

# #3 Look

*Collection*

*Issues s s 2019*

*confini/contaminazioni mediterranee*

a cura di  
**Maria Dolores Morelli**

**V: DADI**  
PRESS



# #3 Look

*Collection*

*Issues s s 2019*

*confini/contaminazioni mediterranee*

a cura di  
**Maria Dolores Morelli**



Università  
degli Studi  
della Campania  
*Luigi Vanvitelli*

Scuola Politecnica e  
delle Scienze di Base  
*Dipartimento di Architettura e  
Disegno Industriale*

## COMITATO SCIENTIFICO

**Luigi Maffei**, Direttore dip. DADI Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"

**Alessandra Cirafici**, Presidente CdL Design per la Moda, dip. DADI Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"

**Patrizia Ranzo**, Presidente CdL Magistrale in Design per l'Innovazione

**Carlos Campos**, Universidad de Buenos Aires

**Roberto Liberti**, dip. DADI Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"

**Maria Dolores Morelli**, dip. DADI Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"

**Danila Jacazzi**, dip. DADI Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"

**Caterina Cristina, Fiorentino** dip. DADI Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"

**Regina Sanchez**, Universidade Sao Paulo, Brazil

**Maria Antonietta Sbordone**, dip. DADI Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"

**Rossella Di Matteo**, dirigente scolastico Istituto superiore "F. DEGNI", Torre del Greco

**Roberto Papa**, dirigente scolastico Istituto superiore "MATTEI", Caserta

© copyright DADI\_PRESS

Dipartimento di Architettura e Disegno industriale

DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA E DISEGNO INDUSTRIALE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA CAMPANIA Luigi Vanvitelli

Via San Lorenzo

Abazia di San Lorenzo ad septimum, 81031 - Aversa (CE)

dip.architettura@unicampania.it

www.architettura.unicampania.it

**#3 LOOK** collection confini/contaminazioni mediterranee

**ISBN 978-88-85556-07-2**

DADI\_PRESS

Linea editoriale del Dipartimento di Architettura e Disegno industriale

Questo volume è presente nella forma elettronica

all'indirizzo **www.architettura.unicampania.it**

Prima stampa digitale 15 Luglio 2019

ISBN 978-88-85556-07-2

DADI\_PRESS@UNICAMPANIA.IT

<https://ita.calameo.com/read/00000000>

**#3**

# CREDITS

## SCIENTIFIC COORDINATOR

Maria Dolores Morelli

## DIDACTIC TUTORSHIP

Sara Savino

## EDITORIALISTS

Anna Maria Abiuso, Rosa D'Andrea

## PHOTO EDITING

Giovanna Binetti, Maria De Vito

## STYLISTS

Maria De Vito, Angela Lampitelli, Federica Sparaco, Rosa Andreozzi, Viola Casalino, Rosa D'Andrea, Rita Olivieri, Antonietta Gabriele, Aurora Erario, Valentina De Rosa, Fortuna Galluccio, Luca Boncino

## PHOTOGRAPHERS

Silvestro Di Sarno, Federica Sparaco, Martina Tropè Couvin,  
Francesca Cammisa

## MAKE UP ARTISTS/HAIR STYLISTS

Sveva Lo Chiatto, Luisa Gala, Michela Ricupito, Maria  
Esposito, Laura De Lucia, Marika Loffredo, Francesca Costanzo

## GRAPHIC DESIGNERS

Silvestro Di Sarno - Anna Maria Abiuso

## SOCIAL MEDIA PLANNERS

Facebook : Angela Lampitelli, Instagram : Giovanna Binetti, Marika Loffredo, Francesca  
Costanzo

## CASTING

Alessia Brusini, Mariapia Briante, Sveva Lo Chiatto, Maria Laura Nappi, Gabriella Perciato,  
Rossella Di Camillo, Elisabetta Clemente, Maria Grazia Iodice, Andrea Emanuele Gioia

## MODELS

Sabrina Efonayi, Luisa Gala, Alessia Brusini, Maria Pistucci, Marcella Palumbo, Cristina  
Buonanno, Ines Haddaj, Miriam Cantone, Gabriella Perciato, Rosalinda Peluso, Simona Volpe,  
Emanuela Battarino, Francesca Di Bonito, Pasqualina Perrotta, Alice Bruna De Paola



onelook\_\_



One Look

Look

Alessandra Cirafici

---

Maria Dolores Morelli

---

Roberto Liberti

---

Anna Maria Abiuso, Rosa D'Andrea

---

Anna Maria Abiuso, Alessia Brusini, Maria De Vito, Silvestro Di Sarno, Aurora Erario, Luisa Gala, Andrea Emanuele Gioia

---

Alessia Orluzzo, Annarita Di Lorenzo, Veronica Laiso, Virginia Ascolese, Rita Olivieri, Maria Grazi Iodice

---

Fortuna Galluccio, Valentina De Rosa, Maria Laura Nappi, Maria Esposito, Terry Varvo, Michela Ricupito

---

Rosa D'andrea, Gabriella Perciato, Noemi Mungivera, Giuseppina Savarese, Alessia Vozza

---

Rosa Andreozzi, Maria Pia Briante, Viola Casalino, Martina Tropè Couvin

---

Elisabetta Clemente, Lorenzo Gaetano Caruso, Antonietta Gabriele, Bruno Giordano, Giorgio Granillo,  
Azienda partner: Gruppo Basile

---

Luca Boncino, Marika Loffredo, Francesca Costanzo, Rossana Annunziata, Melania Cecere, Antonia Califano

---

Maria Orefice, Maria Pistucci, Federica Sparaco, Sveva Lo Chiatto, Marianna Pietropaolo, Nicola Borrelli

---

Giovanna Binetti, Francesca Cammisa, Laura De Lucia, Rossella Di Camillo, Angela Lampitelli

---

Con il contributo degli alunni e dei docenti tutor delle classi 4/B e 4/C Moda dell'Istituto "F. Degni" di Torre del Greco e delle classi 3 e 4 Grafica e 3 Moda (3^A/C, 4^A/C, 3^A/M), 3 e 4 Liceo Artistico (3^A/L e 4^A/L) dell'Istituto "Mattei" di Caserta.







# #3

# Look

## Collection

Issues s s 2019

*confini/contaminazioni mediterranee*

## PREMESSA

### Alessandra Cirafici

Ricerca, Innovazione e formazione sono i tre pilastri su cui deve poggiare il progetto di qualificazione dei processi produttivi da cui oggi non può prescindere la costruzione di un modello di sviluppo sostenibile sia dal punto di vista economico, che sociale e ambientale. In questo orizzonte il ruolo della formazione è fondamentale perché è fondamentale puntare sulla 'conoscenza' come fattore essenziale per accompagnare il processo di transizione verso un modello di società nuova, che deve fondarsi su nuovi paradigmi in grado di garantire sviluppo, benessere e dignità alla società intera.

Si tratta di rafforzare asset positivi di competitività coniugando sapere e saper fare, innovazione e tradizione, artigianalità e cultura digitale in un percorso che, qualificando sempre più il capitale umano ed investendo sui talenti, sia in grado di costruire una leva efficace per gestire le trasformazioni epocali in atto nel mondo della moda e non solo.

Il corso di laurea in 'Design per la moda' dell'Università della Campania Luigi Vanvitelli si inserisce con consapevolezza in questo itinerario e lo fa partecipando orgogliosamente ad un modello di educazione pubblica che oggi si pone la grande sfida di investire sulla formazione di filiera per costruire un virtuoso triangolo tra istituzioni del territorio, imprese e mondo della formazione, attorno ad una strategia chiara ed in un'ottica di sistema che consenta davvero di costruire percorsi di formazione adatti ad un mondo del lavoro, quello della moda, in continua trasformazione. Ma la sfida non è solo quella di offrire a ciascun allievo una formazione adeguata al mondo del lavoro che lo attende; la sfida più difficile è quella di costruire le condizioni per cui ogni allievo possa individuare e perseguire la propria attitudine e coltivare il proprio talento secondo la propria sensibilità in un ambiente di apprendimento stimolante intorno ad un'idea di creatività che coniughi ricerca, sperimentazione cultura del progetto. In questo orizzonte formativo il lavoro dei docenti a cui è affidato il compito di guidare ed affiancare la piccola pattuglia di futuri designer che oggi compone il Corso di Laurea in Design per la Moda, è prezioso. Il lavoro costante 'con' e 'per' gli allievi è innanzitutto rivolto ad individuare i molteplici ambiti di applicazione delle competenze che il corso di studi offre - ben oltre l'idea ricorrente che l'unica figura

professionale a cui aspirare sia quella di direttore creativo - sottolineando come sia essenziale concepire l'attitudine al progetto come la capacità di trovare soluzioni ad un problema attraverso processi adattivi ancor più che creativi e come sia essenziale ampliare il quadro delle competenze necessarie a far sì che un settore trainante dal punto di vista economico e produttivo lo diventi anche dal punto di vista ampio della industria culturale. Del modo in cui questo percorso, che è innanzitutto percorso culturale, precipita negli esiti progettuali dei Laboratori di Design, il progetto editoriale #ONE LOOK è efficace testimonianza. Il progetto, inserito nelle iniziative della DADI PRESS, dedicato esclusivamente al percorso di Laurea triennale in Design per la Moda e raccoglie ogni anno gli esiti dei tre laboratori di progettazione inseriti nel percorso formativo. Il progetto si pone come occasione per mostrare lo sguardo sulla moda da parte di giovani generazioni di millenials che affrontano il tema della collezione analizzando un fenomeno o uno scenario che viene individuato ogni anno e declinato come brief di progetto. Gli immaginari scelti come fonte di ispirazione, gli approcci progettuali, le strategie comunicative adottate rispondono in maniera coerente ai presupposti sin qui indicati. Raccontano di un modo di intendere il processo progettuale come ricerca costante, via via più complessa, di interazione tra pensiero creativo, ricerca, sperimentazione, innovazione, con un approccio saldamente ancorato ai temi della contemporaneità, ma aperto alle istanze di quel pensiero laterale che offre soluzioni e punti di vista inaspettati.

In particolare #LOOK 3 racconta il percorso degli allievi del II anno che nell'a.a.2018/19, hanno affrontato il progetto della loro collezione utilizzando come fonte di ispirazione i concetti di con\_taminazione e di con\_fine.

## Look









## CONTAMINAZIONI/CONFINI MEDITERRANEI

### Maria Dolores Morelli

Contaminazione s. f. [dal lat. tardo *contaminatio* -onis] significa sia l'atto, il fatto di contaminare, in senso proprio e figurativo sia l'effetto che ne consegue, ma anche la fusione di elementi di diversa provenienza nella composizione di un'opera, o un artificio da inserire, nella rielaborazione di un artefatto di qualche elemento colto da un altro artefatto, ma anche una collazione completa tra artefatti con caratteristiche diverse, o un incrocio di due forme o di due costrutti, in modo che ne sorga una terza forma o un terzo costruito.

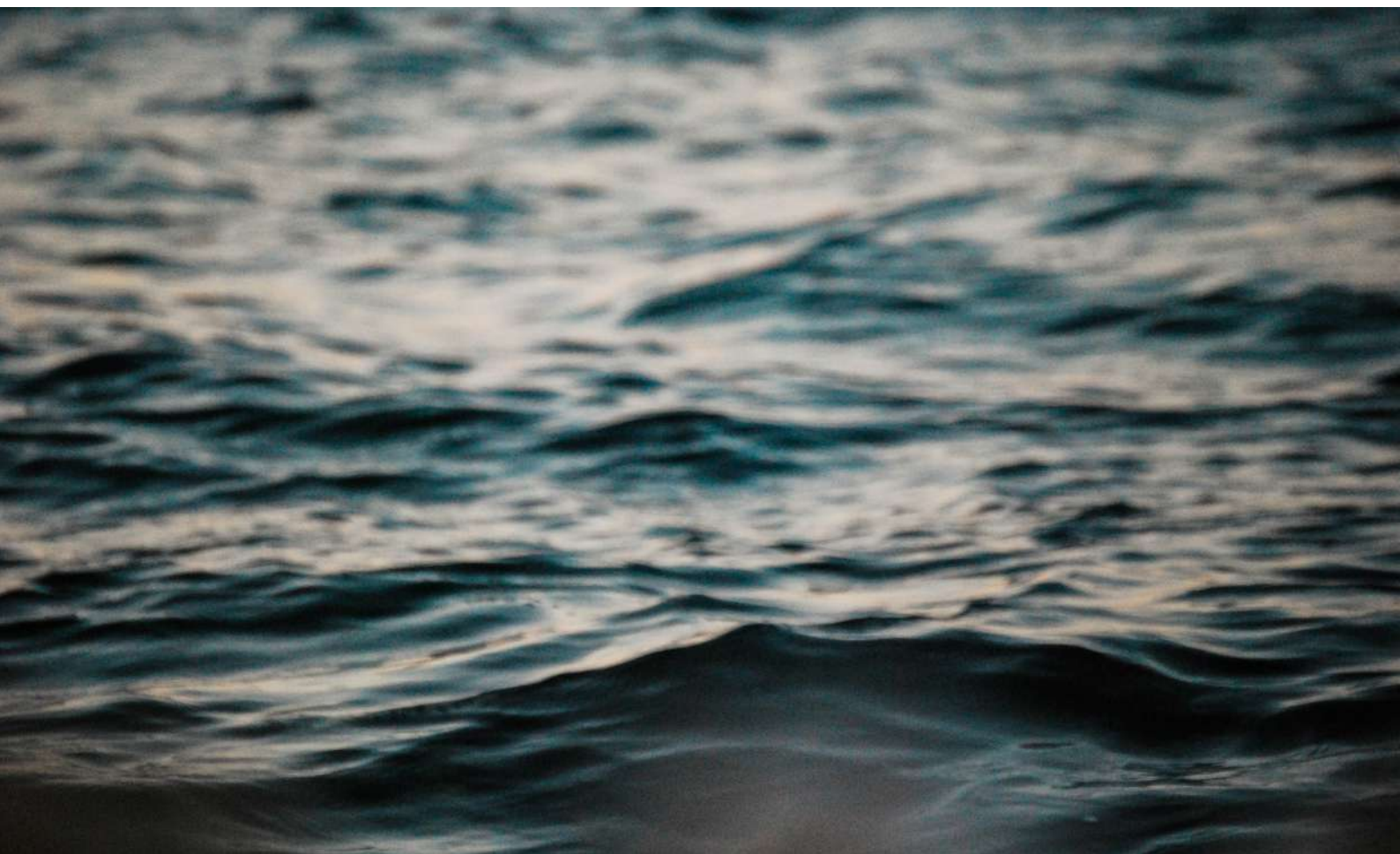
Confine s. m. [dal lat. *confine*, neutro dell'agg. *confinis* «confinante», comp. di *con-* e del tema di *finire* «delimitare»] significa limite di un territorio, di un terreno; zona di transizione in cui scompaiono le caratteristiche individuanti di una regione e cominciano quelle differenzianti; i confini naturali s'identificano con linee prestabilite dalla natura, coste, crinali di montagna, fiumi, ecc.; i confini politici, stabiliti per convenzione tra governi, separano due organismi politici mediante una linea la quale, quando è possibile, è costituita da una fascia disabitata con funzioni di isolamento.

Entrambe le parole sono composte da *cón* [lat. (o dal lat.) *con-* = *cum*], prefisso nominale e verbale di molte parole composte, che indica di solito unione, partecipazione, collegamento e se nel primo caso "contaminazioni" le relazioni tra parti differenti sono forti, mescolate, originando forme ibride; nel secondo caso "confini" le connessioni sono spesso sottili, puntuali, chiaramente leggibili. E nella cultura e nella produzione mediterranea le contaminazioni e i confini sono numerosi e caratterizzanti.

Il Mediterraneo è forse il "tessuto" con il potenziale più esplosivo del mondo, Vanni Pasca[1] nella sua attenta e minuziosa analisi sul design degli ultimi decenni afferma "I territori, in particolare in una situazione come quella italiana, hanno risorse produttive, turistiche, culturali, enogastronomiche da valorizzare, ma molto spesso né nelle imprese, in gran parte piccole, né tanto meno negli enti pubblici riescono, non esiste il know how necessario per progettare e sviluppare processi di valorizzazione di tali risorse. La disseminazione di giovani designer, che innervano i territori con il loro

know how, è probabilmente in grado di contribuire allo sviluppo di questi processi di valorizzazione. Tutto ciò comporta un nuovo e crescente rapporto tra il design e i territori. Oggi ogni territorio è sempre più un nodo di una rete mondiale e deve imparare a partecipare della rete, a connettersi con gli altri; altrimenti non può che deperire o, tutt'al più, coltivare le proprie memorie. Il design (e la nuova crescente presenza di giovani designer) è uno degli strumenti principali che permette di valorizzare le risorse di un territorio, inserendolo nella rete mondiale. Lo stesso Pasca ha condiviso le avvertenze di Matjevic [2] sulla storia e le tradizioni locali che si convertono nel tentativo di definire un'identità specifica di ciascun paese, e anche un tratto di mediterraneità comune a tutti: cioè, sviluppare un design che sia l'espressione della propria identità e allo stesso tempo un "design mediterraneo" anche per la moda, spostandosi dalle possibilità concrete di operare per lo sviluppo dei territori come "design del prodotto" su piccole serie e con forme di autoproduzione attraverso la progettazione della comunicazione per la valorizzazione dei beni culturali, del turismo sostenibile, dei prodotti agroalimentari"

Contaminazioni e confini mediterranei sono stati declinati negli abiti delle micro-collezioni studiate, prototipate, presentate in questo numero di Look: Artificio, Byzantium, Gola, Idioma, Insomnium, Potentiam, Sinestesia, Unità Opposte, Verba. I modelli proposti presentano forti contaminazioni con il cibo, l'architettura, l'archeologia, la percezione, il riuso; o sottili confini con la geometria, la parola, la decorazione, i sensi. Abiti e accessori scomponibili rispondendo alla possibilità di mutare nel tempo, a secondo delle esigenze e dei desideri, caratterizzati da "colori unici", sostanza formale del progetto, accogliendo dimensioni materiali e immateriali verso un continuo equilibrio cromatico, percettivo, sensoriale, un ordine che tende a maturarsi e comporsi fino alla bellezza confortevole e controllata, mediata e conforme (mediterranea), che sta a metà, tra molto e poco.





Il “colore unico” di un luogo, si recupera dalla conoscenza, dall’osservazione e dalla definizione del suo “colore locale”, dato dall’ambiente naturale e dal costruito o estratto da scarti naturali che tingono e compongono i tessuti e i materiali.

Comunemente l’approccio delle qualità cromatiche delle collezioni di moda presenti sul mercato e i temi cromatici risentono dei colori delle stagioni naturali, proponendo atmosfere di colori legati a movimenti artistici, stili, eventi, revival. Il colore rappresenta il valore moda percepito per primo, esercitando una forte influenza sulle scelte del consumatore sia per i tessuti sia per l’abbigliamento. Le creazioni e le proposte dei designer, così come delle case di moda, in alcuni casi, sono riconducibili a tinte precise che con il passare del tempo sono diventate vere e proprie icone. Valentino, si è distinto per una particolare tonalità di rosso, battezzato proprio Rosso Valentino. Gucci ha accostato il verde al rosso in strisce iconiche della maison fiorentina. Coco Chanel, nelle sue collezioni, ha proposto il binomio bianco-nero su abiti, accessori e calzature. Il bordeaux, il verde e il cuoio sono i colori che caratterizzano la maison francese Hermès. Su una base di colore marrone scuro su cui spiccano due famose lettere beige LV, si compone uno dei monogrammi più conosciuti del mondo, quello

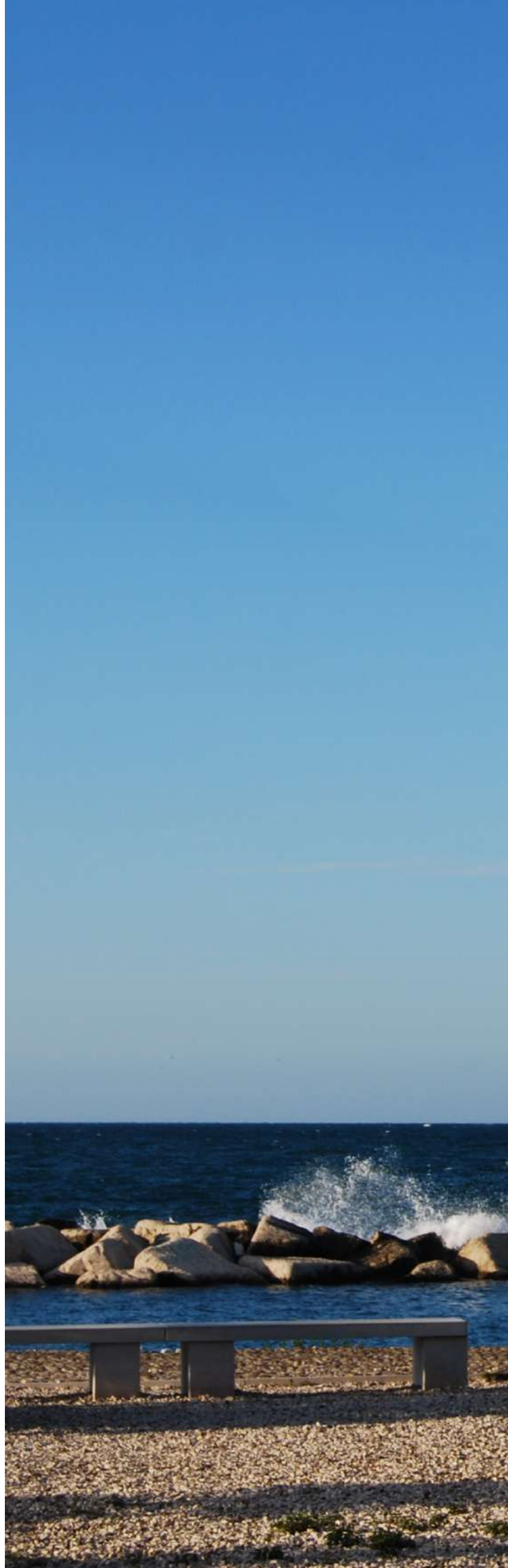
## Look

che rappresenta la maison francese Louis Vuitton. Le piccole scatole di Tiffany&Co, il cui colore, è una gradazione tra il verde ed il blu, ufficialmente chiamato azzurro Tiffany dal prezioso contenuto hanno da sempre un successo strepitoso. Numerose sono state le fantasie greche proposte da Versace che si sono tinte di giallo. Così come numerose sono state le proposte della maison Fendi, che ha scelto il giallo come colore ufficiale.

Le micro-collezioni mediterranee qui proposte invece attingono ad una palette di colori desunti dall'ambiente naturale: un ritorno all'essenzialità dei colori che vanno dalle tonalità morbide dell'azzurro, del turchese, dei rosa, dei marrone, ma anche tinte violente come il rosso, il viola, il giallo.

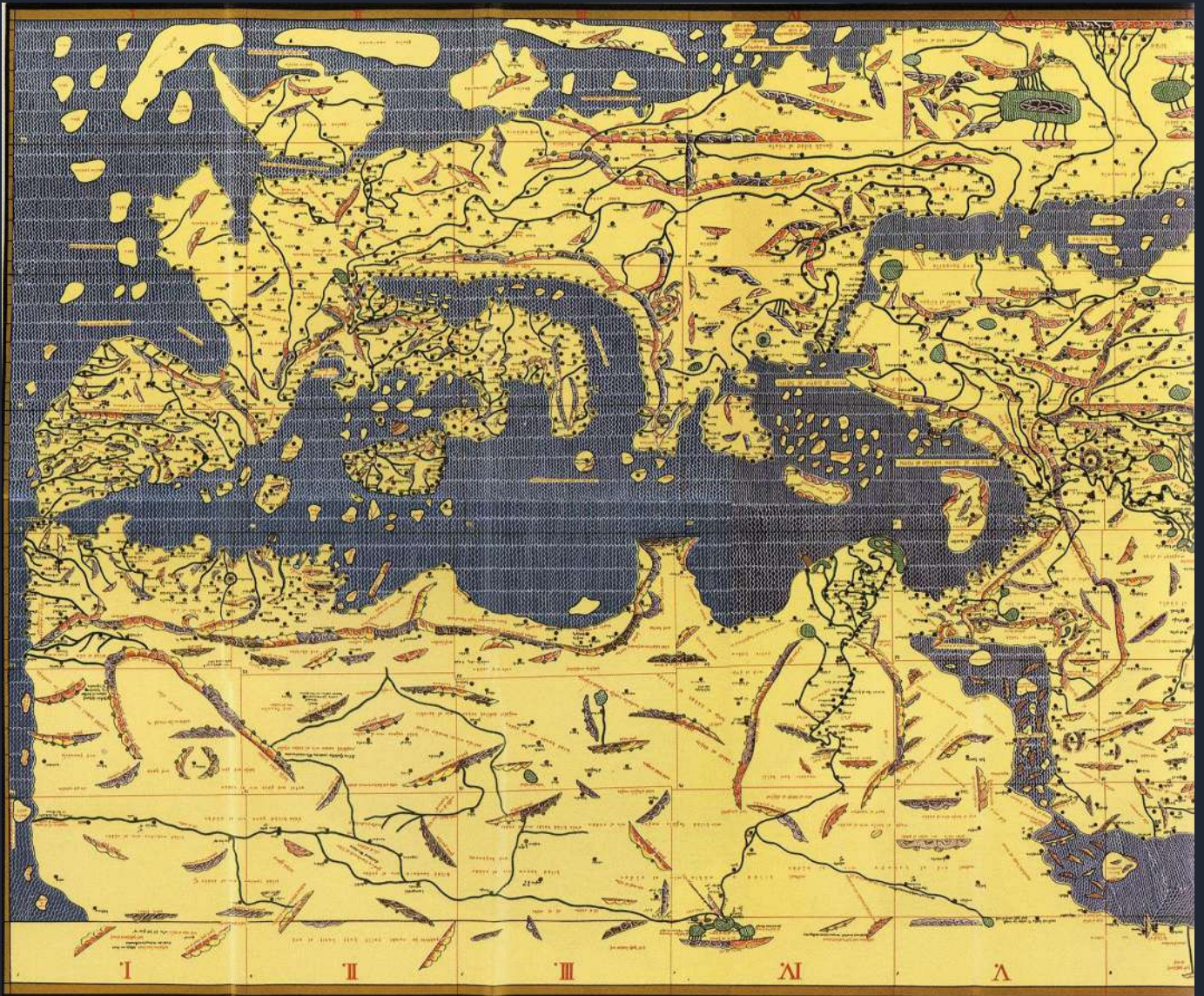
[1] Vanni Pasca, Il Design oggi, in "Op.cit.", n°131, gennaio 2008 .

[2] Pedrag Matvejevic, Città mediterranee fra ieri e oggi, in A. Bianchi (a cura di), Le città del Mediterraneo. Atti del Forum Internazionale di Reggio Calabria, 3-4-5 giugno 1998.









## CONTAMINAZIONI/CONFINI

### Roberto Liberti

Mediterraneo. Come ha scritto il grande storico Fernand Braudel: "Molte cose al tempo stesso. Non una civiltà, ma più civiltà ammassate l'una sull'altra. Il Mediterraneo è un antico crocevia. Da millenni tutto è confluito verso questo mare, scompigliando ed arricchendo la sua storia."

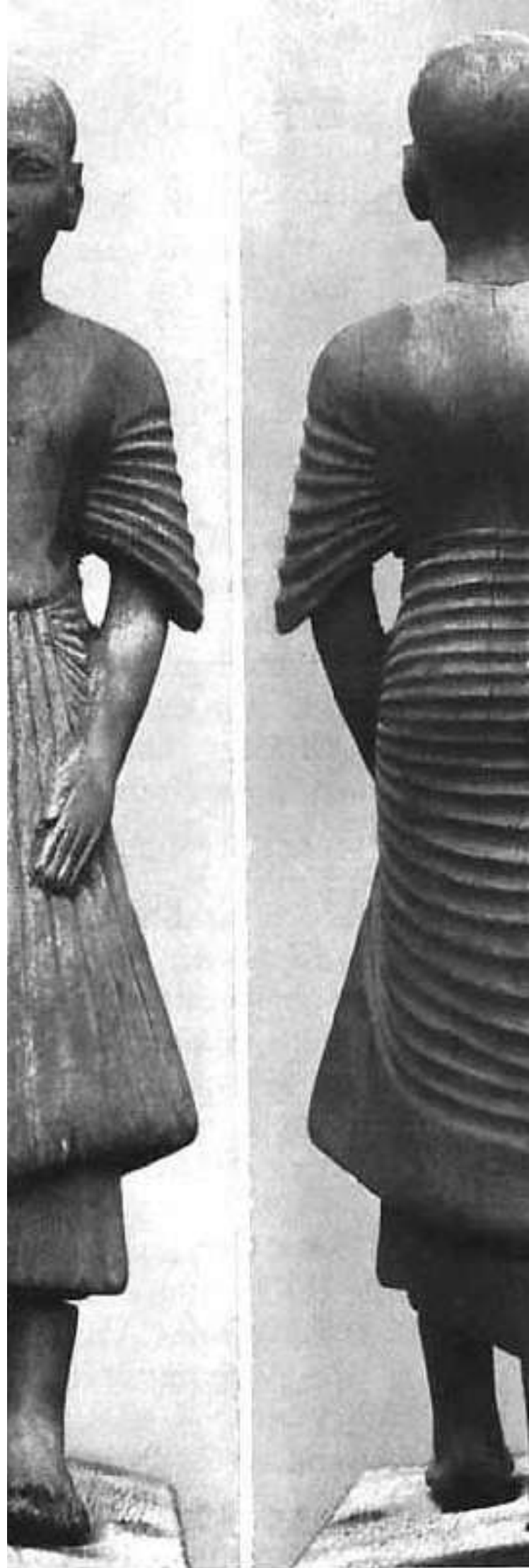
Una storia che la modernità ha reso ancora più complessa e di difficile lettura. E così talvolta è accaduto, specie in alcuni studi recentemente apparsi, che l'accuratezza critica e l'analisi storica siano state sopraffatte dalla tentazione sempre in agguato di ricorrere alle semplificazioni preconcepite oppure alle inconscie suggestioni dei miti. ... non esiste una sola cultura mediterranea ...". Questa anima "porosa" del Mare nostrum dà l'input al brief per la creazione di capsule collection ispirate ad un abito mediterraneo contemporaneo ispirato al tema della contaminazione e dei confini. Ciò che emerge dallo scenario di progetto è che non esiste una sola cultura mediterranea: ce ne sono molte in seno a un solo Mediterraneo. Le somiglianze sono dovute alla prossimità di un mare comune e all'incontro sulle sue sponde di nazioni e forme di espressioni vicine. Le differenze sono segnate da origini e storia, credenze e costumi, talvolta inconciliabili. Né le somiglianze né le differenze sono assolute o costanti: talvolta sono le prime a prevalere, talvolta le ultime. Il resto è mitologia". Un approccio metodologicamente corretto alla storia delle relazioni euromediterranee in età contemporanea può essere dunque rappresentato dall'analisi delle "somiglianze e delle differenze" incrociata però con lo studio delle politiche interne e internazionali dei singoli Paesi della Sponda Sud del Mediterraneo lette anche alla luce delle più recenti ricerche e interpretazioni di qualificati storici del litorale arabo.

Insomma un primo sperimentale tentativo di analisi che tenga anche conto del Mediterraneo "rovesciato", nella prospettiva non tanto di scrivere un'impossibile "storia condivisa", che appartiene ai miti, quanto piuttosto di "condividere una visione differenziata dei problemi che caratterizzano i popoli partendo, soprattutto, delle loro radici profonde. Tante sono le ispirazioni stilistiche che i designer hanno da sempre avuto dall'abito delle popolazioni mediterranee: dal peplo femminile greco o dal chitone maschile che era una semplice lunga tunica, cucita su un lato e fermata sulle spalle da fibule, o da una cucitura, fino ad arrivare alla tunica romana o al perizoma egiziano ricavato da un semplice drappo di stoffa. Gli egizi attribuivano un grande valore alla bellezza e alla "moda", basti citare le regine Nefertari e Nefertiti, ancora oggi icone di bellezza ed eleganza. Dei costumi egiziani Erodoto scrive: "Si vestono di tuniche di lino guarnite di frange pendenti sulle gambe che chiamano calasiris (kalasiris) su di esse gettano mantelli di lana bianca ma... vestiti di lana non entrano nei templi né si fanno seppellire che sarebbe sacrilegio. il lino deve essere la veste dei sacerdoti e di papiro i calzari". In modo sporadico furono lavorate anche altre fibre come la canapa, la lana introdotta in Egitto in età romana per creare elaborati arazzi ed in epoca greca fu utilizzata la seta per realizzare raffinate vesti femminili.

Il cotone fu utilizzato in Egitto dal III a.C. ma trovò il suo massimo utilizzo solo dopo la conquista araba del 640 d.C. a tal proposito Plinio afferma che nel sud dell'Egitto, in prossimità della Nubia, si trovava una pianta chiamata Gossypium e dalla lavorazione delle fibre di questo arbusto si potevano ricavare un pregiato cotone. Plinio scrive: "gli abiti più pregiati indossati dai sacerdoti egiziani sono fatti di cotone." Alcune delle sculture e ritrovamenti archeologici in Egitto mostrano lavorazioni assolutamente di grande contemporaneità ancora oggi.

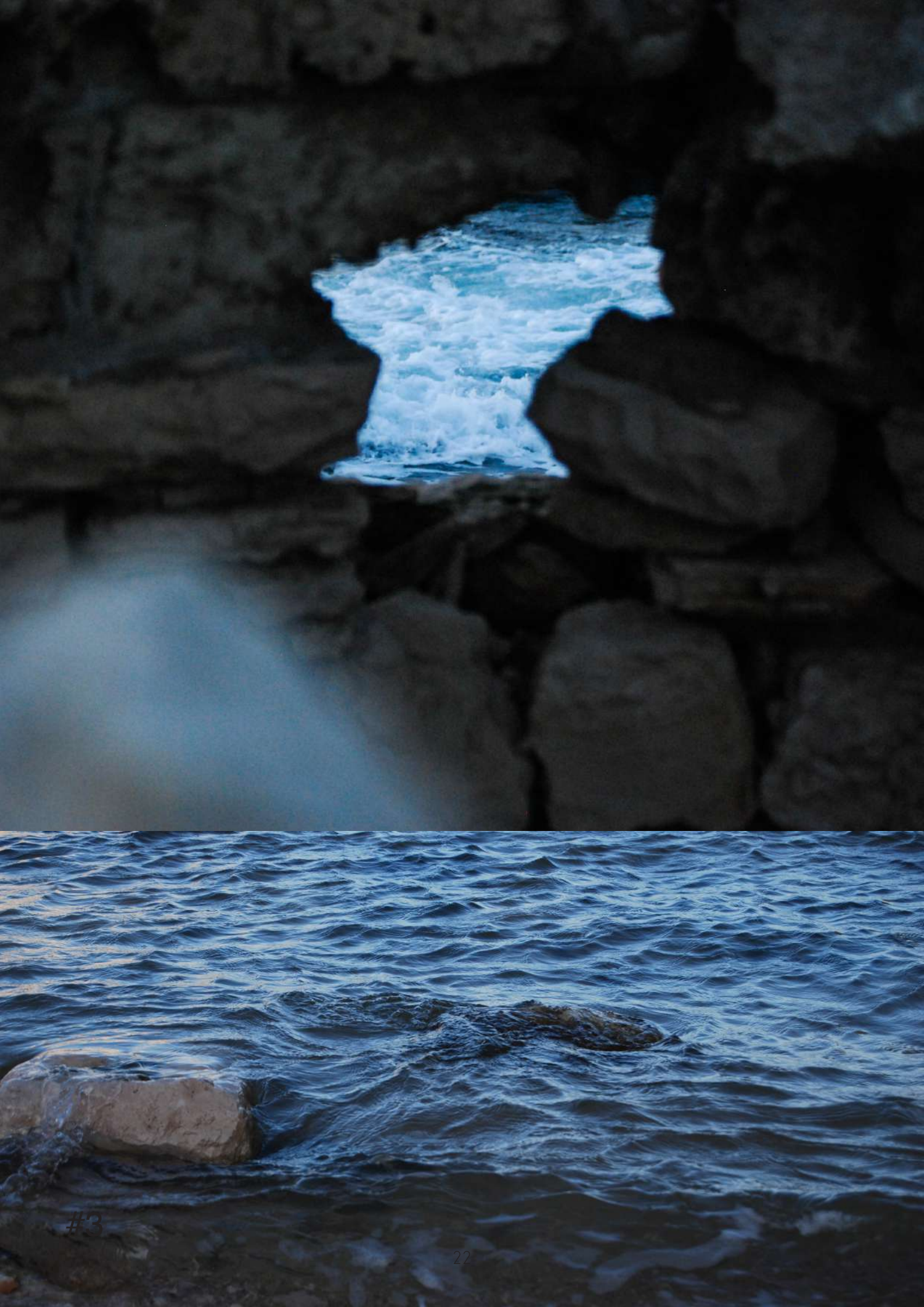
Da sempre stilisti di ogni tempo si sono ispirati al mondo e alle civiltà del mediterraneo per le loro creazioni come il marchio Versace che scelse l'immagine di Medusa come logo per le sue creazioni di moda. Medusa la splendida fanciulla in grado di sedurre gli uomini con il suo sguardo, rapì, l'immaginario di Versace che la usò come immagine iconica della sua casa di moda in cui si riprende lo stile regale e classico collegato alle divinità greche con scritte e disegni in oro che richiamano il lusso dell'Olimpo. Da qui parte il progetto che sviluppa le contaminazioni di abiti dei 9 team di lavoro che elaborano nuove sperimentazioni dell'abito "mare nostrum."

Plissé su un abito di una scultura dell'antico Egitto.





Pullover versace, greche romane e medusa.



#3



# #3 Look

*Collection*

*Issues s s 2019*

*confini/contaminazioni mediterranee*

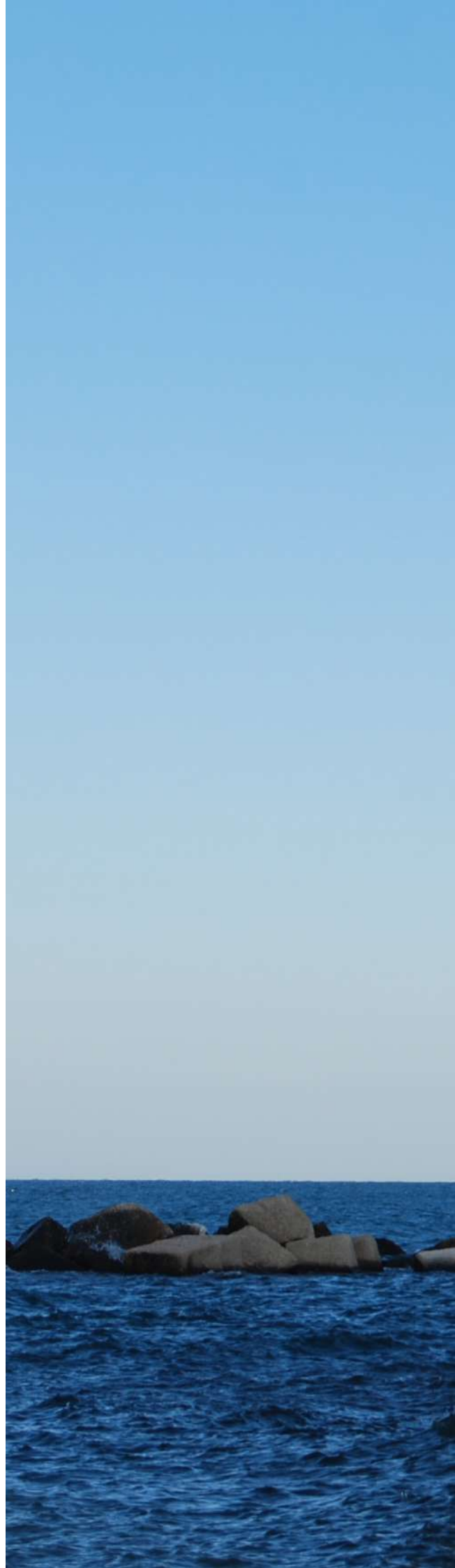
EDITORIALE

**Anna Maria Abiuso, Rosa D'Andrea**

Mediterràneo agg. [dal lat. (detto dai latini Mare nostrum) *Mediterraneus*, comp. di *medius* «medio» e *terra* «terra»] Il mare che bagna le coste meridionali dell'Europa, quelle occidentali dell'Asia anteriore e quelle settentrionali dell'Africa. Confine s. m. [dal lat. *confine*, neutro dell'agg. *confinis* «confinante», comp. di *con-* e del tema di *finire* «delimitare»]. Limite di un territorio, di un terreno. Contaminazione s. f. [dal lat. tardo *contaminatio* -onis] Contatto fisico o morale perturbatore dell'equilibrio igienico o dei valori tradizionali o individuali; corruzione. «Che cosa è il Mediterraneo? Mille cose insieme. Non un paesaggio, ma innumerevoli paesaggi. Non un mare, ma un susseguirsi di mari. Non una civiltà, ma una serie di civiltà accatastate le une sulle altre. Viaggiare nel Mediterraneo significa incontrare il mondo romano in Libano, la preistoria in Sardegna, le città greche in Sicilia, [...] tutto questo perché il Mediterraneo è un crocevia antichissimo: da millenni tutto vi confluisce, complicandone e arricchendone la storia. [...] il Mediterraneo crocevia eteroclito si presenta al nostro ricordo come un'immagine coerente, un sistema in cui tutto si fonde e si ricomponde in un'unità originale» (Braudel 2000: 8). Quando si parla di confini e contaminazioni è inevitabile non pensare al Mediterraneo, patria di differenti usanze e costumi. Vere e propria "pianura liquida" che unisce i territori. La regione del Mediterraneo è considerata culla di alcune tra le più antiche civiltà del Pianeta, nonché teatro principale della storia e della cultura della civiltà occidentale assieme al Medio Oriente e al Vicino Oriente. Durante tutta la sua storia, il Mediterraneo, ha segnato l'evoluzione di tantissimi popoli, con specificità culturali e politiche differenti, abolendo ogni tipo di confine, Ma cos'è un confine?

**Look**

Proprio come spiega l'etimologia della parola, il confine è una curva immateriale, perché appunto non esiste fisicamente ma spesso viene imposto come qualcosa di palpabile e pesante, talvolta invece, il "confine", è solo una semplice parola, solo aria, una cosa astratta ben poco definita. Spesso i confini ce li poniamo noi stessi ed è da questo punto di vista che emerge come sia infruttuoso innalzarli, sia quelli fisici che quelli mentali. È la contaminazione tra popoli e diverse culture e religioni che determina la "crescita". La conoscenza, quella più profonda del mondo e nel mondo che concretizza l'affermarsi di un popolo in quanto tale e ancor di più la persona. Mediterraneo, insomma, non sta solamente nella dolcezza del clima o nella bellezza della vegetazione, ma nel fatto di essere un vero e proprio "mare fra le terre", attraverso il quale tradizioni, religioni e culture differenti possono interagire ed arricchirsi dal confronto reciproco; esso è sempre stato una frontiera nell'accezione più positiva del termine, confine proiettato verso l'altro che dà vita, non ad un mosaico di popoli, ma ad un vasto e complesso di ordito di fili intrecciati. Queste sono le fondamenta sulle quale si sviluppa il progetto illustrato in #3Look. Analizzare il Mediterraneo, e la Campania, nota per il sole, la musica, l'arte, l'ospitalità e la buona cucina, ne può rappresentare la matrice primordiale. Terra solare e vivace. Ricca di storie da raccontare, radicate nel profondo, che emergono tra i vicoli e i quartieri che la caratterizzano, contaminati in maniera persistente dalla contemporaneità dei giorni d'oggi. Questa unione ci ha permesso di dar vita ad abiti che raccontano, con occhio critico e attento, le contaminazioni in chiave contemporanea senza abbandonare quella pregressa. Ogni gruppo ha interpretato poi con diversi accezioni il tema di quest'anno, ovvero quello di confini e contaminazioni nel Mediterraneo. Tema che unisce le collezioni di tutti i giovani designer che hanno preso parte nella definizione di #3look. Per esempio, nell'elaborazione del concetto di contaminazione e confini, il gruppo ARTIFICIO, dà vita ad una visione moderna della contaminazione che esclude qualsiasi forma di confine creando una bellezza che diviene un artificio virtuale. Il gruppo BYZANTIUM, si ispira invece al mosaico bizantino, che ha varcato i confini dell'Impero d'Oriente, diffondendosi in tutto il Mediterraneo contaminandolo con una nuova forma d'arte. Il gruppo GOLLA, per la sua collezione ha tratto ispirazione da un'importante chef campano e ha contaminato il mondo della moda con quello della cucina. Proseguendo, il gruppo IDIOMA ha deciso di soffermarsi sulla stretta unione tra la Spagna e Napoli, in particolar modo nel patrimonio artistico, architettonico, linguistico e storico della città stessa, mentre il gruppo INSOMNIUM ha lavorato sull'etimologia del sogno e sul tema del Mediterraneo attraverso il pittore Joan Mirò. Continuiamo con POTENTIAM che ha deciso di dar voce alla sensibilizzazione circa i danni del fast fashion, denunciando attraverso la propria collezione le condizioni lavorative pessime e lo sfruttamento di alcune aziende del settore, dicendo quindi NO al fast fashion e SI al riuso! Dopo questa sensibile tematica passiamo al gruppo SINESTESIA, la quale idea di collezione è quella di una completa contaminazione reciproca tra i sensi che si concretizza nella realizzazione di abiti polifunzionali che stimolano olfatto, udito, vista, gusto e tatto. L'idea su cui il gruppo UNITÀ OPPOSTE ha deciso di soffermarsi è quella di un confronto tra due epoche distinte, gli anni 50 e 90, rappresentati rispettivamente dal cerchio e dal triangolo dando vita ad una nuova definizione della fisicità femminile. Infine il gruppo VERBA sviluppa la propria collezione raccontando il percorso della parola nuda e pura dalle sue origini







fino ad oggi. I temi affrontati quindi, come abbiamo visto, variano molto tenendo però, come comun denominatore, le due parole chiave: CONfini e CONtaminazione nel Mediterraneo, due parole che sembrano un po' un ossimoro: la prima ci impone di restare fermi nella zona delimitata, la seconda, invece, permette di avere un contatto soprattutto morale che perturba l'equilibrio dei valori tradizionali dando enfasi a quelli individuali e che unisce ciò che il confine separa, creando legami e connessioni che diventano vincolanti nella definizione di vari modi di vedere il Mediterraneo. Modi che consentono di realizzare vari progetti di moda basati sull'idea che ci si può sempre contaminare a vicenda, traendo spunto dall'esterno, pur restando vincolati nei confini del proprio tema.



#3



# ARTIFICIO

Il progetto artificio nasce da un'idea che trova base e fondamento nei concetti di contaminazione e confine, successivamente affiancati ai territori del Mediterraneo. Ogni capo della collezione rappresenta un restyling degli elementi distintivi e unici della Città di Pompei. Le parti superiori degli abiti richiamano ed imitano la stratificazione dell'intonaco delle architetture, mentre per il confezionamento della gonna e del pantalone vengono riprese le scanalature del fusto delle colonne antiche oltre che la loro verticalità. Tale idea viene ad essere raffigurata con la scelta di tessuti plissettati e a costine che rendono al meglio l'idea strutturale delle colonne stesse. I decori del capitello invece hanno ispirato la realizzazione di alcuni gioielli che hanno avuto la capacità di definire un nuovo capo grazie alla loro duplice funzionalità. La cartella colore invece ha preso forma in seguito all'analisi degli affreschi che più ci hanno affascinato ossia : Natura, Le quattro stagioni, Medusa, Nettuno e Salacia. Si dà così vita ad una contaminazione in chiave moderna, che esclude qualsiasi forma di confine creando una bellezza che è tutto un artificio virtuale.

"L'artificio offre rimedio al brutto e perfeziona il bello."

-Baltasar Gracián













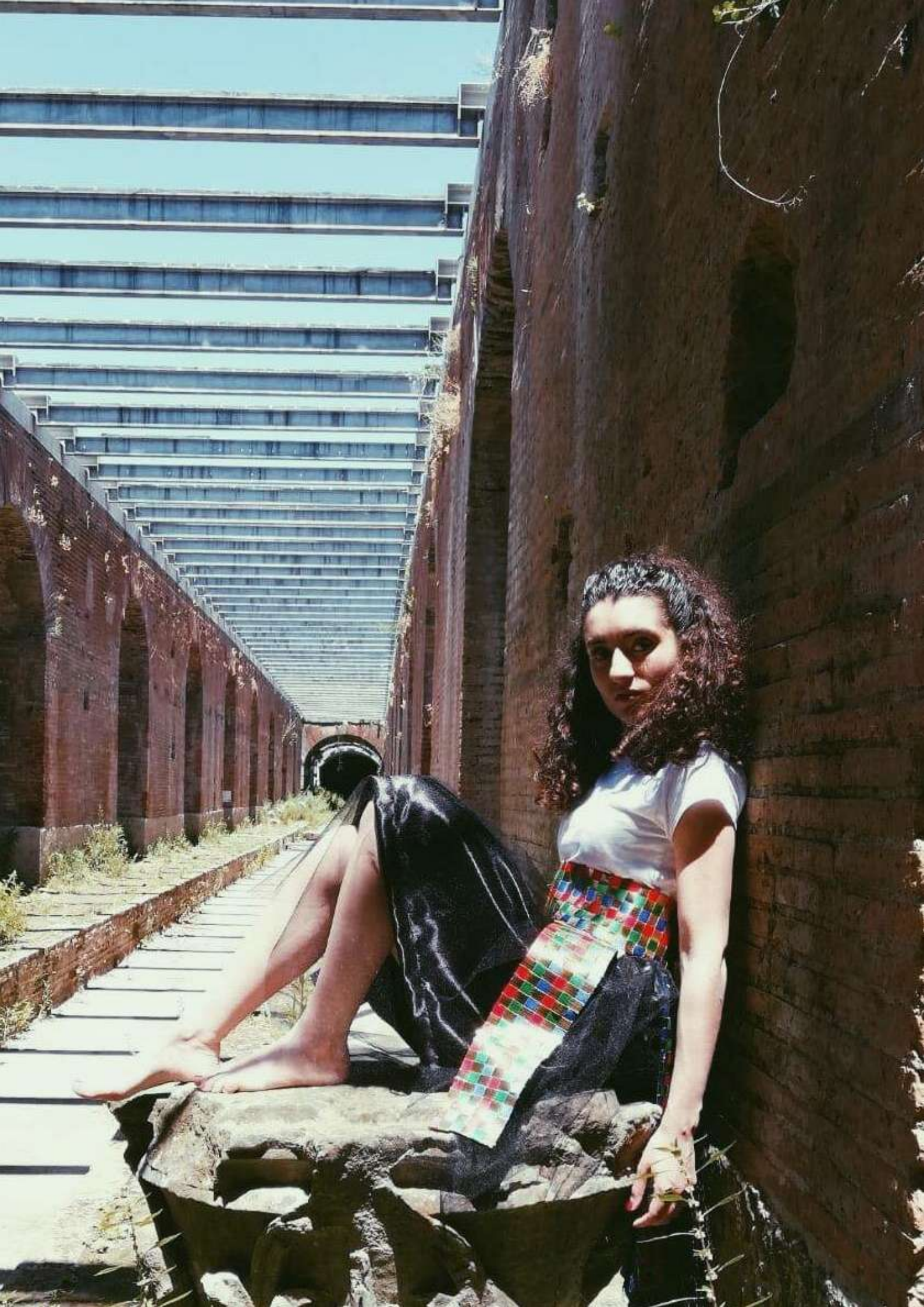
# BYZANTIUM

La collezione Byzantium nasce dalla necessità di esprimere come l'Italia conservi, attraverso l'arte musiva, un pezzo di storia artistica dell'Impero Bizantino. Il nome della collezione deriva dall'antico nome greco, Bisanzio di Costantinopoli, capitale dell'Impero. L'intento che è alla base del progetto è quello di esprimere attraverso i capi come il mosaico bizantino abbia varcato i confini dell'Impero d'Oriente e si sia diffuso in tutto il Mediterraneo, effettuando così una duplice contaminazione, non solo dell'arte musiva Italiana, ma anche nel mondo della moda. Grandi stilisti si sono appunto ispirati per le loro collezioni ai mosaici Bizantini custoditi nella Basilica di San Vitale a Ravenna ed è proprio da qui che parte la scelta dei colori utilizzati per la collezione. Colori come l'oro, il rosso, il verde, il blu e il nero, dominanti nei mosaici bizantini. Tutti i capi della collezione saranno poi ornati da particolari intrecci in raso, tessuto scelto per la sua luminosità, così da richiamare la luminosità stessa degli sfondi dei mosaici bizantini. L'intento ultimo è proprio quello di ricordare la disposizione delle tessere del mosaico, le quali diventano quindi dettaglio e identità degli abiti realizzati.











# GOLA

Per la definizione del progetto si è partiti dal concetto globale della cucina gourmet, per poi interessarsi ad un noto chef campano : Alfonso Crisci. Egli mette in tavola il mediterraneo non solo utilizzando ingredienti propri di questo territorio, ma anche conferendo equilibrio, movimento e armonia ai suoi piatti. La collezione ad egli ispirata vuole richiamare tutti i valori di questa cucina moderna che diventa sempre più affermata. Da questa concezione è nato "GOLA", un progetto basato su ricerca, arte e innovazione, criteri che vengono poi applicati a piatti colorati ed elegantissimi che soddisfano vista, palato e anima. Due sono i concetti divenuti fondamentali nel percorso di ricerca, concetti opposti tra loro, quello del "semplice" e quello del "complesso". Questi sono diventati quindi la caratteristica principale dei due abiti principali della collezione che hanno in comune, oltre che il tema, anche questo rapporto opposto in forma speculare. Il logo, invece, richiama uno dei più bei piatti dello chef Crisci, che ha permesso anche di definire la cartella colori.









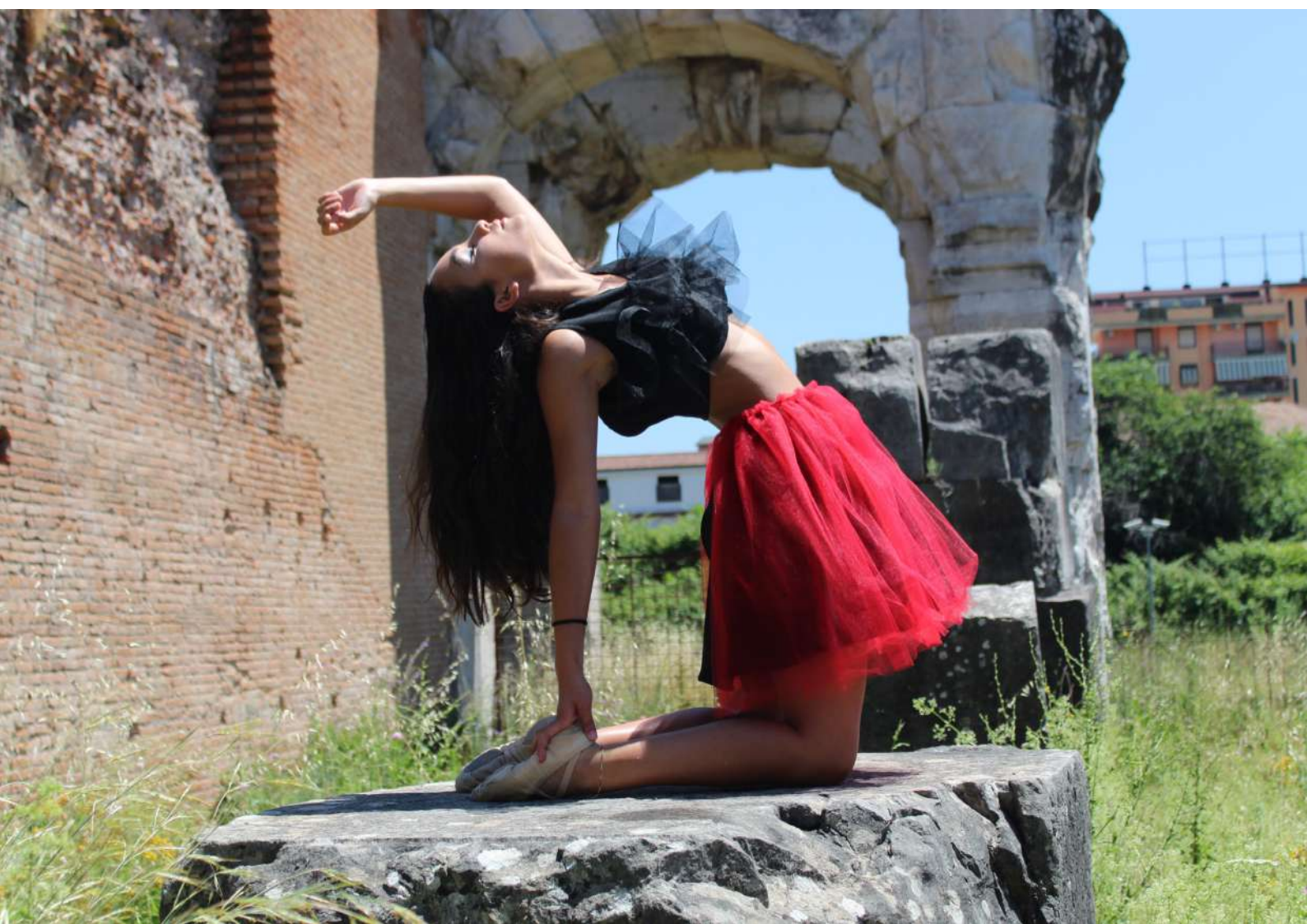




# IDIOMA

In molti pensano che nei napoletani e negli spagnoli scorra lo stesso sangue. Nella città partenopea c'è sempre un po' di quel calore, quella festosità e quel folklore che contraddistinguono anche la Spagna. Il legame storico tra Napoli e Spagna ebbe inizio nel XVI secolo e raggiunse il suo apice durante il periodo borbonico. La stretta unione tra la Spagna e Napoli è ancora oggi evidente e tangibile, in particolar modo nel patrimonio artistico, architettonico, linguistico e storico della città di Napoli. Il dialetto napoletano, ricco di ispanismi, presenta un gran numero di contaminazioni da parte della lingua spagnola. Le forme degli abiti riprendono quelle della cupola situata nella Sala dei Baroni nel Castel Nuovo, e quelle dei voluminosi e morbidi costumi indossati dalle danzatrici di flamenco e della tarantella. I colori ricordano gli imponenti drappaggi del sipario del teatro San Carlo, oltre che i costumi del folklore napoletano e spagnolo e rimandano alla somiglianza tra la bandiera spagnola e lo stemma di Napoli. Dalle linee svelte e dinamiche e dalle tinte accese, i modelli di questi abiti omaggiano l'eredità artistica e culturale che il popolo spagnolo ha lasciato alla città napoletana.













# INSOMNIUM

Il titolo del progetto è Insomnium, parola non casuale derivante da un'etimologia latina che sta a significare una visione interna al sogno, legato alle immagini di riferimento e alle idee che tornano a farci visita di notte, mostrando l'aspetto ingannatore in grado di farci credere di vivere una realtà veritiera che però svanisce e non lascia alcuna traccia non appena ci svegliamo. Il tutto è incentrato intorno ad una visione onirica che può avere origine in anima o in corpo mostrando forme vaghe e illusorie che emergono quando si dorme. Oltre all'etimologia del sogno, il progetto tocca il tema del mediterraneo con il pittore-scultore Joan Mirò, che in uno dei momenti più liberi e selvaggi della sua vita decide di dedicarsi alla collezione intitolata "colori del mediterraneo", contenente 130 opere nelle quali vengono usati colori tipici del mediterraneo, come il verde, il rosso, il giallo e il blu che vanno poi a definire la cartella colore nella quale i nomi assegnati ad ogni colore derivano da una tradizione proveniente dal mediterraneo. Gli abiti finali invece sono essenzialmente due, entrambi trasformabili e entrambi scenografici per rispecchiare al meglio il concetto della contrapposizione tra sogno e realtà.













# POTENTIAM

Il progetto Potentiam punta sulla sensibilizzazione circa i danni del fast fashion. La scelta di trattare questo tema parte da un documentario intitolato "the true cost" il quale mostra ciò che si nasconde dietro le quinte delle grandi catene di produzione moda e svela il motivo per il quale i prezzi dei capi venduti sono così bassi. Il nome "Potentiam", che in latino ha un duplice significato : potere e influenza, è dovuto al rapporto che c'è oggi giorno con i piani alti. Infatti, molte persone sono all'oscuro di ciò che circonda la produzione di queste catene fashion le quali senza interesse per l'ambiente e per la forza lavoro, basano i loro prodotti su politiche di sfruttamento, inquinamento e condizioni lavorative pessime accompagnate da un salario minimo. Nel tempo sono state numerose le disgrazie che hanno colpito i paesi sede delle industrie di case moda come HM/Bershka/Zara ecc. Tant'è vero, che oltre le numerose malattie alle quali i lavoratori di queste aziende vanno incontro, molte mamme sono costrette a dare via i propri figli per garantirgli un futuro migliore ed evitare che finiscano ad eseguire i loro stessi lavori. La collezione ideata grida basta al fast fashion e si al riuso. Sono stati selezionati due look che saranno poi realizzati con indumenti già presenti nel guardaroba e con scarti di fabbrica con lo scopo di prolungare il loro utilizzo. Per il primo outfit sono stati utilizzati dunque diversi pezzi di denim che rilegati tra loro mediante la presenza di bottoni hanno definito poi un vestitino. Mentre per il secondo capo sono stati utilizzati scarti di pelle cuciti così da creare una gonna a portafoglio che diventa, attraverso delle trasformazioni, un vestitino.











# SINESTESIA

Per la realizzazione della collezione CONtaminazioni/ CONfini l'idea è partita dall'osservazione del fenomeno sensoriale/percettivo della sinestesia, intesa come contaminazione reciproca tra sensi. È stata quindi creata una collezione che racchiude questo concetto, per far sì che gli abiti siano una vera e propria esperienza sensoriale, un viaggio attraverso tutti e 5 i sensi. Si parte dal gusto, particolarmente importante, in quanto la moda e il cibo sono due pilastri della creatività e della cultura italiana, entrambi tradizionali e al contempo moderni. Successivamente si prende in considerazione il tatto, anch'esso molto rilevante in questo campo perché provoca sensazioni fisiche, emotive e mentali, dunque ha un valore imprescindibile che non va dimenticato. Poi si passa all'olfatto, che come il tatto, risveglia la memoria viva ed emozionale attraverso gli odori ed elabora stimoli direttamente con l'area limbica del cervello, laddove sono radicate le memorie più profonde e dove si generano le emozioni. Difatti ogni fragranza ha il compito di evocare un momento di vita associato ad un abito. L'udito invece, tramite i suoni, diviene anch'esso un potente stimolo emotivo. Infine vi è la vista riconosciuta come il senso più importante, oltre che nella vita anche nel campo della moda e mediante la quale si riescono a percepire gli stimoli luminosi e soprattutto i colori. Nel corso degli anni, infatti si è consolidata una vera e propria psicologia definita attorno al mondo dei colori e degli abiti, psicologia che diventa particolarmente rilevante nella definizione della collezione stessa.







#3



Look



#3



# UNITÀ OPPOSTE

Il tema di partenza della collezione è la contaminazione, intesa però dal punto di vista temporale. Abbiamo infatti deciso di mettere a confronto e unire due epoche storiche opposte tra di loro, da cui il nome della collezione Unità Opposte. I periodi presi in considerazione sono gli anni 50 e gli anni 90, rappresentati rispettivamente da due simboli; il cerchio che identifica l'abbondanza e la prosperità, qualità entrambe incarnate dall'icona di stile Sophia Loren e il triangolo, che comunica la spigolosità e l'assenza di forme, caratteristiche tipiche degli anni 90 che divennero veri e propri requisiti per le modelle dell'epoca, ne è infatti un esempio perfetto la modella Kate Moss. Tutto ciò ha portato alla realizzazione di abiti trasformabili che permettono realmente l'unione dei due periodi.













# VERBA

A partire dal termine "parola", la cui origine latina è Verba, si sviluppa una collezione che racconta il percorso della parola stessa, nuda e pura. Essa, pur essendo stata contaminata nel corso dei secoli da altre lingue e culture ha poi mantenuto ben radicate le proprie origini così come un albero secolare, che mantiene la sua struttura rigida e sicura. E' da questa figura che prendono poi ispirazioni gli abiti, che diventano la rappresentazione del concetto di eternità della parola. Il viaggio che viene raccontato attraverso una ricerca che prende forma nei capi, inizia dalla Grecia ellenica e continua fino ai giorni nostri e si arricchisce e si mescola attraverso l'arte della poesia e della musica evolvendosi e delineandosi mediante ogni mezzo di comunicazione.















Università  
degli Studi  
della Campania  
*Luigi Vanvitelli*

Scuola Politecnica e  
delle Scienze di Base  
*Dipartimento di Architettura e  
Disegno Industriale*



Ministero  
dei beni e delle  
attività culturali  
e del turismo  
Polo museale della Campania

Tutte le foto sono state scattate nel sito archeologico di Santa Maria Capua Vetere (CE) - Anfiteatro Campano.  
Si ringrazia pertanto:  
il Direttore del museo dell'antica Capua del Mitreo e dell'Anfiteatro Campano Dott.ssa Ida Gennarelli  
e



Ministero  
dei beni e delle  
attività culturali  
e del turismo  
Polo museale della Campania

POLO MUSEALE DELLA CAMPANIA  
Castel Sant'Elmo - Via Tito Angelini, 22 - 80129 Napoli  
Email: [pm-cam@beniculturali.it](mailto:pm-cam@beniculturali.it) - PEC: [mbac-pm-cam@mailcert.beniculturali.it](mailto:mbac-pm-cam@mailcert.beniculturali.it)  
Contatti telefonici Uffici e Luoghi della Cultura del Polo >>  
Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP) : 0039.081.2294415 - 0039.081.2294470  
Email: [pm-cam.urp.edu@beniculturali.it](mailto:pm-cam.urp.edu@beniculturali.it)