

MODA E PATRIMONIO CULTURALE

Il “**Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio**” entra in vigore in Italia con il decreto legge N42 il **22 gennaio 2004**. A differenza del “Testo unico dei beni culturali e ambientali”, emanato nel 1999 nel quale erano state raggruppate tutte le normative nell’ambito dei beni culturali e ambientali, questo decreto contiene un’importante novità ovvero l’introduzione e **definizione di patrimonio culturale: l’accorpamento dei beni culturali e di quelli paesaggistici**. Nell’articolo 1 del decreto viene anche detto che la tutela e la valorizzazione del patrimonio culturale aiuta a preservare la memoria della comunità nazionale e promuovere lo sviluppo della cultura.

Viene anche definito il **significato di “bene culturale”** ovvero **tutte le cose mobili e immobili** (appartenenti allo Stato, alle regioni, agli altri enti pubblici territoriali, nonché ad ogni altro ente ed istituto pubblico e a persone giuridiche private senza fine di lucro) **che lo Stato Italiano dichiara che abbiano un valore storico**. Il codice è anche fondamentale per stabilire i luoghi in cui i beni culturali e naturali devono essere conservati, ci sono infatti 3 enti tradizionali:

- archivi (documenti cartacei)
- biblioteche (libri e giornali)
- musei (oggetti)

questi servono per ricostruire e sono i luoghi di deposito degli oggetti di patrimonio culturale che in questo caso viene anche definito **pubblico perché di tutti**. Il patrimonio però può anche essere **privato**, e quindi **appartenente ad un privato e non allo Stato**, ma esso rimane comunque patrimonio culturale e quindi (come nel caso del patrimonio pubblico) è soggetto alle leggi dello Stato italiano = vale a dire che **il proprietario non può intervenire su di esso come vuole**.

In ogni città capoluogo c’è un archivio di Stato, i più importanti sono quelli di Roma, Torino e Firenze poiché sono state capitali. Dal 1861 però lo stato ha tutelato solo le carte e le biblioteche quindi non gli oggetti quindi non gli abiti perché nell’800 erano considerati come oggetti di valore soltanto economico e non culturale, quindi possiamo dire che oggi abbiamo un ritardo nella tutela e nella valorizzazione della moda. Solo negli ultimi anni si è iniziato a dare valore sia culturale che economico alla moda.

MODA E PATRIMONIO STORICO

Il patrimonio storico della moda in Italia comprende un inventario molto **ampio**, ed è caratterizzato principalmente da musei, gallerie, eventi espositivi, patrimoni documentari (documenti) e collezioni. I principali **tipi di museo** che possiamo trovare in questo ambito possono essere divisi in 4 categorie principali:

- musei del **tessile-abbigliamento**= espongono attrezzi e macchine oltre che al prodotto finito
- musei **aziende**= è possibile vedere le macchine in funzione oltre che al prodotto finito
- musei che hanno **sezioni sul tessile e sull’abbigliamento** (musei di costume o musei d’arte)
- musei dei **creatori di moda o degli stilisti**

In Italia si contano più di **70 musei dedicati alla moda**, visto questo grande patrimonio lo stato ha deciso di intervenire con la **legge del 6 febbraio 2004** che prevede l’**Istituzione del Sistema museale della moda e del costume italiani e interventi per la formazione e la valorizzazione degli stilisti**. Questa istituzione è organizzata come una rete di strutture museali ed espositive dei vari settori della moda, e questo sistema museale si articola in alcune strutture:

- ➔ Galleria del costume di Palazzo Pitti (Firenze)
- ➔ Museo della moda italiana (Milano)
- ➔ Museo nazionale della seta (Como) e Fondazione Micol Fontana (Roma)
- ➔ Museo del tessuto (Prato)

in più sono presenti anche altre strutture pubbliche o private che entrano a far parte del Sistema museale.

Le **finalità** di questo Sistema museale sono quelle di **raccogliere, conservare, catalogare, restaurare ed esporre materiale e opere** che si **riferiscono alla storia della moda e del costume**. La gestione di questo Sistema è affidato ad un apposita fondazione con sede a Firenze presso la galleria nazionale della moda e del costume.

ARCHIVI DELLA MODA DEL 900

Il **progetto triennale italiano “Archivi della moda del 900”** è stato creato con lo scopo di **recuperare e valorizzare il patrimonio della moda italiana** conservato negli archivi del 900.

Questo progetto viene promosso nel 2009 e ufficialmente inaugurato nel 2011 presso l'Archivio di Stato di Roma, esso è stato elaborato dall'Associazione Nazionale Archivistica Italiana ANAI.

L'interesse dell'Associazione è focalizzato sull'importanza del recupero e della conservazione degli archivi della moda. Elemento fondamentale per la promozione e l'innovazione del made in Italy.

Il punto principale di questo progetto è costituito dal portale “Archivi della moda del 900”, il quale è nato con uno scopo principalmente culturale ossia quello di salvaguardare un patrimonio nel quale si è deposta la memoria della moda italiana.

Nel portale, oltre al materiale tradizionale (es. carte amministrative e contabili), si possono trovare i prodotti delle case di moda, materiali fotografici, iconografici, audiovisivi ecc ed è per questo che in questo caso si parla di pluralità di fonti.

Gli archivi della moda sono stati inseriti nel SAN (sistema archivistico nazionale) e il loro obiettivo è quello di rivolgersi non solo ai professionisti ma aprirsi anche ad un pubblico soprattutto giovanile.

EUROPEANA FASHION

Il progetto **Europeana Fashion: Discover Europe's Fashion Heritage**, iniziato nel marzo 2012 e terminato nel febbraio del 2015, si tratta di una **collezione di oggetti digitali che riguardano la moda**. Tale progetto si sviluppa in un network composto da 22 partner di 13 diverse nazioni europee (quelle che rappresentano le principali istituzioni e collezioni della moda) grazie al quale possono essere consultati più di 700mila oggetti della moda che sono stati **digitalizzati e disponibili in free access (quindi per tutti) online**.

ATTI NOTARILI

Gli **atti notarili** sono documenti ufficiali redatti da un notaio. In ambito storico questi sono una delle fonti più importanti per quanto riguarda la storia sociale della moda perché in essi solitamente venivano **utilizzati per conoscere i patrimoni della famiglia a cui sono intestati**, e quindi ci sono registrate le voci relative al **vestiario e descrizioni del vestiario** (del tipo di tessuto colore e costo e dove vengono comprate) che erano posseduti dalle famiglie italiane. Più avanti si andava però si perdeva la descrizione dettagliata del vestito arrivando ad avere solo la quantità e la dote in denaro di un capo, questo perché dal 1865 compare in anche in Italia il primo grande magazzino (Fratelli Bocconi a Milano) per la vendita in massa dei prodotti di moda per far fronte ai grandi magazzini esteri (quindi quantità > qualità).³⁰BOGO

Questi documenti sono molto importanti per lo studio dell'età contemporanea poiché grazie a questi e l'incrocio con le informazioni di appartenenza sociale di chi ha fatto il contratto posso capire le mode del momento.

MATILDE SERAO E IL SAPER VIVERE

Dopo l'unità d'Italia (1861), il paese diventa in poco tempo un insieme di culture, abitudini e gruppi sociali profondamente diversi tra loro. Si presenta quindi la necessità di omogenizzare la cultura, gli stili di vita e soprattutto stabilire dei modelli di comportamento. Si mette così in moto una grande campagna educativa e pedagogica per formare della gente perbene.

Questa necessità di omogenizzare si presenta anche sul piano del costume. Dopo la Rivoluzione Francese del 1789 l'abito è diventato un identificatore sociale decisivo. L'abito non è più una caratteristica delle grandi occasioni dei balli e delle feste, ma è segno distintivo di ogni circostanza sociale. Nasce quindi l'esigenza di creare dei codici comunicativi non verbali, da ciò che si vede dall'esteriorità è possibile svelare l'interiorità (non ci devono essere contraddizioni tra apparenza e realtà). Si sviluppa quindi l'ansia di sapere a che gruppo sociale si appartiene per poter saper vivere tenendo conto dei proprio stili di vita e di comportamento.

Entra quindi nella vita degli italiani una **seconda educazione**: quella del **saper vivere**. La portavoce di questa seconda educazione è **Matilde Serao** con il suo **trattato “Saper vivere, norme di buona**

credenza (1900)", con il quale si fa portavoce di un modello di comportamenti da seguire in ogni circostanza. Soprattutto per moltissime donne il saper vivere diventa un vademecum dell'etichetta moderna, stabilendo le regole fondamentali di comportamento per qualsiasi occasione.

IDEOLOGIA BORGHESE E ALBUM DI FAMIGLIA

Con la Rivoluzione Industriale, si afferma la famiglia borghese, insieme a una propria moda e una nuova cultura del lusso. È la classe sociale che produce ricchezza, e che ha in mano le leve del potere economico-sociale ma anche culturale. L'**ideologia borghese** ottocentesca **pone la famiglia al centro**, essa diventa il luogo della morale e della virtù, il luogo in cui l'onore lega gli antenati e i discendenti. La famiglia è il fondamento etico della società e dello stato. Essa si fonda sul matrimonio monogamico il cui capo è l'uomo, il padre.

Uno dei canali attraverso cui si crea e si fonde nell'immaginario collettivo sociale la norma familiare e tutto ciò che è collegato ad essa è quello della fotografia, considerata capace di riprodurre la realtà reale della natura, della vita e degli eventi. In questa direzione la compilazione dell'**album di famiglia diventa un rito nella società borghese, esso assume un valore identitario**, esso svolge un ruolo importante e decisivo nel tramandare il modello di famiglia borghese e le storie che diventano veri e propri rituali comportamentali.

Il modello ideale di famiglia borghese era composto:

- Uomo = marito, padre e capo famiglia che lavorava e garantiva benessere economico
- Donna = more, madre, procreatrice che stava a casa a badare ai figli e al marito
- Figli = in base al genere seguivano le orme del padre o della madre
- Casa = regno della famiglia

E' in questo periodo che parte la commercializzazione della Kodak 1888 che introduce sia una grande rivoluzione dal punto di vista tecnico che da quello dei riflessi sociali.

MODERNITÀ' AUTORITARIA

Con la grande **rivoluzione tecnologica e scientifica** (avvenuta tra fine 800 e inizio 900), si diffonde la **credenza che i fenomeni della società di massa possano indebolire le tradizionali barriere sociali**. Si viene a formare un paradosso della modernità: da un lato,

1. **l'avanzamento della tecnologia**, la conquista dello spazio e del tempo concepite come **trionfo del progresso**
2. **si diffondono paure e regressioni**, dove il colonialismo e il cinema contribuiscono a diffondere l'ansia per la **degenerazione del patrimonio genetico e culturale** (dopo la I Guerra Mondiale si teme che la modernità possa causare all'Europa un ritorno alle barbarie)

Il **fascismo** intende quindi **creare** un nuovo modello di modernità, una "**modernità autoritaria**", che risolva sia la contemporanea crisi europea, sia il problema del passato nazionale, un modello di società di massa che permette lo sviluppo economico senza danneggiare i confini sociali e le tradizioni nazionali. Il fascismo si presenta come un movimento che può impedire la diffusione della degenerazione, mentre offre i benefici della vita contemporanea. Si scontra con i vari sistemi dell'epoca: è contro il liberalismo, il comunismo, il positivismo, il marxismo, la democrazia; respinge l'eredità dell'illuminismo e della rivoluzione francese. Intende cancellare gli effetti più disastrosi della modernizzazione. Il fascismo si auto rappresenta, quindi, come una rivoluzione di tipo nuovo, le cui coordinate sono sfruttare al meglio il capitalismo, lo sviluppo della tecnologia moderna e il progresso industriale; si propone di conservare tutti i vantaggi della modernità, ma senza porre in discussione le leggi del mercato.

Il fascismo rappresenta un tentativo di modernizzazione con basi e premesse autoritarie, collocando al servizio del regime le nuove tecnologie di informazione, mobilitazione e riproduzione. Rifiuta i valori costitutivi della modernità, ma ne accetta gli aspetti tecnologici e industriali. Si viene a realizzare una **modernizzazione senza modernità**.

TOTALITARISMI

I **totalitarismi** (comunismo, fascismo, nazismo, franchismo) sono **importanti** perché mettono in moto dei cambiamenti radicali e **dettano le radici della contemporaneità**. In Italia, con la campagna di sportivizzazione si cominciano ad eliminare gli orpelli, **e si pensa alla moda come qualcosa di semplice e funzionale**, e non più solamente un decoro per il corpo. **Ma la moda resta una frivolezza femminile, considerata solo dal punto di vista economico, e non culturale.**

ISTITUTO LUCE

L'**Istituto Luce** (L'Unione Cinematografica Educativa), viene creato da Mussolini nel 1924 come ente morale, ossia per l'educazione del popolo italiano con lo scopo di fare **informazione e propaganda attraverso le immagini** (80% della popolazione italiana non sapeva né leggere né scrivere= analfabeta). Nel 1925 viene resa obbligatoria la proiezione nelle sale cinematografiche dei cinegiornali Luce, perché, essendo uno strumento del regime aiutava anche a trasmettere al popolo italiano riti e simboli dell'ideologia fascista.

La guerra d'Etiopia per l'istituto rappresenta un momento cruciale nel suo rapporto con il regime fascista, raggiungendo il coronamento ufficiale della sua posizione all'interno della macchina della propaganda. L'istituto Luce deterrà il monopolio della diffusione delle immagini coloniali che vengono portate a conoscenza degli italiani e verrà disposto, sempre da Mussolini, un reparto per l'Africa Orientale con lo scopo di poter coordinare al massimo la propaganda e le informazioni sulle colonie. Il reparto testimonia la guerra secondo il regime fascista, proprio per questo motivo la propaganda diffondeva immagini divertenti delle truppe italiane assieme alle donne indigene nude seguendo lo stereotipo delle "venere nera". E' molto forte la censura infatti non vengono mai riprese scene che possano danneggiare l'immagine dell'esercito italiano: ma al contrario, le fotografie amplificano l'immagine del soldato buono e non documentano mai le atrocità compiute. Nel repertorio dell'istituto Luce non sono solo presenti materiali italiani, ma anche materiali provenienti da tutto il mondo, ed inoltre è stato dichiarato dall'UNESCO patrimonio della moda del mondo.

ISTITUTO LUCE E MODA

Dai **primi anni 20** in poi i **cinegiornali Luce documentano** costantemente l'interesse del regime nei confronti della **moda**. La moda infatti diffonde modelli di vita e di comportamento, a partire proprio dalle sfilate e dalle passerelle (non solo modelle vengono anche riprese e presentate per esempio durante la rinomata corsa ippica a villa Borghese, oppure tra le competizioni di automobili alle quali viene affiancata una sfilata di moda femminile di case rigorosamente italiane).

Contemporaneamente procedono anche le celebrazioni delle industrie tessili e dell'abbigliamento in cui vengono esposte le principali case produttrici che da un lato esaltano la modernità e dall'altro però esaltano le radici della tradizione rurale.

I cinegiornali Luce documentano fin dall'inizio degli anni 30 quanto il regime si interessi e si occupi in maniera sempre più persistente alla moda, in quanto lo ritengono un **settore strategico in cui far nascere nuove risorse produttrici e migliorare quelle esistenti con l'unico scopo di potenziare il prodotto italiano**. Durante il regime infatti tutti i campi del settore tessile, dell'abbigliamento e delle pellicce sono orientati a produrre il massimo sforzo per il lancio di una moda italiana autonoma da quella straniera (e in particolar modo da quella francese) (sostanzialmente però la finalità di tutta questa spinta è principalmente di ordine economico e nazionalistico).

Nel **1935** fu fondato l'**Ente Nazionale della Moda**, con sede a Torino, sempre voluto dal fascismo, e che aveva come **scopo la diffusione di una nuova moda nazionalista**: il clima teso delle relazioni internazionali stava infatti portando verso una forma di autosufficienza economica che finì per coinvolgere tutti gli aspetti della vita nazionale e che fu chiamato "Autarchia". Fu il lancio di un'accessissima campagna che invitava il popolo a rifiutare in blocco tutto quello che proveniva dall'estero, a meno che non si trattasse di prodotti delle nostre colonie.

MARCA DI GARANZIA

Nel **1936** venne istituita dall'ente nazionale della moda la **marca di garanzia** che imponeva che chiunque preparasse una collezione avesse l'obbligo di denunciare tale attività all'ente nazionale della moda. La marca di garanzia veniva rilasciata dall'ente stesso mediante un certificato che attestava che tutti i prodotti fossero di ideazione e produzione nazionale (chi non effettua la denuncia o applica la marca su prodotti non certificati riceve una multa).

FASCISMO E MODA

Con la presa del **potere** da parte di **Mussolini** nel **1922** si inaugura un nuovo periodo per la moda italiana. Il regime si interessa e si occupa in modo sempre più insistente della moda, comprendendo che si tratti di un settore strategico, nel quale far nascere risorse produttrici e migliorare quelle già esistenti, allo scopo di potenziare il prodotto italiano. Sono dunque orientati a produrre il **lancio della moda italiana, autonoma da quella straniera**, e in particolar modo da quella francese. Le **finalità** sono sostanzialmente di ordine **economico e nazionalistico**. L'Italia, secondo il regime, deve inserire la propria attività nella scena internazionale, distinguendosi nei suoi particolari, fino a governarla col prestigio. Si accentua ulteriormente il processo di allargamento del mercato, anche grazie alla diffusione dei grandi magazzini, quali per esempio l'Upim (1929) e la Standa (1931) dove i ceti meno abbienti potevano andare per acquistare gli abiti a prezzi più accessibili. A tutti, ma soprattutto alle signore, verrà raccomandato di **privilegiare la moda italiana e di utilizzare solo materiali italiani**, quindi, di **non favorire la concorrenza e l'importazione** di prodotti stranieri. Tutto ciò per **arrivare all'autarchia economica** della nazione. In quest'ottica, il 26 giugno 1936, verrà istituita la "marca di garanzia". Accanto a quello della moda nazionale il fascismo coltiva e sviluppa il sogno di un cinema tutto italiano: nell'aprile del 1937 viene inaugurata Cinecittà. Qui nasce il cinema italiano e con esso tutte le sue dive le quali interpretano personaggi che esemplificano i ruoli sociali dell'epoca, quali donne fatali e ragazzine ingenuie, casalinghe impeccabili. La trama è quasi sempre sentimentale racconta per lo più amori sogni o equivoci. Nel 1940 la pellicola la cena delle beffe mostra il primo nudo della storia del cinema italiano, ed è il seno di Clara Calami a scandalizzare l'Italia moralista e fa parlare di sé assicurandosi un posto nella storia del cinema

SETTIMANA INCOM

La **Settimana Incom** è stato un **cinogiornale italiano**, distribuito settimanalmente nei cinema dal 1946 al 1965. Le puntate sono circa della durata di 10 minuti ciascuna e vengono proiettate prima dell'inizio del film. Il programma nasce nell'immediato dopoguerra, per contrastare il monopolio dell'Istituto Luce. **Trasmette fonti sulla moda e sulla società**, ma **senza alcun riferimento alla politica**. Successivamente, quando il marchio Incom entra in crisi, tutto venne ceduto all'Istituto Luce. Oggi le puntate sono disponibili online.

ANNI 50 E GIORGINI

Nell'Italia tra il **dopoguerra** e gli anni '50, con un **paese** che si sta ancora **riprendendo economicamente**, si poteva **parlare con leggerezza solo** attraverso la **moda** (portava spensieratezza). Essa, nei filmati, viene presentata al grande pubblico come **la più "fragile e volubile delle arti"**.

Giovan Battista **Giorgini** era un **imprenditore toscano**, che fin dagli anni '20 era stato un **agente di commercio in contatto stretto con gli americani**. Questi ultimi, volendo togliere il monopolio alla Francia, sono già organizzati in tutti gli Stati Uniti con i cosiddetti department stores, e incaricano Giorgini di aprirne anche in varie città d'Italia. Il 3 maggio 1945 la Germania si arrende, Berlino viene liberata dai russi e inizia il meccanismo del piano Marshall, un piano di investimento dove gli Stati Uniti mettevano dei soldi a disposizione per ricostruire l'Europa Occidentale. Gli americani, dal '47 in poi, finanziano anche nella ricostruzione italiana l'industria tessile. Nello stesso tempo, Giorgini, che è in America, capisce che è il momento di mirare al prodotto artigianale

e tessile specifico, cioè la sartoria. Propone tra il '49 e il '50 di fare una sfilata a New York: serve però uno sponsor poiché costa troppo, e perciò gli propongono di farla in Italia, a Firenze, dove avrebbero mandato i "buyers" americani. Così Giorgini organizza il **12 febbraio 1951 a Villa Torrigiani**, a Firenze, la **prima sfilata di moda italiana per i compratori stranieri**. Questa data **segna la nascita della moda italiana**, e da quel momento in poi, con l'aiuto e il supporto internazionale, Giorgini viene definito dagli americani il padre della moda italiana: non è uno stilista né un sarto, ma è un imprenditore che riesce ad inserirsi nel momento giusto della politica economica americana, per fare il bene dell'Italia.

Il successo è tale che la domanda fondante diventa: **Firenze può minacciare Parigi?**

Gli americani aiuteranno l'Italia a togliere il monopolio della moda alla Francia (Parigi), sostenendo che i modelli parigini sono sempre più cari; quelli dell'Italia, invece, hanno prezzi inferiori anche del 30-50%, inoltre la sua produzione, di ispirazione pratica e sportiva, aveva mostrato di saper rispondere alle esigenze di un pubblico moderno che vuole vestirsi in modo pratico.

Ormai solo pochi grandi nomi riescono a mantenere la moda francese a livello internazionale: la haute couture parigina è in crisi. In Italia, la situazione è ben diversa, dopo la sfilata: il costo della manodopera è molto meno caro che in Francia, gli italiani in quest'occasione hanno preferito ridurre i margini di guadagno per conquistare la clientela americana. Inoltre, i compratori americani a Firenze erano ammessi alla sfilata senza l'obbligo di acquisto e senza pagare un alto deposito, a differenza di Parigi.

BOOM ECONOMICO E LA RIVOLUZIONE GIOVANILE

Il **boom economico** è un **periodo di ricchezza** economica e di benessere in cui la domanda di prodotti dei consumatori viene soddisfatta in più rispetto all'offerta sul mercato. **In Italia** questo accade **tra il 1958 e il 1963**, quando diventa ricchissima dal punto di vista di esportazione e di flusso di denaro, tanto che il **periodo** viene **chiamato** il "**miracolo italiano**".

La **rivoluzione giovanile** invece è un **periodo di rivolta**, in cui i **giovani lavoratori** cominciano a **protestare** poiché **non** hanno un **contratto** di lavoro **sindacale**. Queste rivolte sono un fattore unico in Italia, e una delle caratteristiche più importanti è l'**unione** tra **operai** e **studenti**: i giovani operai vengono aiutati dagli studenti, che organizzano dei corsi per far sì che abbiano una coscienza di classe, di essere un gruppo con dei diritti. Alcuni occupano le aule, mentre altri scioperano insieme agli operai. Questo fino a quando, nell' "**autunno caldo**" del 1969, ci sarà un massacro in tutta Italia a causa del governo ancora autoritario e repressivo.

ITALIA '61

Si comincia a capire che la moda costituisce un fattore importante nella vita economica italiana, perciò viene allestita la **Mostra di Moda, Stile e Costume a Torino** in **occasione del Centenario dell'Unità d'Italia** dal Comitato Torino '61. L'esposizione si propose di illustrare i **temi** ispirati alla moda, stile e costume **che hanno caratterizzato la vita civile dal 1900 al 1961**, evitando intenzionalmente i fatti storici, militari e politici.

La mostra, organizzata in 4 mesi, viene **suddivisa in 5 temi** fondamentali:

- **Moda** suddivisa in 4 vetrine che vanno dal primo Novecento al "new look" di Christian Dior
- **Arti figurative**
- **Arti Applicative** tracciano le tendenze pittoriche e di scultura del Novecento
- **Teatro Cinema e Balletto**
- **Letteratura** vengono raccolte numerose testimonianze letterarie tendenti a stabilire un rapporto diretto tra il pubblico e la letteratura

GIOVANI E NON DEL 68

Il '68 è un **movimento anti-autoritario giovanile studentesco** che **si lega alle lotte degli operai**; è un movimento di sinistra, che ha delle ricadute e delle conseguenze positive di apertura in tutta la società contemporanea. Il '68 è **fatto da due categorie** di giovani: una **rivoluzionaria** e l'altra **silenziosa**. La rivoluzione silenziosa è fatta proprio da quei giovani di cui non si sente parlare e che, appunto, agiscono in silenzio, non da quelli che bruciano e manifestano attivamente in piazza. Per molti di questi giovani la cattedra della vita, cioè i fondamenti della vita, non è rappresentata più dalla famiglia, dalla scuola o dalla chiesa, ma dal mondo delle immagini dei suoni (cinema, tv e musica) e della carta stampata. Tutto questo era stato causato dalla cattiva influenza che il mondo dello spettacolo aveva su di loro, mostrando loro un mondo effimero e artificioso.

Di **fondamentale** importanza appare il **legame con la Moda**, che non è il vestiario in sé e per sé, ma un universo in cui la passione per il nuovo, per il recente, per la promozione dell'individualità, l'investimento nel modo di apparire, la modernizzazione, il rinnovamento delle forme, ne costituiscono i tratti principali. **Ad ogni ideologia corrisponde un abito.**

RIVOLUZIONI DELLA MODA GIOVANILE

Negli **anni '60**, il **nuovo target** si individua nei **giovani**. Anche le **boutiques**, quindi, **cominciano a specializzarsi nella moda per giovani**. Nel **1965** nasce la **minigonna**, che è una rivoluzione. La longuette arrivava a metà polpaccio, perciò la minigonna, dal punto di vista sartoriale, è semplicemente tagliare un pezzo di stoffa. Ma questo taglio ha rivoluzionato la concezione femminile delle ragazze giovani, perché si vestivano e seguivano la moda "pronta", identica per tutte, che era indice del tempo e della società in cui viveva il popolo italiano. Fino a quel momento, non c'era distinzione estetica e sociale: le figlie si vestivano come le madri. Il poter indossare la minigonna significava distinguersi esteticamente e socialmente dalla propria figura materna, e dal mondo degli adulti.

L'altra grande rivoluzione è stata quella dei **jeans**: è in America che nascono le divise "blue jeans"; li indosseranno coloro che protesteranno contro il sistema americano. Diventa un'uniforme che distingue un determinato gruppo. Vengono portati anche in Italia, ma gli adulti perbenisti italiani, che i giovani definiscono "parrucconi" e "bacchettoni", non sono d'accordo che i loro figli li indossino, poiché era già un segno di distinzione. Ma soprattutto, non erano d'accordo che li indossassero le femmine. Nel 1967 le ragazze non potevano indossare i pantaloni a scuola: bisognava andarci con una certa divisa, e i pantaloni erano destinati ai maschi. La moda che irrompe nel mondo giovanile e che vuole qualcosa di nuovo, non va bene agli adulti. Le ragazze che indossano i pantaloni vengono perciò sospese; ma anche i maschi che portavano la cosiddetta zazzera, ossia il caschetto portato dai Beatles, poiché lanciano un messaggio dirompente contro l'ordine morale e culturale dell'abbigliamento. Le ragazze perciò, anche se la moda cambia, non portano né la minigonna né i pantaloni fino agli anni '70.

STORIA

La **definizione di storia** venne data da **Marc Bloch**, autore di "Apologia della storia", un documento molto importante per la storia contemporanea. La storia è la **scienza del genere umano nello spazio e nel tempo**. Questa definizione è stata una grande rivoluzione, poiché viene dichiarato che la storia **non è solo la scienza del passato**. Difatti, un evento è vero che succede nel passato, ma i suoi effetti e le sue conseguenze vengono avanti con il tempo, non si fermano lì. Ecco perché la storia non è solo la scienza di ciò che è avvenuto nel passato, ma ha delle caratteristiche che vanno ad incontrarsi con il nuovo. La storia è quindi un **incrocio tra quello che persiste e quello che cambia**: si parla di persistenze e mutamenti. Lo storico perciò non è solo colui che studia il passato, ma colui che studia anche il contemporaneo: sa mettere insieme ciò che è successo con ciò che sta succedendo, cioè la storia del passato e la storia del contemporaneo.

MEMORIA

Il concetto di storia è il contrario della memoria. La **memoria**, secondo la definizione del **filosofo francese Paul Ricoeur**, è **portare attivamente il passato nel presente**. Questo vuol dire raccontare per esempio un ricordo, dove sono inclusi anche i sentimenti e le emozioni: questa è la dimensione soggettiva e individuale. Ma vi è anche una dimensione pubblica, cioè una dimensione statale, che riguarda tutti (pubblico e privato)

FONTI

Le **fonti** sono i **documenti che attestano un determinato evento**, e rappresentano le basi da cui prendere le informazioni. **Si possono trovare** principalmente in tre organi dello Stato italiano:

- negli **archivi**, presenti in ogni capoluogo di provincia, con accessibilità ai documenti solo dopo 70 anni dall'evento
- nei **musei**
- nelle **biblioteche**

Questi tre enti permettono di trovare i documenti per ricostruire la storia del passato, sia nella sua dimensione pubblica che in quella privata. Esistono **diversi tipi di fonti: cartacee, visive e audiovisive**. Vi sono poi le fonti storiche, che hanno un tempo e uno spazio ben precisi.

PATRIMONIO

Il patrimonio è l'insieme di tutti gli oggetti che riguardano la cultura e l'ambiente del passato di un popolo, oggetti che hanno quindi valore di civiltà. Il patrimonio si può dividere in :

- **tangibile** si riferisce a beni fisici e materiali che possono essere toccati e quantificati in modo tangibile
- **intangibile** comprende i beni che non hanno una presenza fisica e non possono essere toccati

3 NOMI MUSEI DELLA MODA INTERNAZIONALE

- Victoria&Albert Museum (Londra)
- Musée de la Mode et du Textile (Parigi)
- Royal Museum Of Scotland (Edimburgo)
- York Castel Museum (York)

3 NOMI DI MUSEI DELLA MODA ITALIANA PUBBLICI

- Museo della moda a Firenze (palazzo pitti) (fino al 2016 si chiamava galleria nazionale della moda e del costume) molti stilisti hanno donato le loro collezioni.
- Museo della moda Italiana (Milano)
- Museo nazionale della seta (Como)
- Museo del tessuto (Prato)

3 NOMI DI MUSEI DELLA MODA ITALIANA PRIVATI

- Armani Silos (Milano) : il patrimonio di Giorgio Armani è uno dei migliori d'Italia. Ha acquistato un silos, l'ha ristrutturato mantenendo e rispettando le regole dello stato (non ha modificato la struttura storica del silos) poi ha creato vari piani con esposizioni a tema, inoltre ha anche creato una postazione per un archivio digitale.
- Gucci Garden (Firenze) prima si chiamava museo Gucci ma era un falso perché per essere considerato museo bisogna rispettare certi canoni. Il muso infatti nasce a fini educativi e non di profitto infatti nome perché è anche un negozio.
- Fondazione Ferragamo (Firenze) fondazione senza scopo di guadagno, ma con fini culturali e proprio perché è una fondazione può ottenere finanziamenti esterni per mostre e archivi. Ogni 6 mesi la nipote di Ferragamo cambia l'esposizione e la reinventa in chiave sostenibile. Hanno realizzato anche una parte con oggetti e documenti