

a Repubblica delle Donne



**DIBATTITI CHE FINE FARANNO LE OPERE GIGANTI
POSTREALISMO DA CARAVAGGIO AI REALITY
MERCATO UNDER 30 PIÙ CREATIVI?
MODA STREET STYLE NEWYORKESE**

**SPECIALE ARTE
ECLETTICA**

Anno 14° N.638 del 21 marzo 2009





In alto, Parigi in uno scatto di Les deux garçons. A destra la Milano di Mattia Gelsi e, a sinistra, le ragazze di Tokyo ritratte da Alex Giacomelli. In basso, una foto realizzata a Los Angeles da Scott Klinger.



la, all'evoluzione dell'estetica della fotografia di moda dopo la sbornia glamour degli anni 80. Jacobs e Teller hanno da subito concepito le campagne pubblicitarie del marchio come l'incipit di percorsi artistici che sono poi spesso sfociati in mostre e pubblicazioni, raggiungendo il punto massimo di espressione negli scatti che hanno avuto come soggetti protagonisti altri pezzi da novanta dell'arte espressa attraverso la fotografia come Cindy Sherman e, per la stagione in corso, l'enfant prodige dell'obiettivo, l'americano Ryan McGinley. McGinley, che a soli 31 anni ha già esposto in alcune delle più prestigiose istituzioni dell'arte contemporanea, fra cui il Moma di New York e la Kunsthalle di Vienna, non disdegna affatto i linguaggi della moda ed è attualmente protagonista sia davanti all'obiettivo, per Marc Jacobs appunto, sia dietro: ha infatti ritratto le top model Kate Moss e Angela Lindvall per la nuova campagna di Stella McCartney. Altri esempi significativi, il fotoartista Philip-Lorca di Corcia ha realizzato più volte servizi di moda per il magazine americano *W*, e lo scandaloso Terry Richardson vanta, oltre a campagne pubblicitarie di grandi marchi tra cui Gucci e Sisley, un folto pubblico di estimatori che lo considera (e lo compra) al prezzo di Nan Goldin e Wolfgang Tillmans.

Fra gli episodi più recenti, segnaliamo *7 Days*, il progetto dello stilista Stuart Weitzman, dove sette modelle vestite con i capi della sua nuova collezione sono ritratte da altrettanti fotografi emergenti, fra cui l'italiano Carrozzini e lo spagnolo Nacho Alegre, fra le strade e i paesaggi di sette città diverse del mondo. «Per

me», dice Stuart Weitzman, «questo tipo di fotografia è una vera e propria forma d'arte. È pulsante. È forte. Un concept come quello di *7 Days* mi ha permesso di veder interpretare e ricodificare le mie creazioni attraverso gli occhi e le menti di sette talenti con sette formazioni diverse». Gli scatti di *7 Days* sono adesso raccolti in una mostra itinerante che, dopo l'esordio a Milano, farà tappa a Parigi, Barcellona, Atene, Mosca, Pechino, Kuala Lumpur, Tel Aviv, New York e Los Angeles. «La moda» chiude Weitzman «è, e sarà sempre, una forma di espressione importantissima, qualunque cosa succeda nel mondo. Come un indi-

viduo sceglie e decide di esprimersi è ancora retaggio di ciascuno. Dei suoi desideri, delle sue necessità». E lo sanno bene le ultime generazioni di fotografi, consapevoli che la moda è uno dei linguaggi migliori attraverso cui leggere l'estetica contemporanea. E sanno anche che, fra un redazionale e una campagna pubblicitaria, magari ci scappano una mostra o una vendita all'asta. Per fortuna loro, della moda e, perché no, magari anche dell'arte. (Ha collaborato Irene Alison)

I VOLONTARI DEL SORRISO

Glamour, ma non solo. Il progetto e la mostra *7 Days* sono anche l'occasione per raccogliere fondi a favore di un'associazione, Progetto Sorriso nel Mondo (www.progettosorrisonelmondo.org), che dal 1997 si occupa di curare le malformazioni al viso che colpiscono ovunque moltissimi bambini, comportando, in alcuni Paesi, anche un devastante impatto sociale dovuto all'emarginazione dalla comunità di appartenenza. «Il Progetto Sorriso nel Mondo», spiega l'ideatore di *7 Days* Stuart Weitzman, «è portato avanti da medici che agiscono

direttamente dove c'è bisogno: in Bangladesh, in Burundi, in Guatemala, in Congo, dove aiutano in modo concreto i bambini (ma a volte anche gli adulti) che vivono uno stato di sofferenza e di disadattamento sociale. Ogni anno Progetto Sorriso nel Mondo Onlus torna in questi Paesi per svolgere la sua attività sempre nella stessa struttura e nello stesso periodo dell'anno, offrendo così un punto di riferimento e una speranza per centinaia di persone prive di mezzi economici». L'associazione, formata esclusivamente da volontari che offrono le loro capacità professionali e le loro competenze, ciascuno in base alla propria disponibilità, ha sostenuto, nel corso del tempo, anche interventi di natura sociale, come la costruzione di una casa di accoglienza per i bambini di strada e di una casa rifugio per i figli delle donne detenute nel carcere di Jessore, in Bangladesh. Irene Alison

VALORI SENZA PAROLE

COLLEZIONISTI La distanza tra foto di moda e foto d'arte si sta assottigliando. Perché ci sono bravi autori, e perché l'universo fashion è uno dei pochi a permettere, ancora, un linguaggio provocatorio, sperimentale. Con i suoi fan **di Federico Sarica**

C'è sempre stata una differenza fra la moda e quello che io considero il mio lavoro più profondo. La fotografia di moda mi dà da vivere e non ne parlo affatto male, anzi, è un piacere per me. Ma è un piacere ancora più grande scattare ritratti. So che non è fondamentale come io mi consideri, ma sappiate che mi considero un fotografo di ritratti". Parlava così nel '74 Richard Avedon, uno dei mostri sacri della fotografia del '900. Una dichiarazione sintomatica di come allora, fra quella di moda e il resto della fotografia, resistessero steccati, distanze e talvolta pregiudizi. Chissà cosa direbbe oggi Avedon se sapesse che nell'ottobre del 2005 una sua foto di moda di cinquant'anni prima, ritraente la top model dell'epoca Dovima in abito da sera Dior circondata da due elefanti del Cirque d'Hiver de Paris, è stata battuta all'asta da Christie's per centocinquantamila dollari. E non si trattava neanche dell'originale, ma di una copia di una recente ristampa di cinquanta. Del resto non è un mistero, per gli addetti ai lavori, il fatto che la moda rientri ormai a tutti gli effetti nella categoria di ciò che più fa gola a collezionisti e intenditori d'arte. Basti pensare che su liveauctioneers.com, uno dei più cliccati siti d'asta della rete, la copia numero 3208 di una serie di diecimila esemplari del libro definitivo di Helmut Newton (*Helmut Newton* edito da Taschen), che insieme ad Avedon è forse il più grande fotografo di moda di tutti i tempi, è in vendita a un valore minimo di partenza di 2.500 dollari e un valore effettivo stimato di 7.000. Insomma, la distanza tra fotografia di moda e fotografia d'arte è andata via via assottigliandosi fino ad arrivare, spesso e volentieri, alla sovrapposizione fra le due. Sono ormai molti i casi in cui le aziende di moda hanno chiamato fotografi, affermati o emergenti, a confrontarsi col marchio e con le collezioni sotto forma di progetti artistici e non di campagne pubblicitarie tradizionali. Compie undici anni in questi giorni, ad esempio, il felice sodalizio fra lo stilista visionario americano Marc Jacobs e il fotografo tedesco Jurgen Teller, uno di quelli che ha più contribuito, dissacrando-



L'acquisto di un giovane autore emergente è un "rischio" interessante. Può rivelarsi un investimento