

Soggettività a confronto. Il ritratto e la ridefinizione di modelli culturali nella fotografia di moda di Paola Mattioli

VALENTINA ROSSI

Può essere tutta letta nei termini del ritratto perché anche la moda può rientrare in questo canone, e arricchirlo; e – viceversa – spostare la moda nei termini del ritratto mi ha permesso di dare spessore alla rappresentazione della donna in questione o per sé stessa o per il personaggio che, come fosse una attrice, si appresta a rappresentare (Casero, 2014, p. 5).

Paola Mattioli utilizza alcune parole chiave come “ritratto”, “canone” e “rappresentazione della donna” per descrivere il suo lavoro nell’ambito della fotografia di moda. Questi elementi sono costanti in tutte le sue opere e caratterizzano i progetti fotografici nati dalla collaborazione con importanti riviste come “Amica”, e la pubblicazione femminista “Grattacielo. Occhi di donna sul mondo”, con cui Mattioli inizia a lavorare al principio degli anni Ottanta.

Difatti, superata la ricca stagione che vede il 1968 come un momento cardine per lo sviluppo di riflessioni legate alla sfera socioculturale e pone Paola Mattioli come una delle figure di riferimento per la ricerca fotografica legata alle pratiche femministe, gli anni Ottanta permettono alla fotografa di iniziare a pubblicare lavori di moda su alcune riviste italiane. Attività che riprenderà anche nel corso degli anni Duemila collaborando ancora con altri magazine e infine direttamente con il brand Christian Dior.

Tra il 1981 e il 1991 Mattioli realizza all’incirca quindici serie di moda nei quali emergono due tipologie progettuali: la prima è legata a una collaborazione con le riviste per alcuni lavori che vedono la firma di importanti figure come Giusy Ferrè (fig. 1), mentre la seconda è strettamente connessa al rapporto diretto con il marchio, in particolare con Enrica Massei e con Nanni Strada.



Fig. 1 – Paola Mattioli e Mici Toniolo, *Una faccia per andare in giro*, a cura di Ferrè, G. “Grat-tacielo. Occhi di donna sul mondo”, n. 1, Cooperativa Antizarina, Milano. Courtesy Paola Mattioli

In un recente testo Mattioli delinea due strade per la sua fotografia di moda: la prima legata al ritratto mentre la seconda è incentrata sulla creazione di scenografie da dove si evince una ridefinizione di modelli culturali (Mattioli, 2023). Da questa prima suddivisione operata dall'artista stessa si articola la struttura di questo saggio; viaggiando quindi su un doppio binario che mette sulla medesima traiettoria la concezione, anche storica, di ritratto e l'utilizzo della fotografia per una ridefinizione di modelli culturali, attuata da Mattioli attraverso la creazione di scenografie, tramite anche abiti e accessori che contribuiscono a questa nuova definizione del femminile. L'esplorazione critica dei lavori fotografici legati alla moda richiede un allontanamento dalla prospettiva convenzionale che assimila la moda esclusivamente all'abbigliamento. Come osserva Claudio Marra, la moda si configura come «un fenomeno complesso che riguarda e mette in relazione fra loro atteggiamenti, modi di essere, forme del linguaggio e qualsiasi altra scelta di come strutturiamo il nostro essere al mondo» (Marra, 2004. p. x). In questo contesto la moda si allontana dai criteri legati al sistema eco-

nomico (su cui la fotografia di moda ha un forte impatto) per essere vista come un veicolo identitario, come afferma infatti Lars Svendsen «L'identità è uno dei concetti chiave della descrizione del fenomeno moda. Si suppone infatti che la moda debba contribuire alla formazione dell'identità» (2004, p. 152). Di identità parla anche Roland Barthes nel suo ormai celebre libro *Il senso della moda*, affermando che l'identità di cui si fa portatrice la moda è mobile e transitoria (2006 [1967]).

Gillo Dorfles, docente che ha formato, tra gli altri, Paola Mattioli, ha dedicato uno dei suoi libri all'approfondimento del fenomeno della moda. La sua analisi si distingue per un'ottica sociologica ed estetica, con particolare attenzione all'idea di status symbol e alla connessione della moda con le classi egemoni. Inoltre, Dorfles esplora il concetto di travestitismo nel contesto della moda, arricchendo così la comprensione di questo fenomeno complesso e sfaccettato. Nel capitolo "Moda e semiotica", Dorfles evidenzia come la moda sia portatrice di simboli, ad esempio gli «zoccoli di legno sono diventati un evidente simbolo del movimento femminista» (1979, p.12).

È importante sottolineare come il concetto di identità sia stato un nodo critico fondamentale per molte artiste femministe. Tuttavia, Paola Mattioli preferisce parlare di soggettività piuttosto che di identità, poiché quest'ultima potrebbe essere associata a un gruppo di persone, mentre la soggettività riguarda la sfera intima e privata dell'individuo¹.

Nell'ambito dei *Woman Studies* è necessario leggere la moda anche alla luce degli scritti di Eugenia Paulicelli che analizza la disciplina attraverso il filtro di alcune teorie femministe, scrivendo:

Sebbene sia innegabile che per le donne sia di fatto più complesso costruire nuovi spazi e momenti di sottile resistenza all'interno di tali confini, ciò nonostante, diventa necessario rendere sempre più vitale l'atto di forgiare la propria identità. Contro un incessante bombardamento di immagini che possono corrodere la nostra abilità a pensare criticamente e a immaginare possibilità inesplorate, il compito delle donne risiede nel demistificare antiche costruzioni della sua immagine. È a questo riguardo che la moda ci offre un fruttuoso terreno di analisi (Paulicelli, 1998, p. 322)².

¹ Da una conversazione intercorsa con Paola Mattioli in data 13 marzo 2023.

² Nel suo studio Paulicelli cita altri importanti contributi pionieristici di stampo femminista come il volume del 1985 *Adorned dreams* di Elisabeth Wilson la quale intitola un capitolo "Feminism and Fashion", e un articolo di Elaine Showalter, una delle fondatrici dei *Woman Studies*, che nel 1997 scrive un articolo su "Vogue" dal titolo *The Professor Wore Prada*.

Durante gli anni in cui Paola Mattioli lavora per alcune testate, la fotografia di moda è principalmente dominata da operatori maschi. Sembra che l'unico modo di guardare alla donna attraverso l'obiettivo sia quello di un uomo. Infatti, si possono individuare alcuni nomi di riferimento come Giampaolo Barbieri, Ferdinando Scianna, Alfa Castaldi (preceduti da Ugo Mulas), Giovanni Gastel, ai quali si aggiungono alcuni autori internazionali come Bruce Weber, Herb Ritts e Helmut Newton. Questa lista è composta principalmente da uomini, con solo un esiguo numero di donne fotografe, per lo più straniere, come Sarah Moon, Ellen von Unwerth, Annie Liebovitz e Nan Goldin³.

Paola Mattioli si trova quindi ad operare in un contesto prettamente maschile (e italiano che presenta sempre alcuni ritardi rispetto ad un quadro internazionale), dove lo sguardo sulle donne è sempre quello dell'uomo anche se la fruizione delle fotografie deve ascriversi principalmente ad una ricezione di stampo femminile e le riviste si pongono come un vero veicolo non solo di accessori e abiti ma anche di elementi legati all'identità e al comportamento, in quanto la «moda [...] potrebbe anche significare una sfida a costruire un diverso tipo di auto-costruzione che abbia delle risonanze politiche ed estetiche. Uno spazio, che porta ad attivare modelli egemonici alternativi e che sono anch'essi in un processo di cambiamento e mai dati una volta per tutte» (Paulicelli, 1998, p. 326).

Paola Mattioli, attraverso la sua pratica fotografica nel contesto della moda, apporta una prospettiva femminile in un ambito storicamente dominato dagli uomini. In primo luogo, la sua opera evidenzia le donne e il loro punto di vista, offrendo una rielaborazione significativa di questo genere fotografico. Sfruttando gli elementi intrinseci al mondo della moda, Mattioli non solo riesce a ridefinire i modelli identitari, ma contribuisce anche a plasmare una nuova visione delle donne e delle loro espressioni attraverso l'obiettivo fotografico. Un aspetto cruciale della pratica di Mattioli è la sua inclusione delle fotografie di moda all'interno di un contesto marcatamente femminista. In un'intervista con Cristina Casero riguardante il suo progetto fotografico *Statuine*, Mattioli afferma: «Queste sono le Statuine e tu mi fai notare che sono soprattutto donne, che dunque – oltre al tema dello sguardo – costituiscono una ripresa dei lavori

³ Chiaramente anche in questo contesto ci sono state delle pioniere, si rimanda al testo di Muzzarelli in Frisa, Bonami, Mattiolo (2005).

degli anni '70 sulla donna» (Casero, 2014, p. 4). Tale dichiarazione sottolinea l'approccio consapevole e impegnato di Mattioli nel contesto del femminismo, arricchendo ulteriormente la comprensione della sua opera fotografica nel contesto della moda e della sua riflessione sulla rappresentazione delle donne. La conversazione si sviluppa con un interessante parallelismo proposto da Casero tra la fotografia di moda e le operazioni della fotografa degli anni Settanta. In risposta a questa associazione, la fotografa afferma: «È evidente il salto simbolico dell'immagine della donna che intercorre tra la consueta modella ammiccante dello stereotipo, che strizza l'occhio al desiderio maschile, e le Madonne, pienamente coscienti della propria regalità, storicamente fondata e consapevole» (Casero, 2014, p. 4). Questa riflessione mette in luce la consapevolezza critica di Mattioli riguardo alla trasformazione simbolica dell'immagine femminile nel contesto della fotografia di moda.

La moda si occupa di ridefinire dei modelli, così come la ridefinizione dei modelli, delle identità legate a stereotipi e dei ruoli femminili era alla base di alcuni progetti di radice femminista, come *Faccia a faccia* della stessa Mattioli del 1977, *L'invenzione del femminile: I ruoli* di Marcella Campagnano del 1974 e il progetto *Ruoli* del Collettivo Donne Fotoreporter di Milano del 1978. Comune denominatore di queste opere è il mezzo fotografico che nell'ambito femminista diventa «lo strumento più adatto a certificare, ratificare, autenticare sia sul piano sociale e politico, sia su quello estetico» (Perna, 2013, p. 19). Tuttavia, nella sfera della moda, questo stesso mezzo viene spesso utilizzato per alimentare uno stereotipo femminile tramite pose ed espressioni studiate e ripetitive⁴. Mattioli, invece, opera un cortocircuito attraverso una ridefinizione di modelli alla luce dei concetti femministi, decostruendo le consuete pose della moda per offrire un nuovo punto di vista.

Fondamentale in questa prospettiva di studio sono anche le dinamiche legate al corpo e al comportamento, elementi che la fotografia di moda sa ben cogliere, attraverso la «costruzione non solo di una immagine ma bensì come un immaginario» (Marra, 2005, p. 83) nel quale si sviluppa, secondo Claudio Marra, «un fenomeno, un comportamento, un modo di essere» (2005, p. 83). Infatti, sempre secondo Marra: «L'idea sulla quale stiamo cominciando a muoverci, prevede invece un ruolo almeno par-

⁴ Per un approfondimento si rimanda a Giannone, Calefato, 2007.

zialmente istitutivo e non solo subordinativo della fotografia nei confronti della moda, questo pur senza esagerare in partigianeria, anche perché ci rendiamo ben conto di quanto complesso sia il fenomeno del quale stiamo parlando» (2005, p. 83). Con questo postulato, Marra sposta l'asse dalla fotografia di moda alla moda della fotografia, evidenziando anche come sia implicita nella fotografia della moda l'idea di abito-comportamento, ossia la concezione che l'indumento non sia solo un oggetto, ma venga vissuto e portato. In altre parole, la fotografia di moda non si limita a mostrare abiti e accessori, ma cerca di rappresentare anche il modo in cui questi oggetti sono vissuti e indossati, aderendo in questo modo quasi ad una azione performativa.

Paola Mattioli negli Anni Ottanta, un nuovo contesto

Per comprendere appieno l'opera di Mattioli, sono fondamentali i suoi lavori degli anni Settanta, che sono stati già ampiamente studiati a partire dai primi scatti di Giuseppe Ungaretti fino ai progetti fotografici in cui emerge la tematica femminista. Mattioli inizia a fotografare giovanissima sotto la guida di Ugo Mulas e, come Mulas, Mattioli si allontana dalla mera dimensione del reportage per abbracciare non solo le istanze femministe ma un dialogo serrato con il genere del ritratto, e come aveva fatto il suo maestro in passato si avvicina anche al mondo della moda⁵.

Negli anni Settanta, l'attività di Paola Mattioli si distingue per la conduzione di progetti significativi che approfondiscono diversi aspetti concettuali. Tra questi, emergono l'indagine sulla nozione di soggettività, la riflessione sul rapporto tra soggetto e oggetto, l'esplorazione del genere del ritratto, la preferenza per la sequenza fotografica rispetto al singolo scatto, e la considerazione dello strumento fotografico come un mezzo per interpretare la realtà. Tali concetti, opportunamente adattati dal punto di vista linguistico, sono stati successivamente incorporati nei lavori fotografici di moda realizzati da Mattioli a metà degli anni Ottanta.

Durante il decennio in questione, Paola Mattioli si trova sempre a Milano, una città che sta vivendo un cambiamento radicale dopo le contestazioni degli anni Settanta. Il capoluogo lombardo diventa rapidamente il centro di maggior interesse per il mondo della moda e del design, grazie all'aumento quantitativo e qualitativo di produzione, non solo di abiti le-

⁵ In questo contesto si rimanda all'intervista con un focus sulla moda di Arturo Carlo Quintavalle a Ugo Mulas in Quintavalle, 1973.

gati al nascente *prêt-à-porter*, ma anche di linee di profumi e accessori. Ciò richiede sempre più operatori dell'immagine per la promozione e Milano diventa la città di riferimento per una schiera di creativi e di giovani che passano dal fenomeno dei Paninari al Punk, e che Mattioli immortalava in uno dei suoi servizi di moda su "Grattacielo. Occhi di donna sul mondo".

La valorizzazione della produzione italiana e quindi anche del nascente concetto di *Made in Italy*, adotta delle mirate campagne pubblicitarie che invadono non solo la città ma anche le pagine di svariati magazine femminili. Nel contesto di queste riviste si possono leggere due anime dei femminismi, una su giornali prettamente legati al movimento e alle istanze più impegnate, mentre l'altra espressa sulle riviste femminili che pur di apparenza frivola portano avanti alcune riflessioni sulle lotte degli anni Settanta, in questo ambito di ricerca sempre Paulicelli scrive:

Le riviste "femminili" da sempre contribuiscono alla creazione delle mitologie di moda, infatti queste non solo hanno una funzione informativa ma producono delle immagini che poi a loro volta formano il sistema simbolico per milioni di donne. Dalla fine degli anni Sessanta in poi, anche se in diverso grado, è stato possibile leggere su tali riviste articoli che riguardavano e riguardano argomenti di impostazione femminista nell'affrontare temi come il lavoro, le pari opportunità, l'aborto, il divorzio ecc. insieme anche a notizie, pettegolezzi riguardanti il mondo dello spettacolo, del cinema e così via. In diversa misura e taglio si può notare la presenza di dibattiti su temi di ordine politico-sociale, la carriera, la violenza sessuale in settimanali come "Amica", "Grazia" o "Vogue". Tutto questo ha contribuito a lasciare la donna come sospesa tra due corpi diversi che convivono e che insieme faticosamente tentano di costruire e raccontare l'identità femminile (Paulicelli, 1998, p. 323).

In questa prospettiva anche Maria Luisa Frisa nel progettare una pubblicazione e una esposizione sull'attività del gruppo RCS sceglie di attuare una rilettura dei rotocalchi femminili alla luce di alcune categorie, tra queste *Femminismi*⁶, che restituisce «la rappresentazione e l'evoluzione della figura femminile nelle riviste, attraverso i temi quali il lavoro, l'educazione sentimentale delle donne e le battaglie civili su aborto, pillola e divorzio» (Frisa, 2011, p. XVII). È opportuno sottolineare infatti che il

⁶ Le altre categorie utilizzate dalla curatrice sono *Moda e stili*, *Dalla casa al design* e *Attualità e celebrities*.

settimanale "Amica"⁷, su cui Mattioli pubblicherà più volte, nasce all'inizio degli anni Sessanta con «l'obiettivo dichiarato di informare le donne e non semplicemente intrattenerle e farle sognare [...] arrivando ad appoggiare, primo fra i femminili, alcune battaglie del movimento di emancipazione femminile, come il divorzio e l'aborto» (Canella, Puccinelli, 2011, p. 365).

Come già evidenziato, il contesto milanese manifesta un'inversione sostanziale, transitando dai momenti di tensione legati a manifestazioni e proteste degli anni Settanta alla fase della "Milano da bere", in cui si respira un intenso clima citazionistico. Quest'ultimo è plasmato non solo da un ritorno al pittoricismo nell'ambito artistico con i movimenti dei Nuovi Nuovi e della Transavanguardia, ma anche dalla moda stessa, che sottolinea la ripresa di «elementi culturali attinti da ogni dove» (Fabbri, 2021, p. 340). In questa cornice Mattioli conosce e sposa uno dei protagonisti della scena artistica del decennio Aldo Mondino. Questa unione ha permesso una felice commistione di idee ed ancora oggi Mattioli riconosce all'artista di averla avvicinata al mondo dell'arte (Casero, 2016, p. 118).

Nel corso degli anni Ottanta Mattioli non è interessata però solo al mondo delle riviste di moda, ma continua un lavoro di stampo artistico concludendo alcuni progetti già tracciati negli anni precedenti. Mattioli partecipa quindi ad alcune importanti mostre come nel 1981 *Inventari psichiatrici* realizzata a Palazzo Braschi di Roma e nel 1983 *Memoria deportazione* al Castello Sforzesco di Milano dove espone le immagini realizzate alla risiera di San Sabba, lette da Quintavalle attraverso la dicotomia presenza e assenza (Quintavalle, 1986).

Oltre a queste collettive Mattioli è protagonista di tre personali, la prima del 1985 realizzata nella città di La Spezia *Ritratti*, la seconda del 1986 al Castello di Rivara *Ritratti*, nella sezione *Destini incrociati*, curata da Franz Paludetto, e nel 1987 espone *Statuine* presso Torino Fotografia'87.

⁷ Per un breve approfondimento su "Amica" si confronti Ricci, 1987. In particolare, l'autrice pone l'accento sulle riviste femminili nate tra gli anni Sessanta e Settanta come appunto "Amica" e "Vogue", di "Amica" pertanto scrive: «Se da un lato viene riproposta in una serialità senza fine l'immagine di una donna narcisista, preoccupata del proprio corpo e dell'arredo della casa, dall'altro vengono accolti i dibattiti e le inchieste sui problemi femminili più scottanti, dalla crisi del matrimonio nella società contemporanea, al metodo anti-concezionale Ogino Knaus, alla legge sull'aborto nel 1975» (Ricci, 1987, p. 271).

I lavori su "Grattacielo. Occhi di donna sul mondo" e "Amica".

Il primo servizio di moda è datato 1981 ed è pubblicato sulla rivista femminista "Grattacielo. Occhi di donna sul mondo". La rivista ebbe vita breve (dal 1980 al 1981) con l'uscita di solo sei numeri ai quali Mattioli collaborò attivamente nella realizzazione dell'apparato iconografico, in una redazione tutta al femminile e diretta da Anna Maria Rodari⁸. Il lavoro sulle pagine di "Grattacielo. Occhi di donna sul mondo" è realizzato a quattro mani con la collega Mici Toniolo e vede il redazionale dal titolo *Una faccia per andare in giro* a firma di Giusy Ferrè, mentre la modella è una giovanissima Benedetta Barzini, impegnata anch'essa nel movimento femminista e precedentemente modella anche di Ugo Mulas.

Nel testo che accompagna le immagini, Giusy Ferrè tratta della moda affermando che essa «cambia con il mutare delle personalità» (Ferrè, 1981, p. 20). In questo modo, la giornalista fornisce una lettura della moda intrinsecamente connessa alla sfera personale e collettiva. Tuttavia, Ferrè prosegue allontanandosi dal sistema moda, condannando la stagionalità e i cambiamenti drastici da stagione a stagione. Evidenzia come la moda possa creare delle azioni stereotipate e problematizza l'importanza delle firme di moda. Infine, scrive che la moda dovrebbe essere vista come una forma di espressione personale piuttosto che come una dittatura del gusto, affermando infine:

Moda? No grazie. Lasciatemi i vestiti. Uno per esprimere l'allegria, e un altro per i giorni buoi, i colori per incantare e il nero per farmi notare, le scarpe con i fili d'oro per farmi seguire e le ballerine luccicanti per aver voglia di camminare. Ci sono abiti forti come un urlo e abiti sommessi come una conversazione a due. Abiti che aggrediscono e abiti che accarezzano. Abbigliamento di gruppo, da decifrare secondo un codice complesso, e abbigliamento individuale, una nota singola e somnessa (Ferrè, 1981, p. 20).

La serie di fotografie di Paola Mattioli sembra essere caratterizzata da un continuo alternarsi di personalità ritratte che transitano da icone della moda come la Barzini, ripresa in primo piano con un semplice pullover grigio, a un gruppo di Punk di cui vengono messi in evidenza gli elementi identificativi della sottocultura stessa, come pantaloni di pelle e cinture

⁸ La redazione era composta da Anna Alderuccio, Graziella Caraffa, Ida Farè, Tiziana Maiolo, Paola Mattioli, Clelia Pallotta, Francesca Pasini, Mici Toniolo. L'Art director è Tilde Bortolotti e l'assistente art director è Marina Benatti.

borchiate. Non si fa tanto riferimento alle firme dei capi indossati, che in realtà non compaiono in tutto il servizio fotografico.

Sebbene Paola Mattioli abbia gettato le basi dei suoi servizi di moda su "Grattacielo. Occhi di donna sul mondo", sulle pagine di "Amica" le sue operazioni acquisiranno un sapore più "glamour"⁹. Qui, la fotografa costruirà sequenze fotografiche che raccontano storie, utilizzando anche elementi vestimentari di grandi marchi italiani e internazionali, perseguendo quell'idea di sequenza – che la contraddistingue – a discapito dello scatto unico e veloce (fig. 2).



Fig. 2 – Paola Mattioli, *Madonne*, per "Amica", 1986. Courtesy Paola Mattioli

⁹ Utilizzo appositamente il termine "glamour" in quanto è una categoria interpretativa ipotizzata nel volume *L'archeologia dell'eleganza*, gli autori affermano che dopo il punk rock: «Un secondo concetto è quello di glamour, riscoperto negli anni '80, e che si dipana come un filo rosso in tutta la storia della moda e della fotografia. Le sue varietà moderne, post-moderne e nostalgiche rientrano tra i riflessi più lussuosi e multiformi che la fotografia di moda sia riuscita a far balenare negli ultimi vent'anni» (de Beaupre, Baumet, Poschardt, 2002, p. 12).

In questo scenario, Paola Mattioli sviluppa una serie di lavori fotografici che, sebbene originariamente concepiti come progetti legati al mondo della moda, assumono una dimensione diversa. Come afferma Anne Marie Sauzeau Boetti, «questi ritratti non divengono immagini dell'idealità. Rimangono reali e profani, ma decisamente inattuali, in una specie di neo-realismo magico» (1986, p. 2).

Queste parole si riferiscono a *Statuine*, un progetto che Mattioli inizia nel 1985 pubblicandolo *in primis* su "Illustrazione Italiana" con un testo di Arturo Carlo Quintavalle che evidenzia per primo il clima citazionistico di questo lavoro realizzato sulle iconografie del passato, scrivendo:

Che cosa ci dicono questi «ritratti» della Mattioli? Che non esiste immagine senza iconografia precedente; che non esiste iconografia che non sia già preventivamente consumata; ma anche che questa iconografia usurata finisce per dare un fascino nuovo, magari più rassicurante e familiare al ritratto che oggi, di fatto, si fa per categorie: modelle riprese come modelle, operai come operai, familiari come familiari (Quintavalle, 1986).

Il critico evidenzia inoltre alcuni elementi su cui Mattioli si focalizza per enfatizzare il concetto di scultura insito in *Statuine*, come «l'uso dello scontornato bianco invece del nero, un modo per eliminare, fra l'altro, i contrasti di "racconto" fra figure e contorno e per mantenere la definizione dell'immagine, senza peraltro insistere sul senso del limite che di fronte a pezzi come le sculture/figura, avrebbe finito per non essere funzionale» (Quintavalle, 1986).

Questo lavoro sarà per Mattioli il punto di partenza per elaborare la serie fotografica per "Amica", così che *Statuine* acquisisce una doppia natura, da un lato rimane un progetto artistico e dall'altro si inserisce nella mutevole sfera della fotografia di moda.

I lavori fotografici realizzati per "Amica" si circoscrivono tutti al 1986: il primo è pubblicato sul numero 3 del 16 gennaio del 1986 e il titolo del redazionale a firma di Nella Favalli è *Bella sì come un angelo*¹⁰; il secondo è sul numero 10 del 6 marzo, si intitola *Divenire della moda* e vede come stylist Mauro Foroni, redattore molto creativo della rivista¹¹; il terzo e il quarto sono sempre a firma di Nella Favalli e sono pubblicati rispetti-

¹⁰ In questo numero oltre al servizio viene pubblicata un'altra foto, sempre firmata da Mattioli, di una modella marmorizzata grazie il trucco mentre indossa gioielli Pomellato.

¹¹ In un recente colloquio telefonico avvenuto il 15 dicembre 2023 con Paola Mattioli, la fotografa ha fatto memoria di come Foroni sia stato il promotore di numerose idee progettuali che successivamente sono state realizzate in collaborazione tra loro a quattro mani.

vamente il 3 aprile e il 26 giugno, con il titolo *The Boy Friend* e *Luci e Ombre del Sud*¹².

La serie *Madonne* è firmata da Mauro Foroni e Carlotta Marioni, mentre l'hair-stylist è Aldo Coppola, è composto da sedici scatti realizzati in studio su fondo oro nei quali la modella indossa abiti delle maison più importanti del decennio. Nell'editoriale che accompagna il servizio Nella Favalli parla chiaramente di dame del Rinascimento, scrivendo: «Gli abiti sono di oggi, i tessuti di oggi, solo l'ispirazione di ieri» (Favalli, 1986, p. 51). Questa affermazione sembra calarci chiaramente nel clima citazionistico che caratterizza gli anni Ottanta, come già notato da Cristina Casero i progetti di Mattioli realizzati in quel decennio, quali appunto *Statuine* e *Madonne*, risentono proprio di quella tendenza verso il passato che negli anni Ottanta trova il suo terreno più fertile (Casero, 2014).



Fig. 3 – Paola Mattioli, *Statuine*, per “Amica”, 1986. Courtesy Paola Mattioli

Il progetto *Statuine* di Paola Mattioli si propone con un duplice intento: da un lato, si integra nel contesto del ritratto contemporaneo, mentre, dall'altro, si estende temporalmente con l'obiettivo di ridefinire l'identità femminile. Questa ridefinizione avviene attraverso l'impiego di elementi

¹² I progetti fotografici pubblicati per i servizi *Bella si come un angelo* e il *Divenire della moda* sono comunemente chiamati da Mattioli *Madonne* e *Statuine*, per facilitarne la lettura – anche in base al dibattito critico contemporaneo sull'autrice – adatterò anche io il titolo attribuito da Mattioli e non il titolo del servizio di moda.

vestimentari che richiamano direttamente il passato stesso della moda. Le fotografie sono suddivise in decenni, seguendo una linea temporale che consente a Mattioli di raccontare la moda del passato attraverso le reinterpretazioni delle modelle, catturate principalmente su sfondo nero e delineate da una luce a spot. Brand come Valentino, Sergio Rossi, Alberta Ferretti, Max Mara, Enrico Coveri, Krizia, Prada e Moschino, tutti emblemi del concetto di *Made in Italy*, collaborano concettualmente con Mattioli per ridefinire una moda passata e restituire vita a una figura femminile di un tempo remoto.

Le immagini del progetto *Statuine* presentano modelle in pose tipiche del decennio a cui si ispirano, ma vanno oltre la mera rappresentazione della moda (fig. 3). Esse interpretano il contesto culturale dell'epoca in modo più ampio. Le fotografie non si limitano a documentare semplicemente la moda stagionale proposta dai vari brand, ma possiedono il potere di fungere da testimoni significativi di un'intera era socioculturale. La figura della modella, intagliata sullo sfondo nero, sembra assorbire la luce e collocare il soggetto in un ambiente tipico del Neo Realismo Magico, come ha giustamente evidenziato Sauzeau Boetti. Il progetto *Statuine*, il cui titolo richiama esplicitamente l'idea di monumento, è un'indagine sulla figura femminile, con ritratti principalmente a mezzo busto che mostrano come il comportamento delle donne sia cambiato nel corso dei decenni, dall'occhio sognante delle modelle degli anni Dieci all'atteggiamento più libero e ammiccante degli anni Sessanta, fino all'irriverenza degli anni Ottanta.

Appare chiaro come Mattioli lavori sulla decostruzione dello stereotipo anche nei suoi lavori commissionati per il mondo della moda, apportando un sovvertimento del canone interpretativo attraverso principalmente il genere del ritratto

Sempre sulla rivista "Amica", nella stagione primavera-estate, Paola Mattioli presenta due ulteriori servizi fotografici di rilievo: *The Boyfriend* e *Luci e Ombre del Sud*. Il primo, ispirato all'omonima commedia del 1971 di Ken Russell, con la celebre modella Twiggy come protagonista, si distingue per la sua vena ironica. Le immagini di Mattioli si adattano alla trama della commedia, permeata da un sapore quasi surreale, caratterizzata da balli e danze in stile classico di Broadway. In questo contesto, Mattioli crea un cortocircuito di generi fotografando modelle vestite da uomo mentre interpretano alcune scene del film. Da notare che in questo servizio, prevalentemente a firma Gucci, compare anche una figura maschile. Il secondo servizio, *Luci e Ombre del Sud*, invece, racconta la bellezza e

la suggestione dei paesaggi del Sud Italia ed evoca inevitabilmente il celebre servizio fotografico di Dolce & Gabbana realizzato solo l'anno successivo da Leonardo Scianna con la modella Marpessa. Anche in questo caso, le fotografie sono ambientate all'aperto, in un piccolo villaggio del sud Italia, e le modelle indossano tonalità scure che richiamano l'abbigliamento tradizionale delle donne del sud. Mattioli per queste fotografie lavora sull'immaginario collettivo della tradizione mediterranea andando a ricreare l'identità della donna del sud attraverso atteggiamenti che ricordano le classiche signore del Mezzogiorno intente a guardare dalla finestra o ad aprire le persiane per far entrare aria e luce nella casa.

Gli anni Duemila

Come precedentemente menzionato all'inizio del saggio, nei primi anni del nuovo millennio Mattioli progetta altri due lavori per l'industria della moda. Il primo, pubblicato nel 2009 sulla rivista "Grazia", è dedicato alla figura di Annemarie Schwarzenbach, la quale viene anche ritratta in copertina. Tale progetto viene realizzato in un momento storico in cui l'importante icona femminile sta vivendo una riscoperta, anche grazie a pubblicazioni quali la biografia romanzata di Melania Mazzucco intitolata *Lei così amata* (Rizzoli, Milano, 2000). Una icona la Schwarzenbach di cui Federica Muzzarelli nel suo libro che si intitola appunto *Moderne icone di moda* scrive: «Il gender crossing di Annemarie Schwarzenbach, la piccola svizzera che tramite la fotografia di reportage cerca un posto nel mondo, ma sa anche usare la fotografia per concedersi in immagini indimenticabilmente chic, finalizzate alla costruzione di una identità non convenzionale e alla diffusione di un abbigliamento androgino che è una dichiarazione e una scelta di genere»¹³ (2013, p. 5). Questo lavoro fotografico, curato da Tamara Gianoglio, è intitolato *Dandy è sexy* (fig. 4) e si focalizza sulla moda maschile e su come essa possa essere reinterpretata in chiave femminile con una dose di fascino, in questo contesto entrano in gioco i classici vestiti maschili quali tailleur gessato con pantaloni firmato da Antonio Marras, le camicie maschili a micro check di cotone della Barbour, le iconiche scarpe stringate della Church's, la *doctor bag* in cuoio di The Bridge e i pantaloni con le pinces di Giorgio Armani. L'approccio di Mattioli nell'analisi della figura di Annemarie Schwarzenbach è preciso

¹³ Muzzarelli ricorda inoltre come la figura di Annemarie Schwarzenbach sia stata presa di ispirazione da Antonio Marras per la sfilata Prêt-à-Porter A/I 1999/2000 (Muzzarelli, 2013). Inerente Annemarie Schwarzenbach si rimanda inoltre a Muzzarelli, 2018.

ed accurato, in quanto riprende gli elementi storici ricorrenti nelle fotografie della Schwarzenbach stessa, come l'auto, i capelli tagliati alla "mascietta" e la macchina fotografica. Inoltre, una serie di abiti e accessori aiuta a ricostruire la mitologia della Schwarzenbach, che vive in un periodo importante per la storia della moda caratterizzato dalla riduzione degli eccessivi ornamenti decorativi femminili operata anche da Coco Chanel.

Una delle ultime serie fotografiche realizzate da Paola Mattioli le è commissionato per la rivista "Dior Mag", il lavoro *Expression* rappresenta una delle prime incursioni della prestigiosa Maison francese nell'ambito del femminismo, tema di cui Mattioli si fa portavoce attraverso una raffinata reinterpretazione del genere del ritratto in bianco e nero. Contrariamente ad altri lavori legati al mondo della moda, in cui l'artista utilizza il colore, la fotografa opta per una scelta cromatica che esalta la sobrietà degli outfit quasi maschili, in linea con il dibattito contemporaneo sull'abbigliamento unisex. La modella, inoltre, adotta un atteggiamento di sfida che denota una netta distanza dai modelli di donna idealizzati degli anni Sessanta, contribuendo così a plasmare una rappresentazione più contemporanea e autentica della femminilità¹⁴.

Riprendendo quindi le parole di Mattioli nell'intervista con Casero, anche questa donna non è più la «modella ammiccante dello stereotipo, che strizza l'occhio al desiderio maschile» (Casero, 2014, p. 4) ma è una donna nuova, è un'interpretazione dello spirito del nuovo millennio in cui il femminismo abbraccia più lotte sulla differenza tra i generi.

È interessante notare come Mattioli abbia sempre cercato di cogliere le trasformazioni sociali e culturali del suo tempo con quella che Casero definisce «un'immagine aperta, con un suo spessore, con una densità di significato» (Casero, 2022, p. 51). Il suo lavoro rispecchia l'evoluzione delle mode, dei costumi e dei valori della società, senza mai rinunciare a una visione critica e attenta alle dinamiche delle donne. *Expression* ne è un esempio significativo, in cui la fotografa riflette sul tema del femminismo e della nuova figura della donna nel contesto sociale attuale anche alla luce della di quest'ultima ondata femminista. In questa prospettiva la fotografia di moda di Mattioli vuole essere anche una lente di ingrandimento su questioni legate non solo alla sfera femminista, ma al corpo,

¹⁴ La modella chiaramente seguiva anche le linee guida di una collezione di Maria Grazia Chiuri dedicata al 1968.

l'identità e la soggettività attraverso il genere del ritratto giocato sempre in un rapporto attento tra soggetto/oggetto.

Successivamente Mattioli verrà invitata dalla casa di moda Dior per la realizzazione della campagna Autunno Inverno 2020.



Fig. 4 – Paola Mattioli, *Dandy è sexy*, a cura di Gianoglio, T., “Grazia” n. 4, 26 gennaio 2009.
Courtesy Paola Mattioli

Conclusioni

Secondo quanto affermato da Cristina Casero nella monografia dedicata a Paola Mattioli, la fotografia di moda assume la forma di un «laboratorio di ricerca» per la fotografa stessa (2016, p. 80). Tale spazio le permette di sperimentare non solo il genere del ritratto, che ha costituito un elemento costante della sua carriera professionale, ma anche le dinamiche dello sguardo, le logiche della sequenza legate alle pagine di una rivista e, nel clima culturale degli anni Ottanta, anche le questioni relative alla destabilizzazione di generi ed etichette. In tale contesto, Mattioli adotta una tecnica a colori, a differenza dei suoi progetti degli anni Settanta che erano prevalentemente calibrati sul bianco e nero. Le fotografie, principalmente scattate all'interno di studi, consentono a Mattioli di sfruttare con maestria luci e materiali scenici per concepire le sue com-

posizioni. I lavori pubblicati su riviste di moda non si limitano a essere semplici testimonianze dell'abbigliamento stagionale proposto dai brand, ma rappresentano una rinnovata visione della figura femminile. Tale visione non è più intrisa di aspettative sessiste, bensì può incarnare l'interpretazione di una Madonna del Rinascimento, un'icona di un decennio passato o una figura *gender fluid*. Tuttavia, moda e femminismo appaiono spesso come due concetti in apparente contrasto. Negli ultimi anni, infatti, si è acceso un forte dibattito sulla questione, soprattutto alla luce delle operazioni di Maria Grazia Chiuri per la Maison Dior e che hanno coinvolto importanti e storiche figure artistiche del movimento come Tomaso Binga, Judy Chicago e Libera Mazzoleni¹⁵. Questi progetti hanno suscitato critiche riguardo alla possibilità che la Chiuri utilizzi i messaggi femministi a scopo pubblicitario, rischiando di cadere nell'ambito del «femminismo mainstream» (Vannini, 2020). In questo contesto, risulta rilevante citare Paulicelli, studiosa delle relazioni tra moda e femminismo, che, riflettendo sull'attività di Chiuri, sostiene che la moda e l'industria del lusso, oggi più che mai, entrano a far parte del dibattito popolare su queste tematiche:

[...] once this was a relationship that was considered antithetical. But now the two terms are accepted and used in a variety of ways by different kinds of brands that have generate ed projects to fund women's initiatives, work and the battles against violence. How come? The fashion and the luxury industry, now more than ever, become part of the popular discussion around these kinds of items (Paulicelli, 2022, p. 127).

Tuttavia, va notato che questo distacco voluto tra moda e femminismo sembra trascurare il contributo della moda nel liberare le donne da costrizioni vestimentarie obsolete e costrittive. Numerosi esempi nella storia della moda testimoniano questo ruolo emancipatorio, come l'abbandono del corsetto da parte di Paul Poiret, l'introduzione dei pantaloni nella moda femminile da parte di Coco Chanel, la celebre collezione Unisex di Walter Albini, la visione di una donna d'affari proposta da Giorgio Armani e lo Smoking per donna ideato da Yves Saint Laurent. Questi episodi rappresentano importanti pietre miliari nel percorso di liberazione

¹⁵ Inoltre, la Maison Dior ha supportato esposizioni di arte femminista come *Il Soggetto Imprevisto. 1978 Arte e Femminismo in Italia* al FM Centro per l'Arte contemporanea di Milano e la mostra *Io dico Io* alla GNAM di Roma, ispirata liberamente alle parole di Carla Lonzi.

delle donne attraverso l'espressione della propria identità attraverso l'abbigliamento.

Bibliografia

Barthes, R. (2006 [1967]), *Il senso della moda. Forme e significati dell'abbigliamento*, Einaudi, Torino.

Canella, M., Puccinelli, E., (2011), *Schede di riviste. Amica*, in Frisa, M.L., (a cura di), *Lei e le altre. Moda e stili nelle riviste RCS dal 1930 ad oggi*, Marsilio, Venezia.

Casero, C., Di Raddo, E. (2016), *La parola agli artisti. Arte e impegno a Milano negli anni Settanta, catalogo della mostra*, Postmediabooks, Milano.

Casero, C., Di Raddo, E. (a cura di) (2015), *Anni Settanta. La rivoluzione nei linguaggi dell'arte*, Postmediabooks, Milano 2015.

Casero, C. (2014), *Cristina Casero intervista Paola Mattioli*, "INK", n.0, marzo 2014, p. 5.

Casero, C. (2016), *Paola Mattioli. Sguardo critico di una fotografa*, Postmediabooks, Milano.

Casero, C. (2020), *Gesti di rivolta. Arte, fotografia e femminismo a Milano 1975-1980*, Il libro di Enciclopedia delle Donne, Milano.

Casero, C. (2022), *Storie di fili che racconta Paola Mattioli*, in Zanella, F., Rossi, V. (a cura di), *Storie di fili*, Il Poligrafo, Padova.

Casero, C. (a cura di) (2021), *Fotografia e femminismo nell'Italia degli anni Settanta. Rispecchiamento, indagine critica e testimonianza*, Postmediabooks, Milano.

Casero, C., Di Raddo, E. (a cura di) (2009), *Anni '70: l'arte dell'impegno. I nuovi orizzonti culturali, ideologici e sociali nell'arte italiana*, Silvana Editoriale, Cinisello Balsamo.

de Beaupre, M., Baومت, S., Poschardt, U. (a cura di) (2002), *Archeologia dell'eleganza. 1980-2000 20 anni di fotografia di moda*, Contrasto Due, Roma.

Dorfles, G. (1979), *Moda & Modi*, Mazzotta, Milano.

Fabbri, F. (2021), *La moda contemporanea. Il Arte e stile dagli anni Sessanta alle ultime tendenze*, Einaudi, Milano

Favalli, N. (1986), *Bella sì come un angelo*, "Amica", n. 10, 6 marzo 1986.

Favalli, N. (1986), *Luci e Ombre del Sud*, "Amica", n. 26, 26 giugno 1986.

Favalli, N. (1986), *The Boy Friend*, "Amica", n. 14, 3 aprile 1986

Ferrè, G. (1981), *Una faccia per andare in giro*, "Grattacielo. Occhi di donna sul mondo", n. 1, Cooperativa Antizarina, Milano.

Foroni, M. (1986), *Il divenire della moda*, "Amica", n. 3, 16 gennaio 1986.

Foschi, G. (a cura di) (2008), *Paola Mattioli. Una sottile distanza*, Electa, Milano.

Frisa, M. L. (a cura di) (2011), *Lei e le altre. Moda e stili nelle riviste RCS dal 1930 ad oggi*, Marsilio, Venezia.

Frisa, M.L., Bonami F., Mattiolo A. (a cura di) (2005), *Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi*, Charta, Milano.

Giannone, A., Calefato, P. (2007), *Manuale di comunicazione, sociologia e cultura della moda*, Performance (Volume V), Meltemi, Milano.

Gianoglio, T. (2009), *Dandy è sexy*, "Grazia", n. 4, 26 gennaio 2009.

Grazioli, E. (1998), *Corpo e figura umana nella fotografia*, Bruno Mondadori, Milano, <http://www.hotpotatoes.it/2020/03/02/larte-femminista-non-e-un-brand-dior/>

Marra, C. (2004), *Nelle ombre di un sogno. Storia e idee della fotografia di moda*, Bruno Mondadori, Milano.

Marra, C. (2005), *La moda della fotografia*, in Frisa, M.L., Bonami F., Mattirollo A. (a cura di) *Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi*, Charta, Milano.

Mattioli, P. (2023), *L'infinito nel volto dell'altro. Sul ritratto fotografico*, a cura di F. Adamo, Mimesis, Milano.

Mattioli, P. (1979) *L'immagine fotografica*, in *Lessico politico delle donne. Cinema, letteratura, arti visive*, Gulliver, Milano, pp. 175-176.

Muzzarelli, F. (2005), *Le Pioniere*, in Frisa, M.L., Bonami, F., Mattirollo, A. (a cura di), *Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi*, Charta, Milano.

Muzzarelli, F. (2013), *Moderne icone di moda. La costruzione fotografica del mito*, Einaudi, Torino.

Muzzarelli, F. (2022) *Annemarie Schwarzenbach as a Woman Photographer and a Fashion Icon: Gender Politics and Anti-Nazi Resistance*, "Popular Inquiry, The Journal of Kitsch, Camp and Mass Culture", Aalto University, Helsinki, pp. 4-3.

Paulicelli, E. (1998), *Le narrative della moda. Egemonia, genere, identità*. "Annali d'Italianistica", Vol. 16, Italian Cultural Studies (1998), Arizona State University, pp. 315-337.

Paulicelli, E., Wissinger, E. (2012), *Introduction*, "Women's Studies Quarterly", spring/summer, vol. 41, n. 1/2, pp. 14-27.

Perna, R. (2013), *Arte, fotografia e femminismo in Italia negli anni Settanta*, Postmediabooks, Milano.

Perna, R. (a cura di) (2016), *Altra misura. Arte, fotografia e femminismo negli anni Settanta*, Carlo Cambi Editore, Firenze.

Quintavalle, A.C. (1973), *Ugo Mulas. Immagini e testi*, Istituto di Storia dell'Arte, Università di Parma.

Quintavalle, A.C. (1986), *La questione del ritratto. Come leggere una ricerca di immagini*, in "Illustrazione Italiana", agosto 1986, pp. 99-100.

Ricci, S. (1987), *La stampa di moda: due casi a confronto*, in Buttazzi, G., Mottola Molfino, A. (a cura di), *La Moda Italiana. Dall'antimoda allo stilismo*, Electa, Milano.

Sauzeau Boetti, A.M. (1986), *Le immagini di questo numero*, "Alfabeto", n. 89, ottobre, p. 2.

Svendsen, L.F.H. (2006), *Filosofia della moda*, Guanda, Milano.

Tessariol, C. (2022), *Feminism and Fashion: Interview with Eugenia Paulicelli*, "Popolar Inquiry, The Journal of Kitsch, Camp and Mass Culture", Aalto University, Helsinki, pp. 124-134.

Vannini, E. (2020), *L'arte femminista non è un brand Dior*, "Hot Potetos" 2 marzo 2020,

Wilson, E. (1985); *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, Tauris Academic Studies, Londra.