

Il progetto nella moda

L'unità di ricerca indaga le dimensioni disciplinari della moda, spingendo al confronto con le altre discipline del progetto, al fine di costruire le basi di una riflessione condivisa tra ricerca scientifica, ricerca creativa, pratiche del design e ambiti produttivi. L'unità di ricerca riconosce la natura multidisciplinare della moda, intesa come scenario in cui confluiscono la progettazione materiale (oggetti, abiti, tessuti) e immateriale (comunicazione) e dove sono compresenti la dimensione del lavoro manuale e industriale, l'artigianato e l'alta tecnologia, la cultura materiale e visuale, la storia e la teoria, lo studio dei linguaggi e delle nuove forme di scrittura, l'economia, il marketing e le analisi delle forme di consumo. L'unità di ricerca entra in contatto non soltanto con coloro che riflettono teoricamente sulla moda a partire da un punto di vista disciplinare già consolidato (sociologia, antropologia, economia) – o che si occupano della definizione di un discorso storico-critico e curatoriale – ma anche con coloro i quali si dedicano agli aspetti progettuali, alla ricerca empirica e sperimentale, alla comunicazione (image making, grafica, editoria), ai temi della conservazione e della cultura materiale. Ne deriva un approccio che favorisce il dialogo tra le posizioni teoriche e progettuali elaborate in ambito universitario e le pratiche della moda definite negli ambiti produttivi e in riconosciute situazioni culturali. L'unità di ricerca si propone di promuovere la condivisione di coordinate metodologiche per lo studio della moda, non ancora chiaramente riconosciute in ambito accademico italiano. Nel contesto internazionale, intende inoltre incoraggiare il dialogo con altre realtà universitarie, centri di ricerca e d'alta formazione attivi nel settore degli studi sulla moda.

Costituiscono obiettivi specifici dell'unità di ricerca *Il progetto nella moda*:

- Promuovere l'indagine storico-critica relativa alla storia della moda italiana, contribuendo a superare il concetto di *Made in Italy* a favore di una definizione di *Italian Way of Fashion*. Quindi non la ricerca di un'origine e di un'identità, ma l'analisi di uno snodo che permetta di comprendere forme e pratiche della moda contemporanea.
- Svolgere attività di ricerca sulle geografie della moda italiana e sulle specificità del suo modello ideativo, produttivo e comunicativo, esplorato in una prospettiva transnazionale.
- Rafforzare la ricerca nel campo del design della moda e dei suoi discorsi con l'obiettivo di definire nuovi percorsi della progettazione e processi creativi alternativi: il rapporto fra moda e sostenibilità; il design della moda indipendente, l'innovazione nella ricerca tecnologica.
- Studiare in modo interdisciplinare il ruolo della moda nel modernismo, inteso come categoria culturale, artistica ed estetica.
- Indagare la geografia del fashion curating e l'arte del fare mostre sulla moda.
- Analizzare il contributo dell'editoria periodica alla costruzione di discorsi sulla e della moda.

componenti

Maria Luisa Frisa, Gabriele Monti, Alessandra Vaccari (referente)

[scheda delle attività >>](#)

[contatti >>](#)