vision, which merges cultural heritage with innovation and technology, translates into an approach for studying and representing processes through the deconstruction and reconstruction of artefacts. Indeed, by following the stages of acquisition, scanning, virtual prototyping, and re-simulation of compositional and assembly characteristics, a digital encoding of the original creative process is achieved, simultaneously uncovering the invaluable knowledge embedded within these artefacts. The use of 3D scanners for capturing shapes and patterns, software such as CLO3D for prototyping digital twins, and immersive Extended Reality techniques enables the garment to be visualised in an “exploded” and “augmented” dimension. This approach paves the way for innovative scenarios in human-machine interaction, offering extraordinary experiences in the perception of materiality, movement, and the manufacturing processes of fashion artefacts. It reveals fundamental forms of knowledge that would otherwise escape the simple observation of a displayed garment²⁰. Following the RE process, additive manufacturing technologies, foremost among them 3D printing, are

18 Neil Nissley and Andrea Casey, “The Politics of the Exhibition: Viewing Corporate Museums Through the Paradigmatic Lens of Organizational Memory”, *British Journal of Management* 13, no. S2 (2002): S35–S45.

19 Federica Vacca e Angelica Vandi, “Fashion Archive as Metamedium: Unfolding Design Knowledge through Digital Technologies”, in *Cumulus Antwerp 2023: Connectivity and Creativity in Times of Conflict*, 379–83.

20 Vacca e Vandi, 2023

also integrated, reintroducing physicality into the digital artefact by rematerialising the processes and reconstructing the cultural knowledge embedded in the objects. After the deconstruction and digitisation of the original artefact, 3D printing allows for the transformation of the virtual prototype into a physical object. This process not only enables the preservation and study of material culture within archives²¹, but the creation of physical replicas also facilitates a multi-sensory experience that enhances their perception²².

Augmented creativity

Over eighty years after its initial theorisation by McCulloch and Pitts in 1943, artificial intelligence (AI) today reveals its surprising versatility and impact across various fields of knowledge. The year 2021 marks a watershed moment, signalling a paradigm shift in the perception of technology and the redefinition of the relationship between humans and machines. The commercial release of AI tools by OpenAI to produce visual and textual content²³, through simple natural language prompts, has granted technology a collaborative

role. A dialogical relationship begins to form between humans and the tool, allowing for the exploration of different facets of knowledge, ranging from logical reasoning to creative production²⁴. In this context, the creative and cultural sectors have also been swept up in the AI-driven revolution in media production²⁵. Its generative capabilities have been progressively harnessed for the exploration and digital conversion of content²⁶, opening new pathways for the dissemination of cultural heritage. Within this transformative context, the Gianfranco Ferré Research Center is experimenting with the potential offered by these new technological tools in exploring its valuable archival collections. The project *Ferré's vocabulary: from design to algorithms*, presented within the exhibition *Gianfranco Ferré within the lens*, brings Ferré's design principles into dialogue with an AI-mediated reinterpretation. At the heart of this narrative is the striped silk duchesse jacket from the Ready-to-wear Autumn/Winter 1985 collection, which becomes both a symbol and the central thread of the story. Through related archival materials such as the

21 Angelica Vandi, Paola Bertola, e Eunjung Suh, "Human-Computer Interactions to Rematerialize Fashion Heritage Artifacts: A Collaborative Project Between the Gianfranco Ferré Research Center Politecnico di Milano and the Massachusetts Institute of Technology", *Fashion Highlight 3* (2024): 3.

22 Michael Neumüller, Andreas Reichinger, Florian Rist, and Christian Kern, "3D Printing for Cultural Heritage: Preservation, Accessibility, Research, and Education", in *3D Research Challenges in Cultural Heritage: A Roadmap in Digital Heritage Preservation*, ed. M. Ioannides and E. Quak (Springer, 2014), 119–134.

23 Dirk H.R. Spennemann, "ChatGPT and the Generation of Digitally Born "Knowledge": How Does a Generative AI Language Model Interpret Cultural Heritage Values?" Preprint. *Computer Science and Mathematics* (2023).

24 Radanliev, Petar. "Artificial Intelligence: Reflecting on the Past and Looking Towards the Next Paradigm Shift", *Journal of Experimental & Theoretical Artificial Intelligence* (2024): 1–18

25 Lev Manovich, *Seven Arguments About AI Images and Generative Media* (2023).

26 European Commission, Directorate General for Communications Networks, Content and Technology, *Opportunities and Challenges of Artificial Intelligence Technologies for the Cultural and Creative Sectors* (Publications Office, 2022).

pattern, runway photographs, editorial images, fabric samples, and runway videos, Ferré's creative process comes to life, visualising the design dynamics that led to the creation of the jacket. In the second part of the video, these same materials – the archive and Ferré's vocabulary – become the knowledge pool from which AI draws to create unprecedented reinterpretations of the iconic jacket. The project aims to explore a renewed perception of archival content through AI: visual or textual material, whether it be, is no longer merely a testimony of the past but becomes a source of inspiration for the future, living data, ready to be discovered, transformed, and reinterpreted. The Ferré archive thus transforms, shifting from its traditional role as a historical and cultural asset to a dynamic resource, the dataset from which the algorithm extracts information to generate new creations²⁷. The video thus becomes a witness of the disruptive impact that generative AI is having in the creative and cultural sectors, representing the latest chapter in a long evolutionary process that, over the centuries, has redefined the role of the designer and their relationship with the mediums supporting creative production. From representation techniques solely reliant on manual gestures, the field progressed to the first auxiliary devices, such as the camera lucida, and eventually, technology took on an increasingly central role in creation: from the camera and film to photogrammetry techniques and volumetric capture, to the use of 3D software,

and finally, to the algorithmic generation of content²⁸. This latest technological innovation is now an integral part of creative processes, where AI contributes to visual explorations, drawing inspiration from styles, shapes, colours, and materials rooted in a defined history and imagery, yet reinterpreting them in an innovative way²⁹. In this way, not only has the method of producing new content changed, but also the way of preserving and communicating existing content. It is precisely this idea of dialogue between established knowledge and contemporary reinterpretations that forms the starting point of the project *Ferré's vocabulary: from design to algorithms*, where Ferré's design dynamics – *compose, recalibrate, emphasise, reduce, and deconstruct* – transcend their role as a valuable testament to the creative process in fashion, becoming a narrative device for the relationship between designer and technology. The video guides the viewer through the various stages of the creative process: from inspiration and the study of shapes to the materialisation of the jacket, before exploring its deconstruction, expressed through the pattern that reveals its geometric nature, a result of Ferré's architectural training. This final image marks the turning point of the narrative, the starting point for the exploration of AI's design capabilities in a comparison between the past and the present. The designer's intervention, once expressed through graphic marks, now becomes a prompt that initiates new generations and interpretations of archival materials.

27 Rob Meyer, "The New Value of the Archive: AI Image Generation and the Visual Economy of 'Style'" (2023).

28 Manovich, 2023.

29 Johannes Suessmuth, Felix Fick, e Sander Van Der Vossen, "Generative AI for Concept Creation in Footwear Design", *ACM SIGGRAPH 2023 Talks* (2023): 1-2.

Through repeated interaction with generative AI tools, such as Midjourney for image creation and Runway.ml for video generation, the design dynamics are retraced, creating a continuum between human creativity and that of the machine, translated into a new visual exploration. The video *Ferré's vocabulary: from design to algorithms* invites reflection on the role that AI can assume in creative exploration, involving the viewer in a philosophical debate on the meaning of creativity and opening scenarios in which its traditionally exclusively human nature gives way to an artificial expression³⁰. A comparison unfolds between those who argue that AI is incapable of generating novelty³¹ and those who, on the contrary, propose considering its creative contribution, leaving to human ability the task of discerning whether a work is the product of an artist's hand or an algorithm³².

Despite the differing perspectives, one point remains certain: humans remain at the heart of the process. It is they who create the machine, guide it, supervise its actions, adapt the generations, and select the results³³. In this view, AI becomes a tool that amplifies human creativity³⁴, taking on the role of an assistant within a dynamic of hybrid co-creation. The creative individual thus uses its mediating capabilities to explore and reinterpret the vast archive of knowledge³⁵, acting with awareness and without anthropomorphising its machine nature, avoiding blind reliance on its capabilities³⁶. However sophisticated the algorithm may be, the generations produced by AI acquire meaning only through human reinterpretation. Without it, these creations remain stochastic, lacking the overarching vision and contextualisation that only the human artist can provide³⁷.

- 30 Hind Benbya, Felix Strich, Thomas Tamm, e Deakin University, "Navigating Generative Artificial Intelligence Promises and Perils for Knowledge and Creative Work", *Journal of the Association for Information Systems* 25, no. 1 (2024): 23–36.
- 31 Francesco Crimaldi e Matteo Leonelli, "AI and the Creative Realm: A Short Review of Current and Future Applications", preprint, *arXiv*, 2023.
- 32 Simon Colton, "The Painting Fool: Stories from Building an Automated Painter", in *Computers and Creativity*, a cura di Jon McCormack e Mark d'Inverno (Springer Berlin Heidelberg, 2012), 3–38.
- 33 François Vinchon, et al, "Artificial Intelligence and Creativity: A Manifesto for Collaboration", *The Journal of Creative Behavior* 57, no. 3 (2023): 597.
- 34 Zorana Ivchevic, *ibid.*
- 35 Dennis P. Atkinson e David R. Barker, "AI and the Social Construction of Creativity", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 29, no. 4 (2023): 1054–69.
- 36 Thilo Hagendorff, "Mapping the Ethics of Generative AI: A Comprehensive Scoping Review", preprint, *arXiv*, 2024.
- 37 Rachel Twomey, "Communing with Creative AI", *Proceedings of the ACM on Computer Graphics and Interactive Techniques* 6, no. 2 (2023).

L'ELEGANZA È UN'ARTE?

Stefano Bucci

Chissà se Gianfranco Ferré avrebbe gradito questa connessione diretta, immediata, in qualche modo “facile-facile” con l’arte (classica, moderna o contemporanea che fosse)? Non l’ho mai incontrato di persona (ricordo solo un signore imponente, vestito con un bellissimo tre-pezzi in Principe di Galles e Giuseppe Bompieri e gli altri uomini della Antica Barberia Colla di Milano che lo aiutavano a indossare un altrettanto bellissimo soprabito), ma sono convinto che no, non l’avrebbe apprezzato. Perché? Perché i suoi collegamenti con l’arte non vogliono mai essere evidenti, espliciti, eclatanti. Vogliono piuttosto lasciare tracce; suggerire schegge di una bellezza continuamente studiata, immaginata, ri-progettata; proporre elementi di un diverso discorso estetico scaturito da una vera passione (quella per l’arte) da sempre coltivata e inseguita. Proprio quella medesima passione per cui Ferré collezionava (in ordine sparso) Picasso, Klimt, Giacometti, Léger, Braque, Fontana, Burri, Pistoletto, Schifano, Del Pezzo, Tadini, Depero, Rotella, Baj, Morlotti, Sironi, Rosai, Castellani. Diciamo che l’arte nel lavoro di Ferré è prima di tutto un gioco di bellissime ombre, di frammenti di un bianco fulminante (come di un bianco fulminante sono quelle camicie diventate simbolo della moda secondo Ferré) che spuntano da un ritratto cinquecentesco o che occhieggiano nell’angolo di un’ottocentesca conversation piece.



Ph. Michel Comte
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1995-96
Modella: Claudia Schiffer
Parigi, 1995

Ph. Michel Comte
Ready-to-wear Fall/Winter 1995-96
Model: Claudia Schiffer.
Paris, 1995



Ph. Michel Comte
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1997-98
Modello: Warren Major
Parigi, 1997



Ph. Michel Comte
Ready-to-wear Fall/Winter 1997-98
Model: Warren Major.
Paris, 1997

Sono le ombre seducenti (ma anche sfuggenti) di Tiziano, quello del “Giovane con cappello e guanti”¹ nella collezione dell’Earl of Halifax, dei ritratti di Tommaso Monti² e del fisico Gian Giacomo Bartolotti³. Oppure le ombre suggerite dal “Suonatore di liuto” di Caravaggio⁴: ombre sottili più da immaginare (ognuno a proprio modo) che da inquadrare realmente (certo più impalpabili e indefinite rispetto alla bellezza categorica delle fotografie di Gian Paolo Barbieri, Guy Bourdin, Michel Comte, Patrick Demarchelier, Peter Lindbergh, Steven Meisel, Bettina Rheims, Herb Ritts). In un’intervista del 2002 alla rivista *Stile* Gianfranco Ferré aveva detto: “Ritengo che arte e moda non si debbano e non si possano confondere perché, nell’assoluta comunanza di peculiarità, diversi sono gli intenti, le finalità, gli strumenti utilizzati, i percorsi che portano alla creazione. Ma non posso che credere fermamente e profondamente alle infinite affinità elettive che da sempre segnano lo speciale rapporto dell’una con l’altra”.

1 1512-1515, Londra, National Gallery.

2 1526, Firenze, Galleria Palatina.

3 1515, Vienna, Kunsthistorisches Instiute.

4 1596, San Pietroburgo, Hermitage.



Ph. Gian Paolo Barbieri
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1981-82
Milano, 1981

Ph. Gian Paolo Barbieri
Ready-to-wear Fall/Winter 1981-82
Milan, 1981

Ecco, appunto, non sono *altro* che “infinite affinità elettive” a legare l’invenzione artistica del “Giovane uomo” di Cosimo Rosselli⁵ con la sua incredibile giacca rossa, o della Regina di Saba nella “Storia della Vera Croce” di Piero della Francesca⁶, con i suoi paramenti agli abiti (ma anche ai suoi stupefacenti bijoux) di questo creatore di moda con l’animo e la passione dell’architetto: “Amo dipinti e sculture segnati da un forte dinamismo”, aveva confessato, “ma anche i volti di Utamaro, le pulsioni cubiste e Dada, le figure di Giacometti e Modigliani”.

5 1485, New York, Metropolitan Museum of Art.

6 1452-1458, Arezzo, Basilica di San Francesco.



Ph. Michel Comte
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1995-96
Modello: Donaes Platteel
Parigi, 1995

Ph. Michel Comte
Ready-to-wear Fall/Winter 1995-96
Model: Donaes Platteel
Paris, 1995

Vermeer, Boucher, Watteau, Bronzino, Chardin, Zurbaran, Vigee Le Brun si inseguono così, sommessamente, nelle creazioni di Ferré. Come si inseguono nella sua idea di progetto e, in fondo nella sua stessa esistenza: come non ritrovare l'inconfondibile fisionomia e l'eleganza di Ferré in uno dei due "Ambasciatori" di Hans Holbein il Giovane⁷? Sono suggestioni che ognuno può codificare secondo la propria sensibilità, emozioni in caduta libera che non seguono regole se non quelle di un'estetica immaginifica ma al tempo stesso rigorosa come quella di Ferré.

7 1533, Londra, National Gallery.



Ph. Gian Paolo Barbieri
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1991-92
Modello: Hoyt Richards
Milano, 1991

Ph. Gian Paolo Barbieri
Ready-to-wear Fall/Winter 1991-92
Model: Hoyt Richards
Milan, 1991



Ph. Michel Comte
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1995-96
Modelle: Lynne Koester, Simonetta Gianfelici,
Antonia Dell'Atte, Victoria Hernando
Parigi, 1995

Ph. Michel Comte
Ready-to-wear Fall/Winter 1995-96
Models: Lynne Koester, Simonetta Gianfelici,
Antonia Dell'Atte, Victoria Hernando
Paris, 1995

Così ripensando alle crinoline che Ferré recupera per Dior, immediata può arrivare la memoria del “Ritratto di Maria Anna d’Austria” di Velasquez⁸: rappresentazione esemplare di una magnificenza regale, ma allo stesso tempo incredibile “architettura” da indossare. La regina Maria Anna indossa un voluminoso «abito con guardinfante», indumento d’uso esclusivo per le cerimonie ufficiali e, in particolar modo, per quei momenti della vita della corte in cui il monarca era presente.

8 1649, Madrid, Museo del Prado.



Ph. Peter Lindbergh
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 2001-02
Modella: Amy Wesson
Parigi, 2001

Ph. Peter Lindbergh
Ready-to-wear Fall/Winter 2001-02
Model: Amy Wesson
Paris, 2001

La seta e il velluto sono simboli (altrettanto indiscussi) di ricchezza ed eleganza, anche perché all'epoca in cui il dipinto viene realizzato erano pochi abilissimi i tintori in grado di ottenere un tono così profondo e puro di nero, il nero profondo e puro nell'apparato che ricopre i ricchi coniugi Spini ritratti da Moroni⁹. Un dipinto unico nella sua bellezza ma anche nella sua storia, come unico e sempre stato il lavoro di Gianfranco Ferré.

9 1579 circa, Bergamo, Accademia Carrara.



Ph. Gian Paolo Barbieri
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1991-92
Modella: Aly Dunne
Milano, 1991

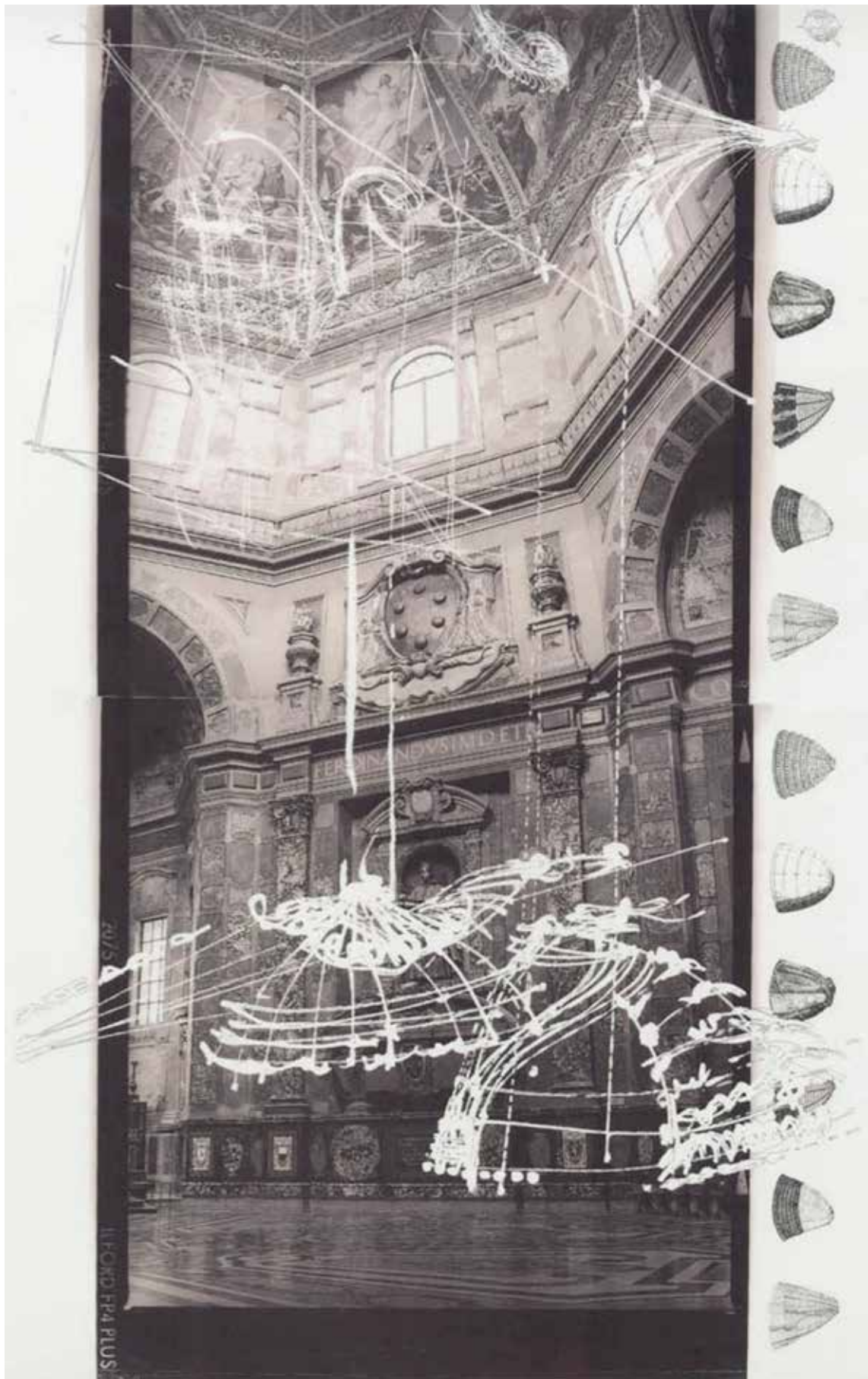
Ph. Gian Paolo Barbieri
Ready-to-wear Fall/Winter 1991-92
Model: Aly Dunne
Milan, 1991

Nel segno di un'arte che si concretizza in un abito, nel settembre 1996, nelle sale dell'*Academy of Art College* di San Francisco, era stata inaugurata la mostra di disegni "Gianfranco Ferré. Fashion drawings", proprio mentre a Firenze apriva i battenti la prima Biennale della Moda "Il tempo e la moda", articolata in sette eventi realizzati dagli stilisti e artisti contemporanei, ospitati per la prima volta nei musei e spazi espositivi fiorentini, dando vita a un laboratorio di contaminazione tra moda e arte. Ferré, da vero architetto, aveva deciso di far librare dalle volte delle Cappelle Medicee la struttura di cinque crinoline giganti che fanno subito pensare, nella loro leggerezza, all'abito della protagonista dell'"*Altalena*" di Fragonard¹⁰, ma anche alle macchine leonardesche. Dunque, ancora una volta, un percorso segnato da continue connessioni tra arte e moda che (forse) Ferré non avrebbe gradito perché troppo dirette, troppo immediate, troppo *facili-facili*. Connessioni che, comunque, hanno saputo anticipare i tempi: poco dopo, al Museo di Rivoli, Maurizio Cattelan appenderà il suo cavallo, "Novecento"¹¹. Un cavallo contemporaneo appeso come le antiche crinoline nel segno di un'idea di bellezza differente, capace di assemblare arte e moda, arte e contemporaneità, arte e società. Un'idea che con Gianfranco Ferré ("Vogliamo appoggiare solidamente i piedi per terra" – scriveva – "ma vogliamo raggiungere con la testa le nuvole") non è per fortuna rimasta soltanto un sogno.

10 1767, Londra, Wallace Collection.

11 1997, Torino, Musei di Rivoli.





Biennale della Moda di Firenze "Il Tempo e la Moda"
Cappelle Medicee, 1996

Fashion Biennale "Il Tempo e la Moda" in Florence
Medicean Chapels, 1996

IS ELEGANCE AN ARTFORM?

Stefano Bucci

I wonder if Gianfranco Ferré would have appreciated this direct, immediate connection, *too easy* in some way, with art (whether classical, modern, or contemporary)? I never met him in person (I only remember a striking gentleman, dressed in a beautiful three-piece suit in Prince of Wales check, with Giuseppe Bompieri and the other men from Antica Barbieria Colla in Milan helping him put on a similarly beautiful overcoat), but I am convinced that he would not have appreciated it. Why? Because his connections with art were never meant to be obvious, explicit or flashy. Rather, they sought to leave traces; to suggest fragments of a beauty constantly studied, imagined and re-designed; to offer elements of a different aesthetic discourse born from a true passion (the one for art) that he had always cultivated and pursued. It was precisely that same passion that led Ferré to collect (in no particular order) Picasso, Klimt, Giacometti, Léger, Braque, Fontana, Burri, Pistoletto, Schifano, Del Pezzo, Tadini, Depero, Rotella, Baj, Morlotti, Sironi, Rosai and Castellani. One could say that in Ferré's work, art is, above all, a play of beautiful shadows, of fragments of a blinding white that emerge from a sixteenth-century portrait or glance from the corner of an eighteenth-century conversation piece – and that are just as white as those shirts that became a symbol of fashion according

to Ferré. They are the seductive (yet elusive) shadows of Tiziano, such as in the “Young Man with a Hat and Gloves”¹ in the collection of the Earl of Halifax; of the portraits of Tommaso Monti²; of the physicist Gian Giacomo Bartolotti³. Or the shadows suggested by Caravaggio's “The Lute Player”⁴: subtle shadows that are more to be imagined (each in their own way) than actually framed – and certainly more intangible and undefined compared to the categorical beauty of the photographs by Gian Paolo Barbieri, Guy Bourdin, Michel Comte, Patrick Demarchelier, Peter Lindbergh, Steven Meisel, Bettina Rheims and Herb Ritts. In an interview with *Stile* magazine in 2002, Gianfranco Ferré declared: “I believe that art and fashion should not and cannot be confused because, despite their absolute similarities, their intentions, goals, tools used, and the paths leading to creation are different. But I can only firmly and deeply believe in the infinite elective affinities that have always marked the special relationship between the two”. Indeed, it is precisely these “infinite elective affinities” that link the artistic invention of the “Young Man” by Cosimo Rosselli⁵ with his incredible red jacket, or the Queen of Sheba and her attire in Piero della Francesca's “History of the True Cross”⁶, to the garments of this fashion creator with the soul and passion of an architect: “I love paintings and sculptures marked by strong dynamism”, he confessed, “but also the faces of Utamaro, the cubist and Dada impulses, the

1 1512-1515, London, National Gallery.

2 1526, Firenze, Galleria Palatina.

3 1515, Vienna, Kunsthistorisches Instiute.

4 1596, San Pietroburgo, Hermitage.

5 1485, New York, Metropolitan Museum of Art.

6 1452-1458, Arezzo, Basilica di San Francesco.

figures of Giacometti and Modigliani". Vermeer, Boucher, Watteau, Bronzino, Chardin, Zurbarán, Vigee Le Brun silently follow one another in Ferré's creations. Just as they follow one another in his idea of design and, ultimately, in his very existence: how can one not recognise Ferré's unmistakable physiognomy and elegance in one of the two "The Ambassadors" by Hans Holbein the Younger⁷? These are suggestions that each person can interpret according to their own sensitivity, free-falling emotions that follow no rules except those of an imaginative yet simultaneously rigorous aesthetic, like that of Ferré. Thus, thinking again of the crinolines that Ferré revived for Dior, the memory of "Portrait of Maria Anna of Austria" by Velázquez⁸ may immediately come to mind: an exemplary representation of regal magnificence, yet at the same time an incredible "architecture" to wear. Queen Maria Anna wears a voluminous "dress with a farthingale", a garment reserved for official ceremonies and, particularly, for those moments in court life when the monarch was present. Silk and velvet are symbols (equally undisputed) of wealth and elegance, especially since only a few highly skilled dyers could produce such a deep and pure black tone when the painting was created, the same deep and pure black of the garments covering the wealthy Spini couple portrayed by Moroni⁹. A painting unique in its beauty but also in its history, just as the work of Gianfranco Ferré has always been. In the spirit of an art that materialises

in a garment, in September 1996, the exhibition *Gianfranco Ferré. Fashion Drawings* was inaugurated at the Academy of Art College in San Francisco, just as the first Fashion Biennale *Il Tempo e la Moda* opened in Florence. The Biennale, composed of seven interventions by contemporary designers and artists, was hosted for the first time in the museums and exhibition spaces of Florence, giving rise to a laboratory of interaction between fashion and art. Ferré, true to his architectural roots, had decided to suspend five giant crinolines from the vaulted ceilings of the Medici Chapels, which, with their lightness, immediately recalled the dress of the protagonist in "The Swing" by Fragonard¹⁰, as well as Leonardo da Vinci's machines. Once again, a journey marked by continuous connections between art and fashion that (perhaps) Ferré would not have appreciated, as they were too direct, too immediate, too easy. Connections that, nonetheless, were ahead of their time: shortly after, at the Rivoli Museum, Maurizio Cattelan would hang his horse, "Novecento"¹¹. A contemporary horse hung just as the ancient crinolines, embodying an idea of beauty that was different, capable of merging art and fashion, art and contemporaneity, art and society. An idea that fortunately with Gianfranco Ferré – who once wrote: "we want to firmly plant our feet on the ground, but we want to reach the clouds with our heads" – was not just a dream.

7 1533, Londra, National Gallery.

8 1649, Madrid, Museo del Prado.

9 1579 circa, Bergamo, Accademia Carrara.

10 1767, Londra, Wallace Collection.

11 1997, Torino, Musei di Rivoli.

BASTA GUARDARLE. VOLONTÀ DI PRESENZA, IN TRE SCENE

Angelo Flaccavento

Preambolo: *Wonder Women*

Esercizio di pura immagine, tangibile benché volatile come il *flip* di una pagina, la campagna pubblicitaria rappresenta un momento tipico tra le attività di chi fa moda. Se la sfilata è – sarebbe il caso di dire è *stata*, nell'attuale temperie di fusione tra moda ed *entertainment* – la sessione di lavoro dedicata ai professionisti e ad un selezionato pubblico di celebrità e clienti, durante la quale protagonisti sono essenzialmente i vestiti, la campagna ADV concretizza e iconizza un preciso immaginario, rendendolo accessibile per il pubblico generalista come *terminus ante quem* dell'acquisto. È nelle immagini della campagna che l'uomo o la donna di riferimento assumono corporeità e atteggiamenti; è negli ambienti che essi abitano e nelle ellissi narrative che gli scatti suggeriscono, anche quando realizzati contro uno sfondo bianco, che essi prendono vita e danno sostanza ad una fascinazione, definendo un *lifestyle*. L'idea, sintetizzando crudamente, è che chi guarda si identifichi e aspiri, a tutto beneficio del fatturato. La campagna ADV è la proiezione stagionale della fantasia di un autore, che si racconta per immagini secondo la propria volontà, non in una interpretazione redazionale, anche se lo strumento attraverso il quale queste foto si manifestano è il medesimo, ovvero la rivista patinata, e medesimi sono talvolta anche i team al lavoro. Ancora una volta, sarebbe il caso di dire è *stato*. L'epoca d'oro delle campagne – cui gli scatti in mostra afferiscono – coincide infatti con l'apogeo dei magazine di settore, la cui crisi attuale è evidente e inarrestabile: uno sgretolarsi incontrollato sotto l'onda d'urto del digitale, del personalismo galoppante, del citazionismo paraculo, del non professionismo che rende tutti autori polivalenti ma mai davvero ferrati su alcunché. Le campagne ADV venivano infatti concepite per il mezzo cartaceo; le affissioni erano una rarità, i passaggi televisivi ancor di meno. Oggi vengono ampiamente spese su social media e

canali digitali, ma, inserite in un flusso inarrestabile proveniente da ogni direzione, sono private, come tutto del resto, di riverbero prolungato, di forza e impatto. La fascinazione è sempre presente, ma la durata degli scatti si è abbreviata in maniera drammatica, così come si è ridotto il tempo dedicato da designer e *maison* all'ideazione delle campagne stesse – se ne producono in quantità, dato che ogni marchio è editore di se stesso e i confini tra contenuto e *content* hanno obnubilato il distinguo tra informazione e commercio – da cui una evidente decadenza. Gianfranco Ferré, la cui opera è consegnata alla storia e da questa protetta in una bolla inattaccabile, non è naturalmente scalfito da tale *débâcle*: il suo lavoro sta interamente a monte del fenomeno. Il lungo preambolo si rende però necessario per fornire coordinate di lettura adeguate e per sottolineare il peso specifico degli scatti: un peso che nasce dal tempo della ideazione e realizzazione, e che è frutto del tempo in cui il processo è avvenuto, tradotto in immagini che catturano il momento e, allo stesso modo, lo superano. Architetto, per intimo convincimento metodologico ancor prima che per formazione accademica, Ferré lavora infatti sulla permanenza più che sul cambiamento continuo, frenetico, insensato. Approfondisce e modula temi che ricorrono invece di mutare in modo accelerato, definendo uno stile che è solido quanto sfaccettato. L'esercizio della campagna pubblicitaria, nella quale coinvolge per la direzione artistica prima Giorgio Poli, poi Luca Stoppini, è rivelatore di un personale approccio perché vede Ferré muoversi fuori dalla struttura dell'abito per focalizzarsi sulla personalità, che però è trattata anch'essa come una struttura, benché immateriale. Attraverso lo sguardo di fotografi che vanno da Guy Bourdin a Gian Paolo Barbieri, da Herb Ritts a Steven Meisel, da Bettina Rheims e Peter Lindbergh, Ferré sostanzia il disegno di un immaginario nitido, declinandolo in una varietà di iconografie accomunate tutte da un chiaro superomismo. La donna e l'uomo Ferré, per come visti attraverso le foto, sono incorrotti e incorruttibili, perfetti: supereroi che non hanno bisogno di mantelli e tute per esistere ed esperire i propri poteri. Sono evidentemente, *ipso*

facto, rampolli eleganti e atletici di una genia superiore, olimpica. Gli ambienti in cui vivono sono emanazione del loro essere: l'architettura esterna è riflesso della loro architettura interiore, di un gusto sofisticato, colto, quadrato. Figli, per imprinting indelebile, degli anni Ottanta, evidente nell'eroismo del fisico, emanano però un rigore *sui generis*, un contegno accademico che è erotico e potente, ed indubbiamente tutto e solo di Ferré. Se si guarda alla donna, in particolare, l'aggettivo *volitiva* è il primo che viene in mente. Alla lettera, volitivo è il carattere che si attribuisce a chi è "dotato di grande forza di volontà". Le donne dell'ADV di Gianfranco Ferré sono così volitive da far cose impossibili senza il minimo sforzo. Di seguito tre scene, per altrettante suggestioni, individuate per enucleare l'intento, chiaramente espresso da Ferré, di unire attraverso le immagini stimolazione sensoriale-emozionale ad esigenza documentale.

Scena I: *Di spalle*



Ph. Gian Paolo Barbieri
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1980-81.
Modella: Dalma Callado.
Milano, 1980.

Ph. Gian Paolo Barbieri
Ready-to-wear Fall/Winter 1980-81.
Model: Dalma Callado.
Milan, 1980.

Autunno 1980, scatta Gian Paolo Barbieri. In questo periodo e nel corso di una collaborazione durata per diverse stagioni, la rappresentazione dello stile Ferré è ambientata in scene suggerite da pochi elementi: una parete bianca; l'angolo di una piscina con il riflesso delle palme; ombre grafiche in una stanza. La luce non è mai naturale. Momenti di vita sono catturati in una dimensione sinteticamente teatrale, sospesa; incombe una certa astrazione. Un'immagine emerge con prepotenza in questo lotto, anteprema perfetta di un pensiero estetico che si sarebbe poi dipanato nel corso della decade. In essa, una donna dai capelli raccolti siede su una scrivania, come se stesse discutendo con qualcuno, o arringando un invisibile uditorio. Non la si vede in volto, però: volge le spalle alla macchina fotografica. Il

disegno delle ciglia e la delicatezza del profilo farebbero intuire la persona di Dalma Callado, *supermodel ante litteram*, ma non è dato sapere con assoluta certezza se sia lei. Negare la visione frontale è in ogni caso una scelta significativa – viene subito in mente il pittore romantico Caspar David Friedrich, anche se qui non ci sono concessioni romantiche. La donna Ferré è così decisa da potersi presentare di spalle, e Ferré così sicuro della propria proposta da non avere bisogno di un volto per validarla. La dimensione narrativa è consona al periodo: Ferré schiva il fenomeno della donna in carriera, che altrove è il motore stesso di un intero stile, ma si muove nella medesima temperie, e in più ama il *menswear* letto al femminile. Vestita come un *gentleman* in flanella canna di fucile, con quello che sembra essere un *morning suit* reinterpretato, quella che si vede è chiaramente una donna di potere. Ha fatto propri, addirittura, i segni del privilegio vestimentario: un linguaggio di forme e colori che Ferré, di solida famiglia borghese, ben conosce e maneggia. Ma quei segni sono, letteralmente, invertiti, perché il davanti diventa dietro, l'abbottonatura è posteriore e la V profonda disegnata dai *revers* muta in una femminilissima scollatura che snuda la schiena. La scelta della inquadratura così inusuale, e così poco immediatamente pubblicitaria, nasce dunque da una esigenza in primo luogo documentaria. Le allacciature posteriori sui capi da sera sono uno dei temi della collezione, come sinteticamente riportato in *press release* “[...] e allora, anche per la sera, parka; ma con l'interno in *lamé* o pantaloni e abiti a cappotto, assolutamente lineari, ma con scollatura e allacciatura sul dorso.” La posa, con una mano in tasca e l'altra sul tavolo, convoglia un perentorio decisionismo, dinamizzato dalla fisicità scattante. Nell'astrazione rapida della scena, quel che colpisce sono rigore e contegno, e lo sdegno del superfluo. Persino la punteggiatura candida di collo e polsi sottolinea l'asciuttezza della situazione. Unico elemento di rottura, un ventaglio di stoffa applicato con uno spillone sul *revers*, la punta che lo infilza catturata dalla luce. Questa è una donna impavida, ma non dura: volgendo le spalle, non si sente esposta o fragile, ma non manca di grazia.

Scena II: *A testa in giù*



Ph. Steven Meisel
Prêt-à-porter Primavera/Estate 1992.
Modella: Linda Evangelista.
Parigi, 1991.

Ph. Steven Meisel
Ready-to-wear Spring/Summer 1992.
Model: Linda Evangelista.
Paris, 1991.

Vestita solo di un *bodysuit* e tacchi alti, una donna è distesa su una lunga scala, di fronte ad una immensa parete-libreria. È immersa nella lettura, ma sta messa a testa in giù, quasi che stesse unendo l'esercizio fisico con quello mentale. La stessa donna, in altri scatti, sta in posa, perfettamente vestita, su un piano di lavoro con lavello, oppure occupa a mo' di cariatide la cornice di una grande finestra, sprezzante dell'altezza. Ancora una volta, la donna Ferré è sorpresa dall'obiettivo mentre fa,

senza sforzo apparente, cose impossibili che ne accentuano lo spirito atletico, quasi che la normalità le fosse aliena. Questa volta ha un volto celebre: quello della modella Linda Evangelista. Per due stagioni, PE 1992 e AI 1992-93, Gianfranco Ferré collabora con il fotografo Steven Meisel. Eclettico citazionista, Meisel è in quel momento all'apice della carriera, e ritrae la sua modella-feticcio: una perfetta donna Ferré, ma forse non del tutto, con quel glamour divistico e le pose da editoriale degli anni Cinquanta e Sessanta. Le situazioni fotografiche emanano infatti una idea di surrealtà che ricorda il lavoro di Melvin Sokolsky. Co-protagoniste degli scatti, tanto da presentarsi non come mere cornici, ma come entità tangibili, presenti e dialoganti, sono le architetture, scelte con gusto infallibile e con un chiaro disegno narrativo: la Maison de Verre, capolavoro del 1932 di Pierre Chareau, e Villa Dall'Ava, progetto di Rem Koolhaas/OMA completato nel 1991, dunque recentissimo ai tempi della realizzazione della campagna. Il messaggio sottinteso è, ancora una volta, l'associazione di Gianfranco Ferré con questa disciplina, e la tensione evidente che si crea tra architettura e moda, esacerbata dalla continuità tra abiti e ambienti. Le architetture hanno una matrice fortemente modernista, con la Maison de Verre che suggerisce l'idea della casa come meccanismo, macchina, congegno per mettere in scena il quotidiano, e Villa dall'Ava che rinnova il topos della casa di vetro decostruendolo con una disposizione singolare di volumi e altezze, suggellata dalla piscina sul tetto. Gli abiti, d'altro canto, sono adesso lineari più che architettonici, con giochi di volute e colori pieni che seguendo la logica della funzione non escludono la decorazione. Negli scatti l'intento documentale e descrittivo è amplificato dalla pura sorpresa visiva, data dal lampeggiare del rosso in una distesa di foto in bianco e nero, e poi dalla fisicità flessuosa e voluttuosa, dal controllo perfetto di sé e dello spazio che Linda Evangelista comunica. Non sembra aver bisogno di nessuno intorno: è una *wonder*

woman in posa permanente, con una gestualità e una prossemica che gli abiti accompagnano e addirittura incitano, proponendosi come vere e proprie estensioni della personalità. La scarica elettrica, qui, è data dalla frizione tra purezza delle linee e dramma glamour, ma anche periglioso, delle pose: chi, se non una superdonna, si fermerebbe in bilico su una ripida scalinata, addosso un lungo tubino? Con magica *suspension of disbelief* è quanto le immagini di Meisel rendono plausibile.



Ph. Steven Meisel
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1992-93.
Modella: Linda Evangelista.
Saint Cloud (Ile-de-France), 1992.

Ph. Steven Meisel
Ready-to-wear Fall/Winter 1992-93.
Model: Linda Evangelista.
Saint Cloud (Ile-de-France), 1992.

Scena III: *Sui tetti*



Ph. Peter Lindbergh
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 2000-01.
Modella: Esther de Jong.
Parigi, 2000.

Ph. Peter Lindbergh
Ready-to-wear Fall/Winter 2000-01.
Model: Esther de Jong.
Paris, 2000.

L'eroina corre sui tetti. Così fa il suo eroe. Non sfuggono, però, né si sottraggono ad una situazione scomoda. Al contrario, c'è una fierezza marziale nel loro incedere, una consapevolezza carica di romanticismo. Camminare sui tetti, dopotutto, è un modo per guardare il mondo da una prospettiva generalmente inaccessibile. È un moto liberatorio, un'espressione di coraggio e sprezzo per le regole. La fase finale del lavoro di Gianfranco Ferré è caratterizzata da un ammorbidimento evidente del rigore, da un romanticismo non di maniera. A proposito della collezione AI 2000-01, fotografata da Peter Lindbergh sui tetti di Parigi, Ferré parla di “[...] ordine-disordine romantico... colletti che svettano, morbidezze che scivolano...” e ancora “Mi piace pensare a una donna che sia un po' ragazza, talvolta infantilmente acerba nello scoprire finezze perdute. Una donna che porta in questo mondo antipodi e contrapposizioni, per arrivare a quell'ordine disordinatamente libero che oggi, per me, è la moderna eleganza. Fatta anche di osato e marcato perbenismo, di lindori e nitori, di severità. Con la volontà di rendere tutto personale...”. Due termini colpiscono: ragazza e disordine.

Che ne è dell'iperfemmina di un tempo? In questo momento del lavoro di Ferré il cambiamento stilistico è riflesso nella rappresentazione fotografica, che perde definitivamente qualsiasi carattere documentario per assumere una dimensione puramente impressionistica, narrativa, emozionale. Sorprende la scelta di Lindbergh, autore assolutista che plasma visioni in bianco e nero dal carattere espressionista e filmico. Drammatiche e presenti, le donne di Lindbergh sono le sue: al pari di un regista, trasfigura e mette in parte qualsiasi modella con la quale lavora, occhi fumigati e capelli scompigliati. Rispetto al *self-control* ultraumano della donna Ferré, questa nuova incarnazione può apparire addirittura anarchica. La fisicità della modella Esther De Jong, poi, è lontana dalla corporeità consueta dell'immaginario di Gianfranco Ferré. Altrettanto singolare è la scelta di Parigi – una Parigi da cartolina, con tanto di Tour Eiffel sullo sfondo – inaudita per un designer così intimamente milanese seppur intriso di cosmopolitismo colto. Non è la prima volta che Ferré sceglie la Ville Lumière come sfondo – la campagna di Michel Comte per la stagione AI 1995-96 è anch'essa di ambientazione francese – ma è la prima volta che il luogo è così fortemente ed evidentemente dichiarato. Sono gli anni successivi alla direzione artistica della *maison* Dior, ed è come se, a questa altezza del suo percorso artistico e professionale, Ferré avesse interiorizzato una certa *grandeur*, per poi scompagnarla con un gesto pomposamente sovversivo. Quel che permane, al fondo, è il carattere impavido della donna, votata con naturalezza all'impossibile, al bizzarro, al non irregimentato. Una eroina, appunto.

Epilogo: *Finale aperto*

Tre scene sono certamente una spigolatura esigua per catturare l'ampiezza iconografica delle campagne di Gianfranco Ferré. Il variare dei linguaggi fotografici è piú rapido del mutare di uno stile che negli anni avanza per scarti piccoli e decisi. La scelta della sintesi, però, mira a mimare la sicurezza espressiva dello stilista-architetto, il suo reiterare pochi elementi per mettere a fuoco, insieme, abiti e caratteri: rigore delle costruzioni da un lato, fisicità presente e sensuale dall'altro. Volitivo e sicuro, Ferré, fa sempre se stesso, con solido decisionismo, cedendo il racconto per immagini allo sguardo ogni volta diverso di fotografi che ritiene affini. Questa coerenza cangiante lascia il finale aperto. La donna è tratteggiata con segni sicuri, consapevole abbastanza da mutare senza mutare. Le sue avventure, invece, proseguono senza tempo nell'occhio dello spettatore. Basta guardarle.

JUST LOOK AT THEM.
WILLINGNESS OF PRESENCE,
IN THREE SCENES

Angelo Flaccavento

Preface: *Wonder Women*

An exercise of pure imagery, tangible yet fleeting like the flip of a page, the advertising campaign represents a crucial moment among the activities of those who work in fashion. If the fashion show is – perhaps more accurately, *was*, in the current climate of fusion between fashion and entertainment – the session dedicated to professionals and a select audience of celebrities and clients, during which the main focus is essentially on the clothes, the ADV campaign solidifies and iconizes a specific vision, making it accessible to the general public as a *terminus ante quem* of purchase. It is within the campaign images that the target man or woman takes on physicality and attitude; it is in the spaces they inhabit and the narrative ellipses that the shots suggest, even when shot against a blank background, that they come to life and give substance to a fascination, defining a lifestyle. The idea is that, in a crude simplification, the viewer will identify with this vision and aspire to the benefit of the revenue stream. The ADV campaign is the seasonal projection of an author's fantasy, who narrates through images according to personal vision, not through an editorial interpretation, even if the medium for these photos is the same – the glossy magazine – and even if sometimes the same teams are involved. Once again, one might say it

was. The golden era of campaigns – the era that the images in the exhibit belong to – coincides with the peak of sector-specific magazines, whose current crisis is evident and unstoppable: an uncontrolled disintegration under the impact of the digital, of galloping individualism, superficial referencing, and an amateurism that renders everyone a versatile creator but never truly expert in anything. Indeed, ADV campaigns were conceived for the print medium; billboards were a rarity, and TV spots even rarer. Today they are heavily used on social media and digital channels, but – inserted into an unstoppable flow from all directions – they are deprived, like everything else, of prolonged resonance, power, and impact. Fascination is still present, but the longevity of the images has dramatically shortened, just like the time that designers and fashion houses spend on the conception of the campaigns themselves – which are produced in big quantities, with every brand being its own publisher, and the lines between (thematic) *content* and (social) *content* have blurred the distinction between information and commerce – leading to a visible decline. Gianfranco Ferré, whose work is enshrined in history and protected by it in an unassailable bubble, is naturally untouched by this *débâcle*: his work remains entirely upstream of the phenomenon. This extended preamble is necessary, however, to provide adequate reading coordinates and to underscore the specific gravity of these shots: a gravity born from the period of conception and

creation, resulting from a process that is translated into images that capture the moment and, simultaneously, they transcend it. Referred as an architect firstly by deep methodological conviction and subsequently for academic training, Ferré worked on permanence rather than on frenzied, senseless change. He deepens and modulates recurring themes instead of accelerating mutations, defining a style that is as solid as it is multifaceted. The exercise of the ADV campaign – in which the artistic direction was in the hands of Giorgio Poli first and Luca Stoppini next – reveals a personal approach, as it sees Ferré moving beyond the structure of the garment to focus on personality, also treated as a structure, albeit an immaterial one. Through the lens of photographers such as Guy Bourdin and Gian Paolo Barbieri, Herb Ritts and Steven Meisel, Bettina Rheims and Peter Lindbergh, Ferré substantiates a vision of a clear imaginary, presenting it through a variety of iconographies all united by a distinct sense of super-humanism. The Ferré woman and man, as seen in the photographs, are incorrupt and incorruptible, hence perfect: they are superheroes who need neither capes nor suits to exist and experience their own powers. They are evidently, *ipso facto*, elegant and athletic scions of a superior, Olympian lineage. The environments they inhabit are emanations of their being: the external architecture reflects their inner structure, a sophisticated, refined, and exacting taste. The Eighties inevitably imprint their own influence,

evident in the heroism of the physique, as the subjects nonetheless exude a *sui generis* rigor, an academic composure that is both erotic and powerful, and undoubtedly Ferré. Referring particularly to the women, the adjective *willful* is the first that comes to mind. Literally, *willful* describes someone “endowed with great strength of will”. The women in Gianfranco Ferré’s ADV campaigns are so willful as to accomplish impossible feats with minimal effort. Hereafter are three scenes, and as many inspirations, selected to convey Ferré’s clear intent to combine sensory-emotional stimulation with a documentary necessity through images.

Scene I: *From behind*

Autumn 1980, photography by Gian Paolo Barbieri. From this period on, as a collaboration that would span over multiple seasons, Ferré’s style is depicted in scenes composed with only a few elements: a white wall; the corner of a pool with the reflection of palm trees; graphic shadows in a room. The light is never natural. Glimpses of life are captured in a synthetically theatrical, suspended dimension; a certain abstraction looms over the shoot. One striking image emerges in this set, a perfect preview of an aesthetic vision that would unfold throughout the decade. In it, a woman with her hair tied back sits on a desk, as if she was talking to someone or addressing an invisible audience. However, her face is not visible; she has her back turned to the camera. The outline of her lashes and the delicacy of her profile

suggest the presence of Dalma Calado, a supermodel *ante litteram*, but it's impossible to confirm with certainty if it's her. The choice to deny a frontal view is significant – one immediately thinks of the Romantic painter Caspar David Friedrich, though there are no romantic concessions here. Ferré's woman is so self-assured that she can present herself from behind, and Ferré is so confident in his vision that he does not need a face to validate it. The narrative tone fits the period: Ferré sidesteps the career-woman phenomenon, which drives an entire style elsewhere, yet he moves in the same atmosphere, as he embraces menswear interpreted for women. Dressed like a gentleman in gunmetal-grey flannel, apparently reimagined as a morning suit, she is clearly a woman of power. She has even adopted the signs of privileged attire: a language of shapes and colours that Ferré, hailing from a solid bourgeois family, knows and handles well. But these signs are, quite literally, reversed, as the front becomes the back, the buttoning is posterior, and the deep V formed by the lapels transforms into an exquisitely feminine neckline that bares the back. The choice of such an unusual, and minimally commercial, framing stems primarily from a documentary need. The back closures on eveningwear are a central theme in the collection, as succinctly noted in the press release: “[...] for the evening there is the parka surprisingly lined with *lamé*, and trousers and dresses cut like coats, absolutely linear, with back buttoning cutaway necklines.” The pose, with

one hand in her pocket and the other on the table, conveys an assertive decisiveness, enlivened by a rapid physicality. In the swift abstraction of the scene, what stands out are rigor and restraint, and a disdain for the superfluous. Even the stark punctuation of collar and cuffs accentuates the austerity of the scene. The only break in this is a fabric fan attached with a pin to the lapel, its tip catching the light. This is a fearless woman, but not a harsh one: while turning her back, she does not feel exposed or vulnerable, yet she lacks no grace.

Scene II: *Upside down*

Dressed only with a bodysuit and high heels, a woman lies sprawled on a long staircase in front of an immense wall of bookshelves. She is engaged in reading but lies upside down, as if she is combining physical and mental exercise. The same woman, in other shots, poses impeccably dressed on a countertop with a sink or stands like a caryatid in the frame of a large window, indifferent to its height. Once again, Ferré's woman is captured doing, with apparent ease, impossible things that highlight her athletic spirit, as if normality were foreign to her. This time, she has a famous face: that of model Linda Evangelista. For two consecutive seasons, SS 1992 and FW 1992-93, Gianfranco Ferré collaborated with photographer Steven Meisel. An eclectic and referential artist, Meisel was at the peak of his career at the time, capturing his model-muse – a perfect Ferré woman, perhaps not entirely, with her diva glamour and

poses reminiscent of Fifties and Sixties editorials. The photographic setups evoke a surreal quality that recalls Melvin Sokolsky's work. The architecture, chosen with impeccable taste and a clear narrative purpose, serves as a co-star in the shots, not as mere backdrops but as tangible, present, and engaging entities. The settings are the Maison de Verre, Pierre Chareau's 1932 masterpiece, and Villa Dall'Ava, a project by Rem Koolhaas/OMA completed in 1991, thus very recent at the time of the campaign. The implied message once again aligns Gianfranco Ferré with this discipline and emphasizes the tension created between architecture and fashion, amplified by the continuity between garments and environments. The architectures are deeply modernist, with the Maison de Verre suggesting the idea of a house as a mechanism, a machine, a device for staging everyday life, while Villa Dall'Ava renews the glass house archetype by deconstructing it with a unique arrangement of volumes and heights, capped by a rooftop pool. The garments, on the other hand, are now linear rather than architectural, with swirls and bold colors that, following a functional logic, do not exclude decoration. In the shots, the documentary and descriptive intent is heightened by pure visual surprise, with a flash of red against a sea of black-and-white images, and then by the sinuous, voluptuous physicality, with the perfect self-control and spatial awareness that Linda Evangelista exudes. She seems to need no one around her: she is a wonder

woman in permanent pose, with gestures and body language that the clothes not only complement but encourage, serving as true extensions of her personality. The electric charge here comes from the friction between the purity of lines and the glamorous yet perilous drama of the poses: who, if not a superwoman, would stop on the edge of a steep staircase wearing a long sheath dress? With a magical suspension of disbelief, this is precisely what Meisel's images make plausible.

Scene III: *On the Rooftops*

The heroine runs across rooftops. So does her hero. They are not escaping or avoiding an uncomfortable situation; rather, there is a martial pride in their strut, a romantic awareness. Walking on rooftops, after all, is a way of viewing the world from an otherwise inaccessible perspective. It's a liberating act, an expression of courage and defiance of the rules. The final phase of Gianfranco Ferré's work is marked by a softening of rigor, by a romance that feels genuine rather than ornamental. Regarding the FW 2000-01 collection, photographed by Peter Lindbergh on the rooftops of Paris, Ferré speaks of "[...] romantic order-disorder... stand-up collars, skimming softness..." and adds, "I like to think of a woman who has a girlish quality to her, who can be childlike in discovering lost expressions of refinement. A woman who brings direct opposites to the world... to attain that confusedly free order which today for me is modern elegance. An elegance involving

properness, neatness, severity too. Bold and clear. With the will to make everything personal, exquisitely her own...". Two words stand out: girl and disorder. What has become of the hyper-feminine figure of the past? In this phase of Ferré's work, the stylistic shift is mirrored in photographic representation, which has shed any documentary aspect to assume a purely impressionistic, narrative, emotional dimension. The choice of Lindbergh is striking – an uncompromising artist who molds black-and-white visions with an expressionistic, cinematic quality. Dramatic and present, Lindbergh's women are his own: like a director, he transforms and partially obscures any model he works with, with smudged eyes and tousled hair. Compared to the ultra-composed Ferré woman, this new incarnation may even seem anarchic. In addition, the physicality of model Esther De Jong diverges from the usual body type in Ferré's imagery. Equally surprising is the choice of Paris – a postcard Paris, complete with the Eiffel Tower in the background – an unheard-of setting for a designer so intimately tied to Milan, despite his cultivated cosmopolitanism. While it is not the first time Ferré has chosen Paris as a backdrop – Michel Comte's campaign for FW 1995-96 was also set in France – it is the first time the location is so explicitly declared. These are the years following his artistic direction at Dior, and it is as though Ferré, at this point in his career, had internalized a certain *grandeur*, only to dismantle it with a pompously subversive gesture.

What endures, ultimately, is the fearless spirit of the woman, naturally inclined toward the impossible, the strange, the unrestrained. A heroine, indeed.

Epilogue: *Open ending*

Three scenes are certainly a limited sampling to capture the full iconographic breadth of Gianfranco Ferré's campaigns. The shifts in the photographic language evolve more quickly than the style itself, which advances over the years in small, deliberate steps. Yet this choice of synthesis aims to mirror the expressive confidence of the designer-architect, his ability to focus on both garments and characters through the reiteration of a few core elements: the rigor of construction on one side, and a palpable, sensual physicality on the other. Decisive and assured, Ferré remains true to himself with solid resolve, entrusting the visual narrative to the distinctive perspectives of kindred photographers. This changeable consistency leaves the story open-ended. His woman is sketched with assured strokes, self-aware enough to transform herself without truly changing. Her adventures, meanwhile, unfold *timelessly* within the viewer's eye. Just look at them.

INTERVISTA A RITA AIRAGHI

Giulia Zanichelli e Catia Zucchetti

Rita Airaghi, ci racconta chi è e come è diventata la partner professionale di Gianfranco Ferré, lungo tutta la sua carriera dalla fine degli anni '70 sino al 2007?

Un legame di famiglia, con qualche nonno in comune, la cerchia di amici... questo l'inizio, ancora ai tempi dell'università. E poi, da ottobre 1978, il coinvolgimento totale, alla scoperta di un mondo davvero nuovo e non solo per noi: il nascente Made in Italy stava organizzando il suo sistema, che avrebbe conquistato i mercati. Da lì in poi ho condiviso tutti i passi del brand Gianfranco Ferré, cui so di aver dato un valido contributo con il mio lavoro nell'ambito della comunicazione. All'inizio ero sola con una assistente, per trovarmi poi a gestire sei diversi uffici stampa nel mondo, con una rete di ventitré persone.

Quali sono stati i momenti più importanti che avete vissuto professionalmente insieme nel mondo della moda?

Mi piace dire che ci sono state tante straordinarie "prime volte": la prima sfilata Baila nel 1973; la prima Gianfranco Ferré Prêt-à-porter nel 1978; la prima Gianfranco Ferré Alta Moda nel 1986; la prima Dior 1989. E le innumerevoli occasioni di premi e di riconoscimenti.

Ci racconta com'era lavorare con lui e per lui?

Premessa: ho avuto da lui molto più di quanto gli posso aver dato, ho imparato davvero tanto. Curiosità intellettuale, rigore, metodo, cultura, resistenza fisica, consapevolezza di non potersi fermare di fronte a ostacoli impreveduti... e poi fantasia, sogno, creatività: questo era Ferré nell'ambito professionale, cui si deve aggiungere una bontà infinita, nonostante il suo ruggito da leone e un *sense of humour* notevole. E poi la gola... un capitolo a parte! Lavorare con lui e per lui era stimolante, incessante, faticoso, esaltante, divertente, esasperante, gratificante, senza limiti di tempo... ci siamo capiti?

La fotografia di moda allora era tante persone – fotografo, stylist, hair stylist, truccatori per citarne alcune – com'era il lavoro di uno shooting?

Ogni campagna aveva una storia a sé, legata ai suoi contenuti e ai suoi obiettivi. Studio o location venivano suggeriti magari dal fotografo, ma sempre con il parere di Ferré a definire la scelta. La figura dello stylist non era contemplata nei primi anni, nei quali parrucchiere e truccatore erano scelti e contattati da noi, divenuti amici nel frattempo: penso ad Aldo Coppola o a Francesca Tolot. Poi, negli anni '90, abbiamo avuto star internazionali, *hair stylist* come Julien d'Ys e Oribe, *make-up artist* come Pat McGrath, legati al fotografo con cui abitualmente lavoravano. Davvero tante persone, dietro a uno scatto: gli assistenti del fotografo, le sarte... e poi chi si doveva occupare di trasporto dei capi, di aerei e di hotel, di catering, di location, di permessi. E ancora i responsabili della postproduzione, del ritocco in epoca predigitale. Un esercito!

Come veniva scelto il fotografo?

Negli anni '70 e '80 sfogliavamo le riviste considerate le bibbie della moda, *Vogue France*, *Vogue USA*, *Harper's Bazaar USA*, e anche *Vogue Italia*, *Linea Italiana*, *Harper's Bazaar Italia*... le loro pagine ci hanno insegnato a ragionare in termini di immagine, individuando i fotografi più talentuosi, che non erano ancora considerati personaggi, autori di scatti d'artista: le vere star erano le modelle, le famose top model, seguite dagli *hair stylist* e dai *make-up artist*. Abbiamo dunque conosciuto molti fotografi grazie alle pagine redazionali delle riviste specializzate, da cui poi nasceva la scelta dell'autore della campagna pubblicitaria. Anche questo stretto rapporto – giornali, stilisti, fotografi – ha contribuito alla costruzione e alla diffusione nel mondo del Sistema Moda Italia. Mi piace ricordare che nei primi anni '80, con un po' di stupore e tanto orgoglio, di persona ho scoperto che, a New York, Madison Ave e la Fifth Avenue parlavano solo italiano le vetrine delle boutique di moda...

Una fotografia simbolo dell'unione di questi due mondi, moda e fotografia, è sicuramente lo scatto di Steven Meisel: la camicia bianca, capo iconico, su Robyn Mackintosh per la prima copertina di Franca Sozzani su Vogue Italia nel 1988. Com'è stato lavorare con Meisel?

Intanto quella copertina è stata una vera sorpresa, grandiosa nel suo significato. Di Steven Meisel si diceva già allora che fosse difficile, capriccioso, imprevedibile. Con noi mai un problema, anzi una grande condivisione di idee e un grande rispetto. Solo una volta mi ha fatto vedere i sorci verdi: arrivato alla Maison de Verre, straordinaria location parigina che gli era sconosciuta, Steven mi ha sibilato un *"I don't like it"* che mi ha fatto prevedere il peggio. Salvo poi chiedermi, qualche ora dopo, se poteva allungare la campagna di un giorno perché gli piaceva troppo, quella location.

Gian Paolo Barbieri, l'unico fotografo italiano presente nelle campagne esposte in mostra. Sappiamo da Gian Paolo stesso che lui e Ferré avevano un rapporto di sincera amicizia, come è nata?

Barbieri aveva già fotografato, dal 1976 in poi, le campagne Baila by Ferré, un misto di eleganza e di avanguardia tecnica. L'amicizia si è consolidata nel tempo, nel campo professionale e fuori, in studio o in vacanza alle Seychelles. Parlando di lui, Ferré lo ha chiamato "divino fotografo, capace di esprimere il potere della seduzione della moda e della femminilità".

Questa mostra ci permette di ricordare oltre a Ferré anche grandi autori scomparsi come Ritts, Bourdin, Lindbergh e Demarchelier. Ha un ricordo personale di ognuno di loro?

Ritts, agli inizi degli anni '80 un giovane sconosciuto fotografo, che ha sempre riconosciuto a Ferré il merito di averlo lanciato e di avergli insegnato a "stortare" la macchina fotografica. Lindbergh, un maestro, un mostro sacro, era burbero ma umanissimo. E Demarchelier che ricordo nel 1978 nelle notti di New York, a fotografare la prima collezione Ferré: giovanissimo e poco conosciuto, come in fondo era Gianfranco allora. *In questo luogo è custodito un archivio fotografico, stampe ben*

conservate, fotocolor, provini, il tutto digitalizzato con tutte le informazioni raccolte. Come è nata l'idea di creare un archivio?

Nel 2021, la Fondazione ha valorizzato questo patrimonio donandolo al Politecnico di Milano, ed è così nato il Centro di Ricerca Gianfranco Ferré, Innovazione Digitale per le Industrie Creative e Culturali. Alla scomparsa di Gianfranco Ferré, nel 2007, si è subito pensato a come conservarne e tramandarne la memoria e per volere della sua famiglia è stata costituita la Fondazione. Si è cominciato col mettere ordine in una notevole quantità di materiale eterogeneo: foto, di sfilata e di pubblicità, disegni, filmati, appunti, testi, rassegna stampa, abiti e accessori... Ogni elemento è stato studiato, scansionato, inserito in un sofisticato *database*. Il fondo fotografico è una parte fondamentale dell'archivio, composto da più di 15.000 immagini delle varie campagne pubblicitarie, cui si aggiunge una grande quantità di materiale di lavoro: provini, negativi, prove di stampa, etc. Nel 2021 dalla famiglia Ferré l'archivio nella sua totalità è stato donato al Politecnico di Milano, che ha costituito il Centro di Ricerca Gianfranco Ferré: il testimone è così passato a chi sa utilizzare gli strumenti più avanzati per far conoscere e diffondere ulteriormente un patrimonio culturale di immenso valore, grazie a progetti e sperimentazioni diverse, con il supporto di nuovi linguaggi. È un archivio vivo, in movimento, in attività.

INTERVIEW WITH RITA AIRAGHI

Giulia Zanichelli e Catia Zucchetti

Rita Airaghi, tell us about who you are and how you became Gianfranco Ferré's professional partner, throughout his career from the late Seventies until 2007.

A family connection, with some grandparents in common, the circle of friends... that was the beginning, still in my university days. And then, from October 1978, the total involvement, discovering a really new world, and not only for us: the nascent Made in Italy was organizing its system, which would conquer the markets. From that moment on I shared all the steps of the Gianfranco Ferré brand, to which I know I made a valuable contribution with my work in the field of communication. In the beginning I was alone with one assistant, only to find myself managing six different press offices around the world, with a network of twenty-three people.

What have been the most important moments you have experienced professionally together in the fashion world?

I like to say there have been many extraordinary "firsts": the first Baila fashion show in 1973; the first Gianfranco Ferré Pret-à-porter, 1978; the first Gianfranco Ferré Alta Moda, 1986; the first Dior in 1989. And the countless opportunities for awards and for recognition.

Tell us what it was like to work with him and for him?

Premise: I got much more from him than I could have given him, I really learnt a lot. Intellectual curiosity, rigor, method, culture, physical

endurance, awareness of not being able to stop in the face of unforeseen obstacles... and then fantasy, dream, creativity: this was Ferré in the professional sphere, to which one must add an infinite goodness, despite his lion roar, a remarkable sense of humour. And then the gluttony... separate chapter! Working with him and for him was stimulating, relentless, exhausting, exhilarating, fun, exasperating, rewarding, with no time limits... are we clear? Fashion photography back then there were so many people – photographer, stylist, hair stylist, makeup artist to name a few – what was the work of a shoot like? Each campaign had its own story, related to its content and goals. The studio or the location were perhaps suggested by the photographer, but the definitive choice was always Ferré's. The figure of the stylist was not contemplated in the early years, in which hair stylist and make-up artist were chosen and contacted by us and became friends in the meantime: I think of Aldo Coppola, Francesca Tolot. Then, in the Nineties, we had international stars, hair stylists like Julien d'Ys and Oribe, make-up artists like Pat McGrath, linked to the photographer with whom they usually worked. Really a lot of people, behind one shoot: the photographer's assistants, the dressmakers... and then who had to deal with transportation of the garments, planes and hotels, catering, locations, permits. And again, those responsible for postproduction, for retouching in the predigital era. An army!

How did you choose the photographer?

In the Seventies and Eighties, we used to leaf through magazines

considered the bible of fashion: Vogue France, the Vogue America and Harper's Bazaar, and also Vogue Italia, Linea Italiana, Harper's Bazaar Italia. From their pages we learned to think in terms of image, identifying the most talented photographers, who were not considered celebrity-authors of artist shots yet: the real stars were the models, the famous supermodels, followed by hair stylists and make-up artists. Thus, we got to know many photographers through the editorial pages of fashion magazines, from which the choice of the author of the advertising campaign could then arise. This close relationship between editors, stylists and photographers also contributed to the construction and diffusion in the world of Sistema Moda Italia. I like to recall that in the early Eighties I discovered in person, with some amazement and much pride, that in New York, the windows of fashion boutiques on Madison Ave and Fifth Avenue spoke only Italian.

One photograph that symbolizes the union of these two worlds, fashion and photography, is definitely Steven Meisel's shot: the white shirt, an iconic garment, on Robyn Mackintosh for Franca Sozzani's first cover of Vogue Italia in 1988. What was it like working with Meisel?

First of all, that cover was a real surprise, great in its significance. Even then, it was said of Steven Meisel that he was difficult, capricious, unpredictable. However, there was never a problem with us, but a great sharing of ideas and great respect. He gave me the cold shoulder only one time: when we arrived at the Maison de Verre, an extraordinary Parisian location that was unknown to him, Steven hissed at me an "I

don't like it" that made me predict the worst. Except to ask me, a few hours later, if he could extend the campaign of one day because he liked that location too much!

Gian Paolo Barbieri, the only Italian photographer featured in the campaigns shown in the exhibition. We know from Gian Paolo himself that he and Ferré had a sincere friendship, how did it start?

Barbieri had already photographed, from 1976 onward, the Baila by Ferré campaigns, a mixture of elegance and technical avant-garde. The friendship was consolidated over time, in the professional field and outside, in the studio or on vacation in the Seychelles. Speaking of him, Ferré called him a "divine photographer, capable of expressing the power of fashion seduction and femininity".

This exhibition allows us to remember not only Ferré but also great late authors such as Ritts, Bourdin, Lindbergh and Demarchelier. Do you have a personal memory of each of them?

Ritts, who in the early Eighties was an unknown young photographer, always credited Ferré with launching him and teaching him to "twist" the camera. Lindbergh, a master, a holy monster, gruff but very human. And Demarchelier whom I remember in 1978 in the nights of New York, photographing the first Ferré collection: very young and little known, as Gianfranco was after all then. In this place is kept a photographic archive, well-preserved prints, photocolors, specimens, all digitized with all the information

present. How did the idea of creating an archive come about? In 2021, the Foundation further enhanced this heritage by donating it to the Politecnico di Milano, where the Gianfranco Ferré Research Center, Digital Innovation for Creative and Cultural Industries was born. When Gianfranco Ferré passed away in 2007, immediate thought was given to preserve and pass on his memory, and at the behest of his family, the Gianfranco Ferré Foundation was established. It began by putting in order a considerable amount of heterogeneous material: photos,

of fashion shows and advertisements, drawings, films, notes, texts and collections of press reviews, clothes and accessories... In 2021, the Ferré family donated the archive in its entirety to the Politecnico di Milano, which established the Gianfranco Ferré Research Center: the baton is thus passed on to those who know how to use the most advanced tools to make known and further disseminate a cultural heritage of immense value, thanks to different projects and experimentation, with the support of new languages. It is a living, moving and active archive.



Ph. Aldo Castoldi. Milano, 2001
Ph. Aldo Castoldi. Milan, 2001

INTERVISTA A LUCA STOPPINI

Giulia Zanichelli e Catia Zucchetti

Stoppini, direttore artistico, fotografo, consulente creativo. Artista. Luca, come hai iniziato a lavorare con GF e quale era il tuo ruolo?

Credo di aver incontrato personalmente per la prima volta Gianfranco Ferré nel 1991. Ero appena diventato direttore artistico di Vogue Italia. Non ricordo per quale evento, ma Vogue voleva rendergli omaggio e propose di produrre un allegato che raccogliesse i più importanti redazionali apparsi anche sulle pagine dei magazine internazionali, da Vogue USA, a Vogue France, a Vogue UK, etc. Newton, Ritts, Lindbergh, Watson, Meisel, tutto il meglio della fotografia di moda del mondo. In copertina sarebbe stato impossibile usare una delle loro foto, imbarazzo della scelta. Perché allora non usare, anziché la sua moda, lui, il signor Ferré, in tutto il suo splendore, rappresentato dalla sua silhouette? Come il profilo che sempre ha usato come firma il Signor Hitchcock. E così fu! Gianfranco non parlava, borbottava. Bastava il tono delle prime due sillabe per capire se andasse bene o no. In quel caso, bastò solo togliere un paio di centimetri al suo girovita per illustrare la copertina e diventare un segno che lo ha accompagnato per molti anni. Molti sono stati gli anni che ho avuto la fortuna di passare insieme a lui e non dico lavorare, perché avere avuto la possibilità di farlo è stato per me – non lo dico certo per l'occasione – sempre uno stimolo, una crescita, una sfida, un litigare a fin di bene.

Esplorando il mondo dello stilista si evince la sua volontà di avere un team di lavoro fedele e leale, una sorta di famiglia con cui affrontare il mondo della moda. Un rapporto, quello con Ferré, non solo professionale?

Pensando a GF, immediatamente penso a Rita (Airaghi, n.d.r.). Gianfranco parla sempre nelle sue biografie e interviste delle tre donne con le quali è cresciuto, la mamma e le zie. Esiste anche un'altra donna con la quale ha passato la sua vita: Rita.

Conoscendola, capisci immediatamente quale importanza potesse avere per GF lei con il suo team di lavoro e soprattutto la fedeltà assoluta che legava tra di loro i protagonisti. Quando un leader ha talento, importa meno la forma comportamentale, il team diventa famiglia e quindi si perdonano molte cose. L'obiettivo è rendere possibile tutto quello di cui il processo creativo necessita. Ovviamente quando lavori in questo modo per anni e dividi i successi e anche le sconfitte, il rapporto diventa molto più che lavorativo, e l'amicizia cresce forte e sincera.

Come è cambiato da allora a oggi il mondo della fotografia di moda?

In quegli anni essere fotografo significava trovare l'immagine che esprimesse quello che sentivi e come con i propri occhi lo cercavi. Poi è arrivata una generazione di fotografi che guardava troppo quello che era stato fatto nel passato, non solo per trovare ispirazione, ma molto spesso per "riprodurre". L'avvento poi dei cellulari ha trasformato la fotografia da linguaggio a lingua. Anziché raccontare lo squisito dolce, lo si fotografa e da qui milioni di immagini invadono continuamente la nostra vita. Per quanto riguarda la moda, ogni trenta metri c'è una ragazza o un ragazzo che posa per un post e si cambia per il prossimo. Negli anni passati quando dovevi produrre un'immagine che rappresentasse la collezione, sapevi che quell'immagine doveva durare nel tempo, almeno fino alla stagione successiva. Oggi per una campagna si producono non so quante immagini per svariati utilizzi e centinaia di post per i social. Oggi è quindi difficile per un fotografo riuscire a creare la sua immagine, il suo stile. Per fortuna qualcuno ha parlato dei cicli e ricicli della storia. Quindi penso che a breve...

Fotografia, fotografia di genere, arte: qual è la tua posizione a proposito?

La fotografia è mezzo d'espressione. Io vivo di immagine. Oggi sono molto attratto dalla fotografia di reportage che è incredibilmente espressiva e viva, in questo momento così massacrato dagli eventi storici legati alla coglionaggine dell'uomo e da

quelli generati dalla natura che ristabilisce la sua supremazia sull'uomo.

Estetica minimalista e raffinata, attenzione ai dettagli, esplori la bellezza, la moda, l'identità e la memoria. Alla costante ricerca di innovazione. Sono evidenti le affinità con lo stilista. Sei rimasto presente negli anni in libri, mostre e nelle scelte del Centro di Ricerca Gianfranco Ferré in tutti questi anni, lo racconti?

Come ho detto, vivo di immagine e l'immagine richiede una grande disciplina. Ovviamente il processo è in costante evoluzione. L'immagine deve essere obbligatoriamente contestualizzata nel suo tempo per aver ragione d'essere. Esprime l'attuale e la sua necessità. La ricerca continua è la linfa vitale di questo processo espressivo che sicuramente tra i suoi strumenti ha la bellezza, la forma, il colore, il movimento, l'armonia... La continua ricerca è anche il motore del lavoro che la Fondazione Gianfranco Ferré ha sempre svolto per mantenere viva l'opera dello stilista e dimostrarne la modernità. Dal 2021 le sue attività sono state riprese e sviluppate dal Centro di Ricerca Gianfranco Ferré del Politecnico di Milano con nuovi sistemi di indagine, nuovi strumenti, nuove tecnologie e nuove tecniche di visualizzazione, che ulteriormente valorizzano un patrimonio culturale che ritengo unico. Ragione per cui sono fiero di poterne fare parte e contribuire ogni qualvolta necessario. Frequento ormai da più di quaranta anni il mondo della moda; poche sono le persone che hanno lasciato un segno e trovano posto nella mia vita. Gianfranco Ferré sicuramente.

INTERVIEW WITH LUCA STOPPINI

Giulia Zanichelli and Catia Zucchetti

Luca, how did you start working with GF and what was your role?

I think I met Gianfranco Ferré personally for the first time in 1991. I had just become artistic director of *Vogue Italia*. I don't remember for which event, but *Vogue* wanted to pay homage to him and proposed producing an insert that would collect the most important editorials that had appeared on the pages of international magazines too, from *Vogue USA* to *Vogue France*, to *Vogue UK*, etc. Newton, Ritts, Lindbergh, Watson, Meisel, all the best of fashion photography in the world. It would have been impossible to use one of their photos on the cover, spoiled for choice. So why not use, instead of his fashion, him, Mr. Ferré, in all his splendor, represented by his silhouette? Like the profile that Mr. Alfred Hitchcock always used as his signature. And so it was! Gianfranco didn't speak, he mumbled. The tone of the first two syllables was enough to understand if it was okay or not. In that case, it was enough to remove a couple of centimeters from his waistline to illustrate the cover and become a sign that accompanied him for many years. And many were the years that I was lucky enough to spend with him and I don't say work, because having had the opportunity to do so was for me – I'm certainly not saying this for this occasion – always a stimulus, a growth, a challenge, a good-natured argument.

Exploring the designer's world reveals his desire to have a loyal and faithful work team, a kind of family with which to tackle the fashion world. A relationship, the one with

Ferré, that is not only professional?

Thinking about GF, I immediately think of Rita (Airaghi, ed.). Gianfranco always talks in his biographies and interviews about the three women with whom he grew up, his mother and his aunts. There is also another woman with whom he spent his life: Rita. Knowing her, you immediately understand how important she could have been for GF with her work team and above all the absolute loyalty that bound the protagonists together. When a leader is talented, the behavioral form matters less, the team becomes family and therefore many things are forgiven. The goal is to make everything the creative process needs possible. Obviously when you work this way for years and share the successes and the defeats too, the relationship becomes much more than just a work relationship, and the friendship grows strong and sincere.

How has the world of fashion photography changed from then to now?

In those years being a photographer meant finding the image that expressed what you felt and how you looked for it with your own eyes. Then came a generation of photographers who looked too much at what had been done in the past, not only to find inspiration, but very often to "reproduce". The advent of cell phones then transformed photography from a language to a tongue. Instead of describing the exquisite dessert, you photograph it and from here millions of images continuously invade our lives. As for fashion, every thirty meters there is a girl or a boy who poses for a post and changes for the next. In the past when you had to produce an image that represented the collection,

you knew that the image had to last over time, at least until the following season. Today, for a campaign, I don't know how many images are produced for various uses and hundreds of posts for social media. Today, it is therefore difficult for a photographer to be able to create his image, his style. Fortunately, someone spoke about the cycles and recycles of history. So I think that soon...

Photography, genre photography, art: what is your position on this?

Photography is a means of expression. I live on images. Today, I am very attracted to reportage photography, which is incredibly expressive and alive, in this moment so massacred by historical events linked to man's stupidity and those generated by nature that re-establishes its supremacy over man.

Minimalist and refined aesthetics, attention to detail, exploring beauty, fashion, identity and memory. In constant search of innovation. Your affinities with the designer are evident. You have been present in books, exhibitions and in the choices of the Gianfranco Ferré Research Center over the years, can you tell us about it?

As I said, I live on images and images require great discipline. Obviously, the process is constantly evolving. The image must necessarily be contextualized in its time to have a reason to exist. It expresses the present and its necessity. Continuous research is the lifeblood of this expressive process that certainly has beauty, shape, color, movement, harmony among its tools... Continuous research is also the engine of the work that the Gianfranco Ferré Foundation has always carried out to keep the designer's work alive and demonstrate its modernity. Since 2021, its activities have been resumed and developed by the Gianfranco Ferré Research Center of the Politecnico di Milano with new investigation systems, new tools, new technologies and new visualization techniques, which further enhance a cultural heritage that I consider unique. Reason why I am proud to be able to be part of it and contribute whenever necessary. I have been frequenting the world of fashion for more than forty years now; there are few people who have left a mark and found a place in my life. Gianfranco Ferré is one of them.

GIANFRANCO FERRÉ (1944-2007). NOTE BIOGRAFICHE

Gianfranco Ferré nasce a Legnano il 15 agosto 1944. Dopo la maturità scientifica, si iscrive alla Facoltà di Architettura al Politecnico di Milano, dove si laurea nel 1969. Il debutto nel mondo della moda avviene in questo periodo: Ferré disegna bijoux ed accessori, notati quasi per caso da alcune redattrici di moda. Nel 1973 Gianfranco Ferré intraprende il primo viaggio in India, dove, per conto di un'azienda italiana disegna e fa produrre in loco una linea di abbigliamento, la collezione "Ketch". Contemporaneamente avvia una serie di consulenze stilistiche con diverse aziende di abbigliamento. Datano 1974, le prime collezioni di prêt-à-porter e le prime sfilate: "Les Grenouilles", "Courlande" e "Baila". Al maggio del 1978 risale la fondazione della società "Gianfranco Ferré" e nell'ottobre dello stesso anno la prima sfilata di prêt-à-porter femminile. Al lancio dell'abbigliamento maschile, nel 1982 ed alla creazione di accessori e di prodotti realizzati su licenza, si aggiunge poi, dal 1986 al 1989, l'esperienza dell'Alta Moda, con sfilate a Roma. Nel 1983 partecipa alla nascita della "Domus Academy", scuola post-universitaria di Design, dove, fino al 1989, dirige il corso "Design dell'abito". Nel maggio del 1989 è nominato Direttore Artistico della Maison Christian Dior per le linee femminili di Haute Couture, Prêt-à-Porter e Fourrure. Incarico che durerà sino al 1996. Nel marzo 2007 Gianfranco Ferré è nominato Presidente dell'Accademia di Belle Arti di Brera. Gianfranco Ferré scompare il 17 giugno 2007.

GIANFRANCO FERRÉ (1944-2007). BIOGRAPHICAL NOTES

Gianfranco Ferré was born in Legnano on 15 August 1944. After completing his high school diploma, he enrolled in the Faculty of Architecture at the Politecnico di Milano, where he graduated in 1969. His debut in the fashion world took place during this period: Ferré designed jewellery and accessories, noticed almost by chance by some fashion editors. In 1973, Gianfranco Ferré undertook his first trip to India, where, on behalf of an Italian company, he designed a clothing line, the 'Ketch' collection, and had it produced on site. At the same time, he started a series of stylistic consultancies with various clothing companies. The first ready-to-wear collections and the first labels date back to 1974: 'Les Grenouilles', 'Courlande' and 'Baila'. In May 1978, the 'Gianfranco Ferré' company was founded and in October of the same year the first women's ready-to-wear label was launched. After the launch of the men's clothing line in 1982 and the creation of accessories and licensed products, he embarked in the Haute Couture experience, with shows in Rome from 1986 to 1989. In 1983, he took part in the founding of the Domus Academy, a post-university school of design, where he directed the 'Dress Design' course until 1989. In May 1989, he was appointed Artistic Director of the Maison Christian Dior for the women's lines of Haute Couture, Prêt-à-Porter and Fourrure, a post that lasted until 1996. In March 2007 Gianfranco Ferré was appointed President of the Brera Academy of Fine Arts. Gianfranco Ferré passes away on the 17th of June 2007.



For Gianni Versace Ferret with my admiration,
Hautel Couture Collections Paris Summer
1996, a historic moment - Helmut Newton

FORTE DI BARD

Da struttura militare a cittadella della cultura. Il Forte di Bard è un'imponente struttura militare realizzata nella prima metà del XIX secolo, posta alla sommità di una rocca all'ingresso della Valle d'Aosta. La fortezza è un polo culturale e turistico sede di musei, esposizioni di arte e fotografia, eventi, servizi informativi e di accoglienza. La visita consente di ammirarne l'imponente architettura militare. La struttura è costituita da tre principali corpi di fabbrica, posti a diversi livelli per complessivi 14.467 metri quadrati. Due le piazze situate al culmine della rocca, sedi di eventi ed happening.

CENTRO RICERCA GIANFRANCO FERRÉ, POLITECNICO DI MILANO

Il Centro di Ricerca Gianfranco Ferré, Innovazione Digitale per le Industrie Creative e Culturali è stato costituito a Dicembre 2021 dal Politecnico di Milano a seguito della donazione della famiglia Ferré dell'archivio e della sede della Fondazione Gianfranco Ferré. Sotto il coordinamento del Laboratorio di Ricerca Fashion in Process del Dipartimento di Design, il Centro di Ricerca mette a sistema il know-how tecnico-scientifico e la cultura del progetto caratterizzanti l'identità del Politecnico di Milano con il patrimonio materiale e immateriale relativo alla storia, alla cultura e alle tecniche della moda conservato e valorizzato da Fondazione Gianfranco Ferré. Attraverso la ricerca nell'ambito dell'innovazione digitale, il Centro di Ricerca indaga, sviluppa e sperimenta tecniche avanzate di visualizzazione, rappresentazione e fruizione di artefatti materiali ad elevato contenuto culturale, tipici delle industrie creative e culturali che rappresentano un elemento identitario distintivo della cultura italiana e del suo riconoscimento e posizionamento in ambito internazionale.

CZ FOTOGRAFIA

CZ Fotografia - acronimo di Catia Zucchetti - è una realtà nata nel 2006 da passione e competenza nella fotografia, in tutte le sue forme: curatela di libri e di mostre; supporto a progetti speciali per aziende lusso; formazione universitaria dedicata alla fotografia e al mondo del lusso ed eventi. Project consultancy per fotografi, aziende, musei, archivi, fondazioni, case editrici. Dal 2020 Giulia Zanichelli, come partner, porta in CZ Fotografia la sua passione per l'arte e per il mondo della comunicazione, tradizionale e innovativa.

THE FORT BARD

From military structure to citadel of culture

The Fort Bard is an imposing military structure built in the first half of the 19th century, located at the top of a fortress at the entrance to the Aosta Valley. The fortress is a cultural and tourist centre housing museums, art and photography exhibitions, events, information and reception services. A visit allows you to admire its imposing military architecture. The structure consists of three main buildings on different levels for a total of 14,467 square metres. There are two squares located at the apex of the fortress, where events and happenings are held.

GIANFRANCO FERRÉ RESEARCH CENTER, POLITECNICO DI MILANO

The Gianfranco Ferré Research Center, Digital Innovation for the Creative and Cultural Industries was established in December 2021 by the Politecnico di Milano following the Ferré family's donation of the archives and building of the former Gianfranco Ferré Foundation. Under the coordination of the Fashion in Process Research Laboratory of the Department of Design, the Research Center brings together the technical-scientific know-how and design culture characterizing the identity of the Politecnico di Milano with the tangible and intangible heritage relating to the history, culture and techniques of fashion preserved and valorised by the Gianfranco Ferré Foundation. Through research in the field of digital innovation, the Research Centre investigates, develops and experiments with advanced techniques for the visualisation, representation and fruition of material artefacts with a high cultural content, typical of the creative and cultural industries which represent a distinctive identity element of Italian culture and its recognition and positioning in the international arena.

CZ FOTOGRAFIA

CZ Fotografia - acronym for Catia Zucchetti - is a company founded in 2006 from passion and expertise in photography, in all its forms: curating books and exhibitions; supporting special projects for luxury companies; university training dedicated to photography and the world of luxury and events. Project consultancy for photographers, companies, museums, archives, foundations, publishing houses. From 2020 Giulia Zanichelli, as a partner, brings to CZ Fotografia her passion for art and the world of communication, both traditional and innovative.

- Airaghi, Rita, Paola Bertola e Federica Vacca. *Gianfranco Ferré Design Principles*. Milano: Corraini Editore, 2022.
- Albini, Franco. *Riflessioni su un Metodo*. Milano: Libri Scheiwiller, 2023.
- Angeletti, Elisa, Marco Gaiani, Roberto Palermo, e Simone Garagnani. "Beyond the Physical Exhibit: Enhancing, Showcasing and Safeguarding Fashion Heritage with VR Technologies". *Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage* 32 (2024): e00314. <https://doi.org/10.1016/j.daach.2023.e00314>.
- Atkinson, Paul, e Richie Barker. "AI and the Social Construction of Creativity". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 29, no. 4 (2023): 1054-69. <https://doi.org/10.1177/13548565231187730>.
- Barthes, Roland. *La camera chiara: Nota sulla fotografia*. Torino: Einaudi, 1980.
- Baldacci, Costantino. *Archivi impossibili. Un'ossessione dell'arte contemporanea*. Monza: Johan & Levi Editore, 2016.
- Benbya, Hind, Franz Strich, e Toomas Tamm. "Navigating Generative Artificial Intelligence Promises and Perils for Knowledge and Creative Work". *Journal of the Association for Information Systems* 25, no. 1 (2024): 23-36. <https://doi.org/10.17705/1jais.00861>.
- Benjamin, Walter. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. Torino: Einaudi, 1966.
- Bertini, Maria Benedetta. "La memoria archivistica". In *I custodi della memoria. L'edilizia archivistica italiana statale del XX secolo*, edited by Maria Benedetta Bertini and Vincenza Petrilli, 33-39. Santarcangelo di Romagna: Maggioli, 2014.
- Calvino, Italo. "Il fischio del merlo". *Corriere della Sera*, August 10, 1975. Reprinted in *Perché leggere i classici*, 16. Milano: Oscar Mondadori, 1995.
- Calanca, Daniela. "Archivi Digitali della Moda e Patrimonio Culturale tra Descrizione e Integrazione". *ZoneModa Journal* 10, no. 2 (2020): 11-25. <https://doi.org/10.6092/ISSN.2611-0563/11793>.
- Clark, Judith. "Props and Other Attributes: Fashion and Exhibition Making". In *Fashion Curating: Critical Practice in the Museum and Beyond*, 1st ed., 91-104. Bloomsbury Publishing, 2017.
- Colombi, Chiara, and Federica Vacca. "The Present Future in Fashion Design: The Archive as a Tool for Anticipation". *Zone Moda Journal* 6 (2016): 38-47.
- Colton, Simon. "The Painting Fool: Stories from Building an Automated Painter". In *Computers and Creativity*, a cura di Jon McCormack e Mark d'Inverno, 3-38. Springer Berlin Heidelberg, 2012. https://doi.org/10.1007/978-3-642-31727-9_1.
- Crimaldi, Fabio, e Manuele Leonelli. "AI and the Creative Realm: A Short Review of Current and Future Applications". Preprint, *arXiv*, 2023. <http://arxiv.org/abs/2306.01795>.
- De Fusco, Renato. *Storia dell'architettura contemporanea*. Roma-Bari: Laterza Editore, 2000.
- Derrida, Jacques, e Peter Eisenman. *Chora L Works: Jacques Derrida and Peter Eisenman*. New York: Monacelli Press, 1997.
- Eco, Umberto. *La struttura assente: Introduzione alla ricerca semiologica*. Milano: Bompiani, 1968.
- Eco, Umberto. *Le forme del contenuto*. Milano: Bompiani, 1971.
- Fornaciari, Federica. *Archiviare la moda: Evoluzioni di inizio millennio*. Milano: Pearson, 2022.
- European Commission: Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology, Izsak, Kincsö, Apolline Terrier, Stephan Kreutzer, Thorben Strähle, Conor Roche, Marta Moretto, Stig Yding Sorensen, Malene Hartung, Kristina Knaving, Marlene A. Johansson, Magnus Ericsson e David Tomchak. *Opportunities and challenges of artificial intelligence technologies for the cultural and creative sectors*. Publications Office of the European Union; 2022. <https://data.europa.eu/doi/10.2759/144212>.
- Fabbri, Francesca. *La moda contemporanea. Vol. 2: Arte e stile dagli anni Sessanta alle ultime tendenze*. Torino: Einaudi, 2021. Fiorani, Eleonora. *Moda, corpo, immaginario. Il divenire moda del mondo*

- fra tradizione e innovazione. Milano: POLI.design, 2006.
- Fondevi Amélie *Reverse-Engineering Fashion Products: From a Single-View Sketch to a 3D Model*. PhD diss., Université Grenoble Alpes, 2019. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02908437>.
- Force, Pierre. «Géométrie, finesse et premiers principes chez Pascal». *Romance Quarterly* 50, no. 2 (Spring 2003): 121-130.
- Frisa, Maria Luisa, Francesco Bonami, and Angela Mattiolo, eds. *Italian Eyes*. Venezia: Charta, 2005.
- Frampton, Kenneth. *Storia dell'architettura moderna*. Milano: Zanichelli, 1993.
- Giannachi, Gabriella. *Archive Everything: Mapping the Everyday*. Boston: The MIT Press, 2016.
- Hagen Thilo "Mapping the Ethics of Generative AI: A Comprehensive Scoping Review". Preprint, *arXiv*, 2024. <https://arxiv.org/abs/2402.08323>.
- Healy, Robyn. "Immateriality". In *The Handbook of Fashion Studies*, 325-43. Bloomsbury Academic, 2013.
- Kenderdine, Sarah, Lily Hibberd, e Jeffrey Shaw. "Radical Intangibles: Materializing the Ephemeral". *Museum and Society* 19, no. 2 (2021): 2. <https://doi.org/10.29311/mas.v19i2.3638>.
- Lecallier, Sylvie. "Photographie". In *Une histoire de la mode au Palais Galliera*, 123-137. Paris: Paris Musées, 2021.
- Lodolini, Elio. *Archivistica: Principi e problemi*. Milano: Franco Angeli, 1995.
- Martin, Marcella, and Federica Vacca. "Heritage Narratives in the Digital Era: How Digital Technologies Have Improved Approaches and Tools for Fashion Know-How, Traditions, and Memories". *Research Journal of Textile and Apparel* 22, no. 4 (2018): 335-351. <https://doi.org/10.1108/RJTA-02-2018-0015>.
- Manovich, Lev. "Seven Arguments About AI Images and Generative Media". 2023.
- McLuhan, Marshall. *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. 1967.
- Merlo, Elisabetta. *Moda italiana: Storia di un'industria italiana dall'Ottocento a oggi*. Venezia: Marsilio, 2003.
- Meyer, Rob. "The New Value of the Archive: AI Image Generation and the Visual Economy of 'Style'". 2023.
- Morini, Enrica. *Storia della moda XVIII-XX secolo*. Milano: Skira Editore, 2010. Neumüller, Michael, Andreas Reichinger, Florian Rist, and Christian Kern. "3D Printing for Cultural Heritage: Preservation, Accessibility, Research, and Education". In *3D Research Challenges in Cultural Heritage: A Roadmap in Digital Heritage Preservation*, edited by M. Ioannides and E. Quak, 119-134. Springer, 2014. https://doi.org/10.1007/978-3-662-44630-0_9.
- Nissley, Neil, and Andrea Casey. "The Politics of the Exhibition: Viewing Corporate Museums Through the Paradigmatic Lens of Organizational Memory". *British Journal of Management* 13, no. S2 (2002): S35-S45. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.13.s2.4>.
- Nofal, Ebrahim, Reffat M. Reffat, and A. V. Moere. "Phygital Heritage: An Approach for Heritage Communication". *iLRN* 2017. <https://doi.org/10.3217/978-3-85125-530-0-36>.
- O'Neill, Alistair. *Exploding Fashion: Making, Unmaking, and Remaking Twentieth Century Fashion*. 1st ed. Lannoo, 2021.
- Pecorari, Marco. *Fashion Remains: Rethinking Ephemera in the Archive*. London: Bloomsbury, 2021.
- Pecorari, Marco. "Beyond Garments: Reorienting the Practice and Discourse of Fashion Curating". In *Fashion Curating: Critical Practice in the Museum and Beyond*, 183-197. 1st ed. Bloomsbury Publishing, 2018.
- Pecorari, Marco. "Fashion Archives, Museums and Collections in the Age of the Digital". *Critical Studies in Fashion & Beauty* 10, no. 1 (2019): 3-29. https://doi.org/10.1386/csfb.10.1.3_7.
- Radanliev, Petar. "Artificial Intelligence: Reflecting on the Past and Looking Towards the Next Paradigm Shift". *Journal of Experimental & Theoretical Artificial Intelligence* (2024): 1-18. <https://doi.org/10.1080/0952813X.2024.2323042>.
- Raja, Vinesh. "Introduction to Reverse Engineering". In *Reverse Engineering: An Industrial Perspective*, edited by V. Raja and K. J. Fernandes, 1-9. Springer, 2008. https://doi.org/10.1007/978-1-84628-856-2_1.
- Rogers, Ernesto Nathan. *Esperienza dell'Architettura*. Milano-Ginevra: Skira, 1997.
- Saffo, Paul. "InfoWorld Futures Project". *InfoWorld Futures Project*. Interview, 1997. <https://saffo.com/infoworld-futures-project>.
- Šafka, Jiří, Radomír Mendřický e Petr Zelený "Use of Reverse Engineering Methods in the Field of Fashion Design". *Applied Mechanics and Materials* 693 (2014): 189-194. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMM.693.189>.

- Schnapp, Jeffrey. "Animating the Archive". In *Design & Cultural Heritage, Archivio Animato* (2013): 63-80.
- Schnapp, Jeffrey, and Matthew Battles. *The Library Beyond the Book*. Harvard University Press, 2014.
- Schnapp, Jeffrey. *Digital Humanities*. EGEA, 2015. <https://www.amazon.it/Digital-humanities-Meet-media-guru/dp/8823834589>.
- Smith, Laurajane. *Uses of Heritage*. London: Routledge, 2006.
- Sontag, Susan. *Sulla fotografia*. Milano: Einaudi, 2004.
- Spennemann, Dirk H.R. *ChatGPT and the Generation of Digitally Born "Knowledge": How Does a Generative AI Language Model Interpret Cultural Heritage Values?* Preprint. Computer Science and Mathematics, 2023. <https://doi.org/10.20944/preprints202307.0563.v1>.
- Staniszewski, Mary Anne. "Museum as Website, Archive as Muse: Some Notes and Ironies of the Conventions of Display". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 6, no. 2 (2000): 10-16. <https://doi.org/10.1177/135485650000600202>.
- Suessmuth, Jochen, Florian Fick, e Stan Van Van Der Vossen. "Generative AI for Concept Creation in Footwear Design". *ACM SIGGRAPH 2023 Talks* (2023): 1-2. <https://doi.org/10.1145/3587421.3595416>.
- Throsby, David. "Cultural Capital". *Journal of Cultural Economics* 23, no. 1 (1999): 3-12.
- Twomey, Robert. "Communing with Creative AI". *Proceedings of the ACM on Computer Graphics and Interactive Techniques* 6, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.1145/3597633>.
- Vacca, Federica, and Angelica Vandì. "Fashion Archive as Metamedium: Unfolding Design Knowledge through Digital Technologies". In *Cumulus Antwerp 2023: Connectivity and Creativity in Times of Conflict*, 373-383. <https://doi.org/10.26530/9789401496476>.
- Van de Castele, Marlène. *Le Making of de la Photographie de Mode (1932-2017): Culture Matérielle, Instance Collective, Image Plurielle*. PhD diss., Université de Lyon 2 Lumière, 2019.
- Van de Castele, Marlène. "Archiving Fashion Photography". In *Archivio Magazine* 9 (2023): 196.
- Van de Castele, Marlène. "La photographie de mode, une image plurielle". In *Histoires de photographie: Collections du musée des Arts décoratifs*, 208-213. Paris: Editions MAD, 2021.
- Vandì, Angelica. "Archiving Fashion Futures: Design-Driven Curatorial Practices Fostering Innovation in CClS". PhD diss., Politecnico di Milano, 2024. <https://www.politesi.polimi.it>.
- Vandì, Angelica, Paola Bertola, and Eunjung Suh. "Human-Computer Interactions to Rematerialize Fashion Heritage Artifacts: A Collaborative Project Between the Gianfranco Ferré Research Center Politecnico di Milano and the Massachusetts Institute of Technology". *Fashion Highlight* 3 (2024): Article 3. <https://doi.org/10.36253/fh-2702>.
- Vinchon, Florent, Todd Lubart, Sabrina Bartolotta, Valentin Gironnay, Marion Botella, Samira Bourgeois-Bougrine, Jean-Marie Burkhardt, Nathalie Bonnardel, Giovanni Emanuele Corazza, Vlad Glăveanu, Michael Hanchett Hanson, Zorana Ivcevic, Maciej Karwowski, James C. Kaufman, Takeshi Okada, Roni Reiter-Palmon, e Andrea Gaggioli. "Artificial Intelligence and Creativity: A Manifesto for Collaboration". *The Journal of Creative Behavior* 57, no. 3 (2023): 597. <https://doi.org/10.1002/jocb.597>.
- Wigley, Mark, e Peter Johnson, a cura di. *Deconstructivist Architecture*. Catalogo della Mostra, MoMA, New York, 23 giugno-30 agosto 1988. New York: Graphic Society Books - Little Brown and Co, 1988.
- Zargani, Luisa. "Gianfranco Ferré Research Center Established with Milan Politecnico". *WWD Women's Wear Daily*, 3 dicembre 2021.

GIANFRANCO FERRÉ

dentro l'obiettivo



Forte di Bard

Soci fondatori / Founding partners

Regione VdA Renzo Testolin,
Presidente / President

Fondazione CRT

Anna Maria Poggi, Presidente / President

Comitato di indirizzo / Steering committee

Ornella Badery, Presidente / President

Consiglieri / Members

Laura Montani, Ugo Curtaz, Enrico Di Martino, Silvana
Martino

Luca Bringhen, Direttore / Director

Comitato scientifico / Technical advisors

Luca Bringhen, Fabio Belloni, Laura Montani, Roberto
Domaine, Michele Freppaz

Collegio dei revisori / Board of auditors

Massimo Ciocchini, Presidente / President
Revisori / Auditors

Nicole Lavoyer, Gianni Maria Stornello

Consulenti di progetto / Project consultants

CZ Fotografia

Catia Zucchetti, Fondatrice / Founder

Giulia Zanichelli, Socio / Partner



CENTRO DI RICERCA
GIANFRANCO FERRÉ
POLITECNICO
MILANO 1863



POLITECNICO
MILANO 1863

DIPARTIMENTO
DI DESIGN

Centro di Ricerca Gianfranco Ferré Dipartimento Di Design, Politecnico di Milano

Paola Bertola, Direttore Scientifico /
Scientific Director

Federica Vacca, Direttore Vicario /
Deputy Director

Rosa Toninelli, Responsabile Gestionale /
Department Manager

Marcella E.A. Logli, Public Engagement e Comunicazione
/ Public Engagement and Communication

Rita Airaghi, Consulente d'indirizzo /
Steer Advisor

Comitato scientifico / Scientific committee

Donatella Sciuto, Rettore /
Rector Politecnico di Milano

Roberto Dulio, Delegato Archivi e le Biblioteche / Archives
and Libraries Delegate

Giampiero Bosoni, Alba Cappellieri, Valeria Maria Iannilli,
Paola Francesca Antonietti, Bianca Maria Colosimo,
Alberto Redaelli

Board of advisors

Patrizia Calefato, Alberto Cavalli, Judith Clark, Paolo
Ferrarini, Anna Detheridge, Frédéric Kaplan, Marco
Pecorari, Margherita Rosina, Marco Sammiceli, Jeffrey
Schnapp, Simona Segre Reinach, Valerie Steele, Luca
Stoppini

GIANFRANCO FERRÉ

dentro l'obiettivo

Colophon della mostra

Promosso da / Promoted by

Associazione Forte di Bard

Su iniziativa di / Upon the initiative of

Associazione Forte di Bard e CZ Fotografia

Progetto curatoriale / Curatorial project

Centro di Ricerca Gianfranco Ferré,
Politecnico di Milano

Comitato curatoriale / Curatorial committee

Paola Bertola, Coordinatore Scientifico /
Scientific Coordinator

Rita Airaghi, Federica Vacca,
Centro di Ricerca Gianfranco Ferré

Giulia Zanichelli, Catia Zucchetti, CZ Fotografia

Ricerca e selezione fotografica / Photographic research and selection

Rita Airaghi, Luca Stoppini, Catia Zucchetti

Ricerca capi d'archivio / Archival garment research

Rita Airaghi, Paola Bertola, Giovanni Vidotto

Ricerca archivistica / Archival Research

Emanuela Di Stefano, Bruna Rigato,
Jacopo Sileo, Ilaria Trame

Progetto di allestimento / Exhibition design

Martino Berghinz Studio

Progetto archivio aumentato / Augmented archive design

Paola Bertola, Federica Vacca,
Coordinatori / Coordinators

Angelica Vandi, Greta Rizzi, Generative AI
Guto Marinho, Digital Twin
Alberto Barone, Motiongraphic Design
Open Care Art Advisory, 360° image
4Sigma, Coding

Progetto grafico mostra e catalogo / Exhibition graphic design and catalogue

Umberto Tolino, Andrea Manciaracina,
Martina Esposito, Davide Agostinelli

Restauro capi d'archivio /

Archival garments restoration

Open Care

Realizzazione allestimento / Exhibition development

Associazione Forte di Bard

Stampe e cornici / Prints and frames

Roberto Berné srl

Testi in mostra e catalogo /

Exhibition texts and catalogue

Rita Airaghi, Paola Bertola, Federica Vacca, Centro di
Ricerca Gianfranco Ferré
Giulia Zanichelli, Catia Zucchetti, CZ Fotografia

Traduzioni / Translations

Ilaria Trame

Organizzazione, segreteria, allestimento, comunicazione ed eventi /

Organization, administration, set up, communication and events

Associazione Forte di Bard

Uffici stampa / Press Office

Associazione Forte di Bard

CZ Fotografia

Media Relation, Politecnico di Milano

Ufficio stampa esterno / Press office

Trefoloni e Associati

Partner istituzionali / Institutional partners



Partner tecnico / Technical partner



GIANFRANCO FERRÉ

dentro l'obiettivo

Catalogo della mostra a cura di
Rita Airaghi, Paola Bertola, Federica Vacca

Testi di

Paola Bertola

Professore Ordinario / Full Professor, Politecnico di Milano
Direttore Scientifico / Scientific Director, Gianfranco Ferré Research Center

Stefano Bucci

Critico ed editorialista d'arte e di cultura

Angelo Flaccavento

Giornalista e critico di moda

Greta Rizzi

Design PhD Candidate, Politecnico di Milano

Jeffrey Schnapp

Direttore / Director, metaLAB@Harvard, Harvard University

Ilaria Trame

Assegnista di Ricerca / Research Fellow, Politecnico di Milano

Federica Vacca

Professore Associato / Associate Professor, Politecnico di Milano
Direttore Vicario / Deputy Director, Gianfranco Ferré Research Center

Angelica Vandì

Assegnista di Ricerca / Research Fellow, Politecnico di Milano

Giulia Zanichelli

Socio / Partner, CZ Fotografia

Catia Zucchetti

Fondatrice / Founder, CZ Fotografia

Grafica a cura di

Umberto Tolino

Professore Associato / Associate Professor, Politecnico di Milano

Andrea Manciaracina

Assegnista di Ricerca / Research Fellow, Politecnico di Milano

Con / with **Davide Agostinelli, Martina Esposito**

In copertina / Front cover

Ph. Gian Paolo Barbieri
Prêt-à-porter Autunno/Inverno 1991-92
Modella: Aly Dunne
Milano, 1991

@ 2024 Centro di Ricerca Gianfranco Ferré
Dipartimento di Design, Politecnico di Milano

@ 2024 Associazione Forte di Bard

All rights reserved

The book is subject to evaluation by peer review process

Photo courtesy of Gianfranco Ferré Research Center, Politecnico di Milano

The Gianfranco Ferré Research Center will be at the complete disposal of those who might be related to the unidentified sources in this book.



This book is licensed under a **Creative Commons license (CC BY-NC-ND 4.0 - Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International)** that allows you to download, copy, print content and share it with others as long as you credit the authors. You can't modify the content or use it commercially.

Forte di Bard Editore
11020 Bard
Valle d'Aosta (Italia)

T. +39 0125 833811
T. +39 0125 809811
F. +39 0125 833830

info@fortedibard.it
associazionefortedibard@pec.it

ISBN: 978-88-945525-8-4



