

DAVID BOWIE È

A CURA DI VICTORIA BROACKES E GEOFFREY MARSH - RIZZOLI, PP. 320, € 40.00

Bowie: icona di stile



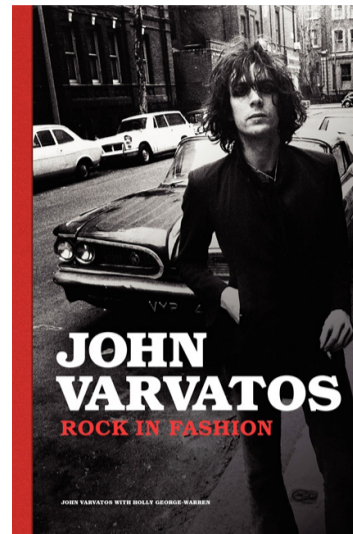
Foto pubblicitaria di David Bowie per Diamond Dogs, 1974 - Terry O'Neill - V&A: E.315-2011

canalizzato l'avanguardia trasformandola in un fenomeno di massa, senza comprometterne la forza sovversiva e liberatoria». Un'inesauribile capacità di coniare nuovi linguaggi, in cui rivivono atmosfere brechtiane care all'ambiente berlinese, unite alla drammaturgia di Marlene Dietrich e al glamour hollywoodiano, fa di Bowie un'icona di stile, punto di riferimento nei diversi ambienti creativi, dalla moda al design, dalla grafica alla musica in ogni suo genere. Il libro che nasce dal percorso che è stato visibile al Victoria & Albert Museum edito da Rizzoli, racchiude diverse testimonianze provenienti dai leggendari archivi di Bowie, abiti iconici e costumi di scena, vinili e estratti video, stesure autografe di brani e disparate memorabilia. Un meraviglioso excursus che attraversa la carriera del Duca Bianco, dagli esordi londinesi all'affermazione con Space Oddity e Ziggy Stardust and the Spiders from Mars, fino a giungere alle influenze sugli esponenti maggiori delle avanguardie artistiche dei nostri tempi. Inoltre a completare il libro-oggetto, inediti contributi tra cui quello di Camille Paglia, Christopher Frayling, Howard Goddall e John Savage.

David Bowie Is. È così che s'intitola la mostra organizzata dal Victoria & Albert Museum di Londra conclusasi nell'agosto di quest'anno, un evento che ha celebrato uno dei più grandi artisti del nostro contemporaneo. Perché un'istituzione come il V&A abbia avuto interesse a organizzare una mostra al di fuori del design lo spiega lo stesso Martin Roth, direttore del museo londinese, che afferma: «Bowie non è solo uno dei grandi musicisti e interpreti dell'ultimo mezzo secolo, ma anche uno dei grandi visionari del design. Un artefice non solo di creazioni memorabili - la copertina di un album, un costume, un taglio di capelli - ma di un particolare Zeitgeist che, pur essendo unicamente suo, si moltiplica nell'immaginario collettivo del pianeta». L'obiettivo è quello di dimostrare quanto la sua immagine e il suo fare abbiano influenzato la cultura in ogni suo aspetto. Innovativo perché ha saputo traghettare riferimenti culturali e visioni artistiche d'epoche passate a una generazione nuova, pronta a catturare il suo messaggio mai ripetitivo e ovvio. Come confermano anche i curatori della mostra "David Bowie Is", Victoria Broackes e Geoffrey Marsh, «...un vigoroso spirito progressista è stato promosso da artisti come Bowie, che hanno



Abito in vinile "Tokio Pop", 1973 Disegnato da Kansai Yamamoto per il tour di Aladdin Sane The David Bowie Archive

BY JOHN VARVATOS, HOLLY GEORGE-WARREN
HARPER DESIGN, PP. 272, \$ 40.10John Varvatos
Rock in Fashion

Una leggendaria antologia che parla di stile in chiave rock&roll. Veicolare la moda attraverso la musica: un'operazione che si può definir implicita se già si è icone del rock&roll, anche se trasporre il proprio carisma psichico in esteti-

co e dettar legge per interi decenni non è certo semplice, e l'attualità lo insegna. Ma ci sono persone, divenute "personaggi" che ancor oggi dimostrano come sia possibile divenire icone di stile per le generazioni future e soprattutto esser fonte d'ispirazione per vincenti moodboard. Dai Rolling Stones ai Kings of Leon, dai Clash ai Led Zeppelin, dai Ramones a David Bowie ritratti da geniali interpreti come Mick Rock, Bob Gruen, Elliott Landy, Danny Clinch, Lynn Goldsmith e altri grandi fotografi tutti racchiusi in una memorabile pubblicazione curata dal designer John Varvatos e dalla giornalista Holly George-Warren. Inoltre una selezione delle migliori campagne pubblicitarie di Varvatos, con artisti come Slash, Iggy Pop, Scott Weiland, e Miles Kane con interessanti interventi del curatore e di musicisti tra cui Mick Jagger, Keith Richards, Iggy Pop, Jack White, Pete Townshend, Robert Plant, Steven Tyler, e Patti Smith.

TONY DI CORCIA - LINDAU, PP. 128, € 16.00

Burberry



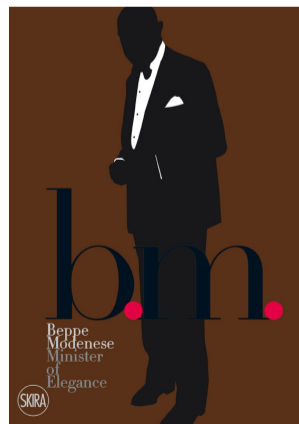
Tutto ha inizio nel lontano 1856 a Basingstoke nell'Hampshire. Un piccolo e variegato emporio in Winchester Street, il classico outfitters shop inglese, vero e proprio punto di riferimento del quotidiano. In pochi anni un nuovo

punto vendita ben più imponente, «T. Burberry & Sons LTD» e una clothing factory in New Street. Una graduale e costante crescita da sempre affiancata alla comunicazione pubblicitaria, un approccio commerciale quasi pionieristico in un'epoca dominata ancora dal daghèrròtipo, consentono a Burberry di imporsi come brand dall'accentuata riconoscibilità. Il motivo a tartan diviene il suo tratto distintivo e il gabardine il materiale prediletto per leggerezza, versatilità e adattabilità al capo utilitaristico. L'esigenza da sempre soddisfatta di unire praticità e utilità all'eleganza Made in England, fanno di Burberry un simbolo dello stile britannico ambito da un eterogeneo pubblico, da avventurieri a divi hollywoodiani, da illustri personaggi regali a gente comune. Un plateale consenso che fin dai suoi esordi rendono Burberry un indiscusso successo commerciale d'importanza storica.

IN BREVE

► B.M. Beppe Modenese.
Ministry of elegance.

Skira, pp. 272, € 49.00



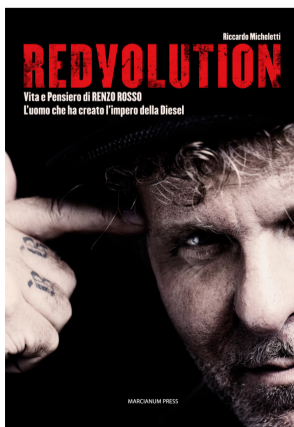
Nel 1983 il Women's Wear Daily lo definì "Italy's Prime Minister of Fashion", definizione usata un anno prima da Adriana Mulassano in suo articolo in cui per definire il ruolo di Beppe Modenese usò l'ormai celebre definizione "Primo

ministro della moda italiana". Un particolare trentennio raccontato attraverso un piacevole racconto autobiografico svelato dal protagonista della moda italiana, arricchito da inediti interventi di personaggi che hanno condiviso quegli anni non solo professionalmente ma intimamente. Una monografia concepita e realizzata da Luca Stoppini, corredata da testi di Roberta Fillipini, Giulia Crivelli, Franca Sozzani, Suzy Menkes, John Fairchild, Cesare Cunaccia, che segna tappe storiche del percorso intrapreso da Modenese in stretta sinergia con il nascente fenomeno del made in Italy.

► REDVOLUTION
Vita e Pensiero di Renzo Rosso
di Riccardo Micheletti
Marcianum Press, pp. 160, € 16.00

Sul finire dei Settanta nasce il marchio Diesel, grazie al "genio del jeans" come definisce Suzy

Menkes sul The New York Times Renzo Rosso. Da allora il brand leader nel campo della moda ha rafforzato la sua immagine attraverso una politica imprenditoriale giocata sul binomio prodotto-comunicazione. Audaci passi che hanno portato il gruppo OTB ad acquisire il controllo di importanti marchi tra



cui Marni, Margiela, Viktor&Rolf, produttore e distributore su licenza di diverse linee di moda come Vivienne Westwood, Dsquared2, Just Cavalli, Marc Jacobs Men. In uscita per la Marcianum Press "Redvolution. Vita e pensiero di Renzo Rosso, l'uomo che ha creato l'impero della Diesel" racchiude il lavoro di ricerca svolto nell'ultimo ventennio dall'autore Riccardo Micheletti incentrato sulla figura di uno tra i più intraprendenti imprenditori del settore. Un racconto che narra la vita di Renzo Rosso dalle origini ad oggi.

► SCARPE DA UOMO.
Guida allo stile
di Bernhard Roetzel
L'ippocampo, pp. 240, € 15.00

Testimone ai pari dell'abito dei cambiamenti sociali, la scarpa status symbol anche nel nostro contemporaneo, ha subito un



graduale mutamento estetico preservando nel tempo l'indiscusso valore funzionale. Dagli antichi calzari alle raffinatissime calzature settecentesche, la moda calzaturiera si è sempre interfacciata con le esigenze del quotidiano, trovando a seconda delle epoche il giusto compromesso tra estetica e praticità. L'alternanza tra stivaletto e scarpa bassa negli anni '20, scompare

nei '30, dove la seconda prenderà il sopravvento. Gli anni '40 mostreranno in Italia disinteresse per le novità straniere a favore dell'implosione autarchica, mentre i '50 con il nascente boom economico vedranno l'affacciarsi di nuove tendenze. Dalla punta arrotondata si arriverà a quella appuntita, passando per i classici generazionali, sandali e clarks tipici dei '70's. L'implosione della cultura al neon negli '80 vedrà come protagonista la calzatura sportiva, rappresentata dalla sneaker, modello che continuerà ad alternarsi ai classici della moda grunge dei '90. Una caleidoscopica panoramica sulla calzatura maschile racchiusa in una sintetica e concisa pubblicazione.

I libri recensiti sono consultabili presso
Biblioteca della Moda,
Via Alessandria 8 - Milano
www.bibliotecadellamoda.it