



laboratorio dell'immaginario

issn 1826-6118

rivista elettronica

[http://cav.unibg.it/elephant\\_castle](http://cav.unibg.it/elephant_castle)

LINEE DELLA MODA E STILE DELLE ARTI

a cura di Elisabetta De Toni

giugno 2017

CAV - Centro Arti Visive  
Università degli Studi di Bergamo

ELIO GRAZIOLI

## La fotografia di moda di Davide Mosconi

Il 1980 deve essere stato un anno particolare per Davide Mosconi nell'ambito della sua attività di fotografo di moda, tanto che realizza con i ritagli dell'attività degli ultimi tre anni l'unico book professionale di tutta la sua carriera. Anzi, a dire la verità, da artista d'avanguardia qual era, aveva sempre ritenuto il lavoro di fotografo di moda e di pubblicità come un mestiere per guadagnarsi da vivere e finanziare l'attività artistica. Così non aveva fin lì conservato quasi niente di tutto quello che aveva realizzato ormai da più di un decennio. Evidentemente non considerava allo stesso modo i servizi fotografici raccolti quell'anno.

Artista singolare, aveva studiato pianoforte e composizione al conservatorio di Milano diplomandosi nel 1960, poi era andato a studiare fotografia a Londra, al London College of Printing, proprio per imparare una tecnica di cui poter fare un mestiere.<sup>1</sup> Così, mentre in ambito musicale diventa un pianista di free jazz stimato nell'ambiente e non disdegna già sperimentazioni ancor più avanzate di ambito postcageano,<sup>2</sup> nel 1964 viene chiamato come assistente niente meno che da Richard Avedon, portandolo a trasfe-

---

<sup>1</sup> Per i riferimenti biografici vedi Grazioli 2014.

<sup>2</sup> Il riferimento si intende a John Cage, il musicista che ha stravolto il modo di intendere la musica e tutte le sue componenti, il suono, il rumore, il silenzio, la strumentazione, la scrittura, l'esecuzione.

rirsi per qualche anno a New York.

Tornato a Milano apre un'agenzia propria, lavora per riviste varie e realizza campagne pubblicitarie di generi differenti. Intanto però frequenta il mondo della contestazione, dell'antidesign, dell'avanguardia musicale e della performance artistica, da Ugo La Pietra, per cui e con cui realizza dei video, a Giulio Confalonieri, all'ambiente di Milano Poesia. Fin dall'inizio dunque Mosconi sembra avere due anime, una avanguardista e l'altra professionale, che all'inizio sente separate e in conflitto, poi va di mano chiarendosi e di cui cerca di trovare una soluzione personale. Passerà per diverse soluzioni, naturalmente anche reagendo all'aria dei tempi, ma con una sua originalità che alla fine pare convincente perché oltre che estetica è esistenziale.

Nel 1969 apre lo studio fotografico "Studio X", con il quale realizza negli anni seguenti campagne per Fiat, Olivetti, Cassina, Campari, Sip, Rinascente e altri. Per citarne qualcuna di quelle famose, ricordiamo Brancamenta (1973) con il bicchiere di ghiaccio dalla forma sgrezzata che allude per lui all'antidesign e alle ricerche sugli oggetti e il loro rapporto con il corpo – qui il freddo che rende impugnabile con difficoltà il detto bicchiere – che sta portando avanti in ambito artistico; o la campagna della Sip (1978) con il celebre slogan "Il telefono, la tua voce", per cui realizza fotografie di persone che telefonano negli ambienti più disparati, quasi un catalogo programmatico di ogni possibilità di uso e contestualizzazione dello strumento.

Negli anni settanta si dedica molto alla musica sperimentale e alla performance, ma matura anche le sue prime opere fotografiche. Ciò che hanno in comune questi tre filoni della sua attività artistica, queste tre pratiche di tecniche diverse è l'analisi del corpo come mezzo – diciamo pure come *medium*, nell'accezione ormai acquisita come ciò da cui derivano le regole peculiari di una pratica,<sup>3</sup> nonché nel senso di ciò che unifica le tre diverse tecni-

<sup>3</sup> Si veda in particolare la definizione e la discussione ricostruita da Krauss 2011.

che e linguaggi qui in gioco – di azione sul reale e nel reale, a partire dalla sua fenomenologia fino al suo rapporto con gli strumenti dell'agire. Poiché questo sarà il presupposto anche per la sua fotografia di moda che andremo a vedere, occorrerà soffermarci almeno brevemente.

Il corpo era già stato, naturalmente, oggetto privilegiato nelle pratiche artistiche catalogate sotto la denominazione generale di Body Art dagli inizi degli anni sessanta, così come, in altro senso, nelle performance e negli happening di ogni genere dello stesso periodo. Ma nel primo caso esso era per così dire il medium del "teatro della crudeltà" che faceva del corpo lo strumento e l'oggetto di un'esperienza primordiale, diretta e sfuggente alle categorie estetiche formalizzate, mentre nei secondi casi era strumento di un'azione che era diventata essa stessa forma d'arte.

L'esperienza di Mosconi si inseriva in un contesto posteriore e diverso: in particolare, come già accennato, in quello dell'antidesign, che dunque vedeva il rapporto del corpo con l'oggetto come un rapporto problematico, non basato sulla funzionalità, ma invece sulla complessità di cui il corpo è portatore, non solo con i suoi bisogni ma anche con i suoi moti e desideri, tanto da esasperarlo negli esiti più radicali con l'inclusione della distruzione come fase necessaria per la ridefinizione dell'oggetto o con l'idea dell'oggetto come ostacolo, o piuttosto come *contrainte*, che limita o costringe i movimenti del corpo. Le motivazioni sono anche e, per certi aspetti, soprattutto politiche. Scandisce il dépliant di introduzione alla mostra *Italy: The New Domestic Landscape* che presentava il design italiano al Museum of Modern Art di New York nel 1972, e in cui Mosconi era presente con un video:

[...] alcuni di questi ambienti illustrano il punto di vista di questi designer italiani che hanno adottato un approccio anti-design basato sulla loro idea che i problemi fondamentali del vivere moderno sono di ordine sociale e politico almeno tanto quanto formale.



Fig. 1  
Davide Mosconi, *Quartetto*, 1974.

Una delle convinzioni era che il politico è indissociabile dal personale.

Ma Mosconi, pur collaborando con gli autori di quell'ambiente, così come a quello di tendenza Fluxus che ruota intorno a Milano Poesia, non è tanto interessato alle posizioni politiche quanto a

quelle estetiche. Così porta anti-design e Fluxus dentro la propria musica. Ne sono esempi eccellenti il *Quartetto* da un lato e *Grande Accordo Monocromatico* dall'altro. Il primo, del 1974 [Fig. 1], vede quattro strumentisti integrati ai loro strumenti o impediti ad utilizzarli perché gli uni o gli altri sono racchiusi in una struttura che li blocca, come il pianista in una sorta di bara-teca nera davanti al pianoforte, o l'arpista inglobato insieme alla sua arpa in un'unica maglia di lana viola che li avvolge completamente. Il secondo, *Grande Accordo Monocromatico*, del 1976, consiste in uno strumento che è sì di impedimento ma che al tempo stesso permette di fare ciò che non si potrebbe senza di esso: si tratta infatti di una tavola di legno lunga quanto la tastiera di un pianoforte, che va posata e poi premuta con forza sulla tastiera in modo da suonare tutte le note. Il fatto è che, in un caso come nell'altro, Mosconi mira a una musica "altra", diversa sotto tutti gli aspetti.

Nello stesso anno di *Quartetto* il gruppo a cui Mosconi partecipa maggiormente prende il nome di Global Tools e mette appunto il corpo al centro delle sue riflessioni per un'idea "globale" di design:

Il corpo umano analizzato prima della definizione di fini funzionali, prima dell'azione di filtri della cultura, prima della costrizione dentro la rigidità dei sistemi. [...] L'indagine può cominciare con un "inventario del corpo umano" [...]. Si pensa ad una classificazione generale sulle caratteristiche, sull'uso e sulle attività del corpo, tramite un catalogo visivo, un rilevamento senza fine dell'attività fisica diretta del corpo stesso. L'inventario del corpo può portare ad una presa di coscienza del corpo come oggetto, nella sua duplice realtà fisica e mentale (Dalisi, Mendini, Mosconi, Raggi, Pesce 1975).

È il programma che Mosconi ha fatto proprio anche nel suo lavoro personale. Lo mostrano dei veri e propri "inventari" quali sono il lightbox *Questioni di pelle*, del 1973 [Fig. 2], e *Autoritratto* dell'anno seguente, composti entrambi da fotografie di dettagli di un cor-



Fig. 2  
Davide Mosconi, *Questione di pelle*, 1973, lightbox.

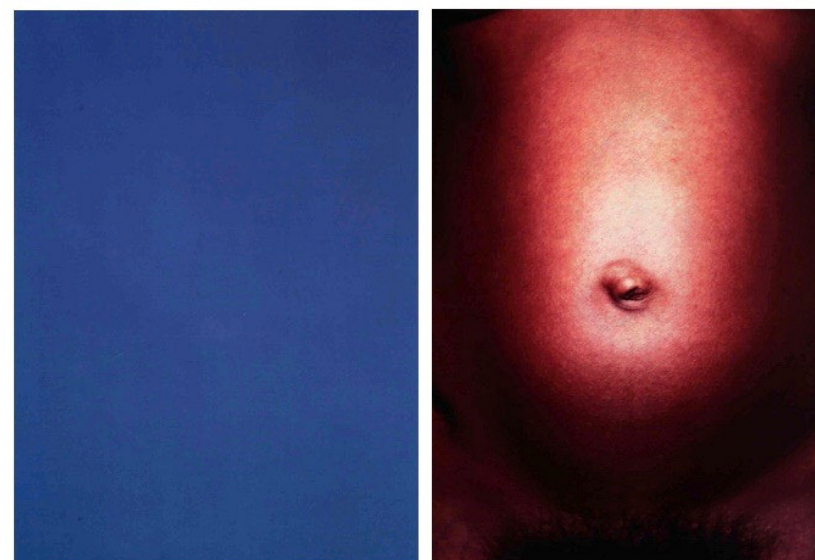


Fig. 3  
Davide Mosconi, *Dittico*, 1974, fotografie a colori.

po, e d'altro canto altre opere come quella per la mostra alla galleria Primopiano di Torino, sempre nel 1974, che il catalogo definisce "Rilevamento di 30 punti di vista all'interno di uno spazio adibito a galleria d'arte", o la serie *Giro del mondo*, sempre basata sul punto di vista determinato dalla posizione.

Ma c'è di più, qualcosa che forse solo l'arte fa proprio, ovvero che anche l'immagine ha un suo "corpo". Lo si capisce già dall'uso della Polaroid nelle opere appena citate, perché la Polaroid pare avere un legame immediato con il corpo che ritrae, quasi identificandosi con la "pelle". Così, più direttamente, sempre nel 1974 Mosconi realizza due *Dittici* [Fig. 3] che vedono da una parte un dettaglio di corpo, un ventre di donna incinta, di profilo in un caso e di fronte nell'altro, e dall'altra parte un cielo, ovvero una immagine tutta azzurra. Dunque l'immagine è a sua volta un corpo ed è "incinta". Infine, ancora più esplicitamente, e con una invenzione che ritroveremo fra poco, già nel 1973 ha realizzato delle diapositive, sempre con i due temi del ritratto e del cielo ma separati, che poi ha bu-





Fig. 4  
Davide Mosconi, *Cielo bucato*, 1973, diapositiva a colori.

cato, materialmente, per stamparle infine con tanto di buco [Fig. 4].

Con queste e altre opere, dopo la metà degli anni settanta Mosconi intensifica la propria attività espositiva in mostre sia personali che collettive, in cui si ritrova in contesti artistici di punta che lo convincono di avere intrapreso una strada riconosciuta. La fama raggiunta d'altro canto anche in ambito professionale con commesse e campagne come quelle già ricordate gli danno evidentemente la sicurezza di sentirsi maturo e la spinta per osare proposte più audaci anche in questo ambito, in quello della moda in particolare.

A questo punto, cioè, Mosconi travasa nella fotografia per la moda quanto ha inventato in quella d'arte. Il travaso qui però non è un'operazione scontata di applicazione di uno stile né una rivendi-

cazione di un rango estetico per la fotografia professionale. Evidentemente il corpo è l'argomento comune, o almeno il ponte diretto tra i due ambiti, quindi Mosconi si sente in grado di dire qualcosa di suo nell'ambito della fotografia di moda: il rapporto tra corpo e abito, e accessori, non sarà dato per scontato, ma giocato perlomeno dialetticamente, quando non rovesciato. Anzi, Claudio Marra sintetizza proprio gli anni settanta con una formula che mette al centro questo rapporto nella fotografia di moda, ovvero quello che chiama il passaggio dal "corpo vestito" al "vestito corporeizzato" (Marra 2004: 149-153). La "rivoluzione sessuale" ha liberato e riscattato il corpo dalle mortificazioni e dai tabù, portando da un abito che lo mascherava a uno che lo esalta; l'affermazione del prêt-à-porter privilegia un corpo che agisce, si muove, si comporta; infine la stessa fotografia contribuisce al riscatto del corpo, recuperando non solo l'aspetto malizioso e provocatorio dell'erotismo ma anche quello vissuto e trasgressivo. I campioni internazionali di tale "passaggio" sono per lui Guy Bourdin, Deborah Turbeville, Sarah Moon e Helmut Newton, niente o poco a che vedere con quanto ci riguarda. Mosconi, ricordiamolo, ha introiettato piuttosto l'impronta di Avedon e le proprie ricerche artistiche lo hanno portato in altra direzione.

D'altro canto, dicevamo, in ogni caso non sono stati e non erano allora molti, specie in Italia, che azzardassero il travaso di cui sopra, tanto più in modi aggiornati e audaci. Uno almeno va citato, perché da lui Mosconi imparò sicuramente molto, ovvero Ugo Mulas. Anche Mulas infatti, da sempre attentissimo agli sviluppi in diretta dell'arte contemporanea, già nella seconda metà degli anni sessanta aveva portato stilemi perfino di arte concettuale nella fotografia di moda (Grazioli 2010: 109-118, 157-162), portandola fuori dagli schemi più seguiti del neorealismo, della Nuova Visione o soprattutto del cinema. Anche la Pop Art si era fatta sentire, specie con Giovanni Gastel e Oliviero Toscani, che nel 1973 aveva firmato il famoso scandalo dei jeans Jesus. Poi dal boom si passa alla crisi

economica, alla pesantezza della situazione politica e al piombo del terrorismo. La moda ne risente, rispecchia tale cambiamento così macroscopico? In parte sì – è il periodo del punk (D'Amato 2007: 175-185) –, ma, interessa qui ricordare, la moda ha comunque altri modi, altro ruolo, altri interessi e altro pubblico. L'imperativo dell'eleganza e quello dell'immaginario la costringono ad essere comunque sempre un po' fuori dai giochi più duri e più foschi, nonché da quelli più formalmente e intellettualmente impegnati e impegnativi. D'altro canto però questo ne fa anche un modello di possibile equilibrio che a Mosconi interessa in modo particolare, un equilibrio singolare, basato sull'eccentricità, l'originalità, il dettaglio che esce dalla regola e identifica un carattere e una libertà non rivendicata ma data per acquisita, per naturale, una disinvoltura in qualsiasi contesto e circostanza. Se fosse evidente o addirittura un poco ostentato lo si chiamerebbe dandysmo; Mosconi non lo disdegna, ma lo coniuga diremmo quasi "all'italiana", ovvero immergendolo nell'ironia di chi è consapevole della sua inutilità ma spera anche che essa lo salvi.

Certo, ci vogliono anche dei committenti illuminati, e degli art director sintonizzati. Mosconi li trova e nascono i servizi di quella fine anni settanta, in un crescendo di invenzione e audacia formale. Partiamo da "Gioielli al posto di vestiti", per un numero di *Vogue Italia* del 1978 che vede ben tre interventi di Mosconi [Fig. 5]. Una giovane nuda carponi – "come una scultura di Allen Jones", dice il testo di accompagnamento, recuperando un riferimento e un'atmosfera pop – fa praticamente da espositore, da "vetrina vivente", per dei gioielli disposti sul suo corpo. "Prendere alla lettera i suggerimenti che predicano una 'moda nuda', rinunciare a tutto per adornarsi soltanto di monili, come le donne di certe tribù africane" – dice ancora il testo, recuperando un altro rimando che sta a cuore a Mosconi, che in quegli anni ha introdotto spunti africani nella sua attività musicale col suo gruppo jazz. – "Potrebbe sembrare una gag, ma nelle nostre estati impudiche non rimane ormai



Fig. 5  
Davide Mosconi, "Gioielli al posto dei vestiti", *Vogue Italia*, 1978.

solo il posto per qualche gioiello scintillante?" Ecco cosa fa Mosconi della libertà sessuale, "impudica", e dell'immaginario pubblicitario: "prende alla lettera"! Il corpo "preso alla lettera" da esposto diventa espositore, i gioielli da accessori diventano abito. Il tutto in uno stile che, pur attenendosi all'impianto tradizionale, lo prende a sua volta alla lettera, esponendolo, esponendone cioè da un lato il pensiero nascosto della pubblicità e della moda, quello che non osano e non potrebbero dire esplicitamente, cioè che il corpo è un pretesto per esporre la merce, dall'altro lato però inserendolo nella sua ricerca artistica in cui il corpo è il vero oggetto della riflessione.

Il secondo servizio vede tre giovani visitatrici di una piuttosto improbabile astrologa: "Pomeriggio dall'astrologa" [Figg. 6-8]. Mosconi scherza sul contrasto, quasi d'atmosfera fiabesca, tra vecchia e giovane e sugli stereotipi femminili: ognuna delle tre giovani ne rappresenta uno, la hippy chic, la ragazzina smaliziata e la giovane si-



Figg. 6-8  
 Davide Mosconi,  
 "Pomeriggio dall'astrologa", *Vogue Italia*, 1978.

gnora bene. Ma Mosconi è d'altro canto ben lontano dal considerare l'astrologia una pura superstizione e ne ricorda invece, accompagnando il servizio con un articolato testo di "Appunti di astrologia e astrofisica", il valore antropologico, l'antichità e anche l'attualità.

Il terzo presenta collane al collo delle "fidanzate d'Italia", le presentatrici della televisione, in pagine che vedono ciascuna una fotografia presa dallo schermo e una nuova ma simile, sempre anch'essa a mezzobusto, con la collana da pubblicizzare. Il senso sta proprio nell'accostamento, che, ancora una volta, pare ovvio e invece introduce una differenza. Dichiara il breve testo di presentazione: "Visi consueti che ci accompagnano da anni, con voci e sorrisi che il tempo non sembra nemmeno appannare" – dunque la fotografia presa al contrario, non per mostrare i cambiamenti che inevitabilmente il tempo comporta, non per l'"è stato", come ormai si usa dire dall'espressione di Roland Barthes, ma all'opposto, per dire che alcuni vi si sottraggono. Chi? Prosegue il testo: "Modelli di femminilità tradizionale insensibili a scossoni e mutamenti". Dunque i "modelli" – che richiamano quelli del secondo servizio. Non è una delle essenze pretese dalla moda? Non seguire, bensì sentirsi "modelli", e al di là del trascorrere del tempo. Mosconi, sottolineiamo, lo dice rovesciando il senso della fotografia.

L'anno seguente, 1979, inizia a collaborare con Bloom. Con Bloom tutto diventa possibile, rompendo le regole più tradizionali della pubblicità di moda, importando direttamente le invenzioni dell'arte contemporanea, le proprie innanzitutto. Si inizia su *Harpers* (aprile 1979) con una nuova riflessione sul tempo, questa volta simbolicamente rappresentato dalla ragnatela, che qui avvolge completamente le due modelle, compresi gli strumenti musicali che stanno suonando – con richiamo dunque alla sua opera *Quartetto* già descritta e con variante che sarà ripresa tale e quale nel 1984 nell'opera *Corpo avvolto*, quindi anticipata dalla foto in causa. Ragnatela-abito dunque, tempo-abito, in contrasto con l'abito che





Fig. 9  
Davide Mosconi, pubblicità per Bloom, *Harpers*, 1979.

si presenta al di là del tempo: le modelle infatti stanno suonando l'una e cantando l'altra. Ma il parossismo di questa ragnatela colorata di surreale la scena: quale ragno impazzito ha potuto avvolgere tutto questo? E come si può suonare e cantare come se niente fosse [Fig. 9]?

Il tempo è il tema, il tempo è la chiave, ovvero due tempi in contrasto e in convivenza. Così il servizio seguente, su *Linea italiana* (n. 100, 1979) [Fig. 10], vede le modelle in stanze di un palazzo antico tutto stucchi, affreschi, specchi, grandi lampadari. La particolarità è dovuta al trattamento delle immagini che sono tagliate a fasce come in uno specchio rotto: l'immagine è dunque spezzata, le figure deformate, e così gli abiti. La deformazione però sembra far guadagnare in eleganza invece che stravolgerla. Lo stratagemma dello specchio allora, mentre raffigura la spaccatura temporale, introduce, evidenzia e accentua quello che è il lato narcisistico del vestire: lo sguardo in macchina delle modelle diventa uno sguardo allo specchio, la bellezza come innamoramento.

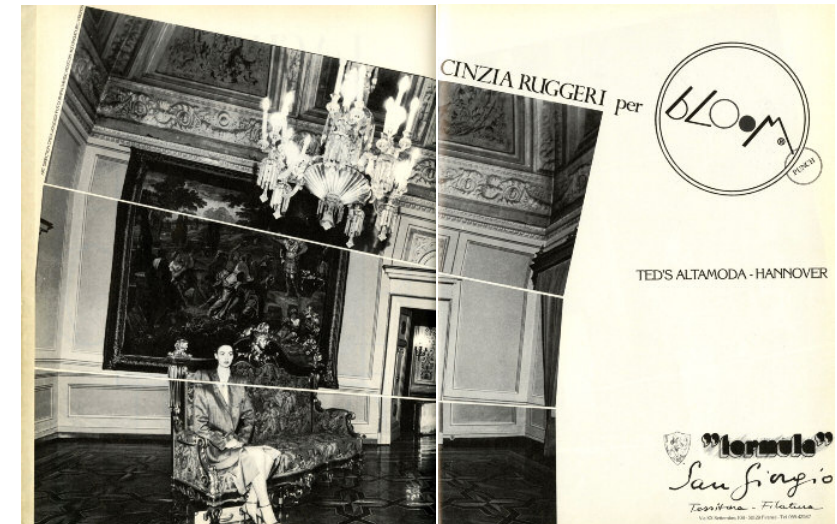


Fig. 10  
Davide Mosconi, pubblicità per Bloom, *Linea italiana*, 1979.

Con la stessa impostazione, sempre per Bloom, su un numero di quell'anno di *Linea italiana Uomo* riprende ma diversamente l'effetto taglio [Fig. 11-13]. Ora l'immagine è divisa in due, la parte di sinistra è trattata in un bianco e nero molto chiaro, come fosse illuminata da un fascio di luce che infatti il personaggio che sta nella parte destra, che è a colori, sembra guardare stupito nelle prime due immagini. Nella parte in bianco e nero c'è un uomo seduto comodamente e immobile su un divano. La serie di immagini costruisce una vera e propria sequenza, un breve racconto: è l'uomo di destra a muoversi, prima guarda in basso, poi in alto, da dove pare venire la luce, poi prende uno strano strumento e lo maneggia in diversi modi. Ogni volta lui ha un abito diverso, ogni volta il fascio di luce cambia di un poco, finché nella penultima immagine il fascio da verticale diventa orizzontale, sembra passare dietro al tavolino in primo piano, e ora avvolge anche la figura di destra, e infine nell'ultima immagine scompare, tutto diventa a colori, il divano cambia – ora è la oggi famosa, allora recentissima *Kandissi* di



Figg. 11-13  
Davide Mosconi, pubblicità per  
Bloom, *Linea italiana*, 1979.

Alessandro Mendini-Alchimia –, l'uomo che vi era seduto si copre il volto con le mani, mentre l'altro, che ha posato lo strano aggeg- gio, si è seduto accanto a lui. Che cosa è successo? La scena è di- ventata tutta di "oggi", un'unica temporalità ha prevalso e questo ha creato le reazioni dei due personaggi, forse rispecchiando la



Figg. 14-17  
Davide Mosconi, pubblicità per Bloom, *Vogue Italia*, 1979.

nostra, o almeno quella di molta parte del pubblico di allora, di quella pubblicità.

Ancora per Bloom, su *Vogue Italia*, nuova variante [Fig. 14-17], per niente scontata né di routine. Specchi o collage? Impossibile stabili- rlo per alcune immagini, più evidente in altre, i due si equivalgono



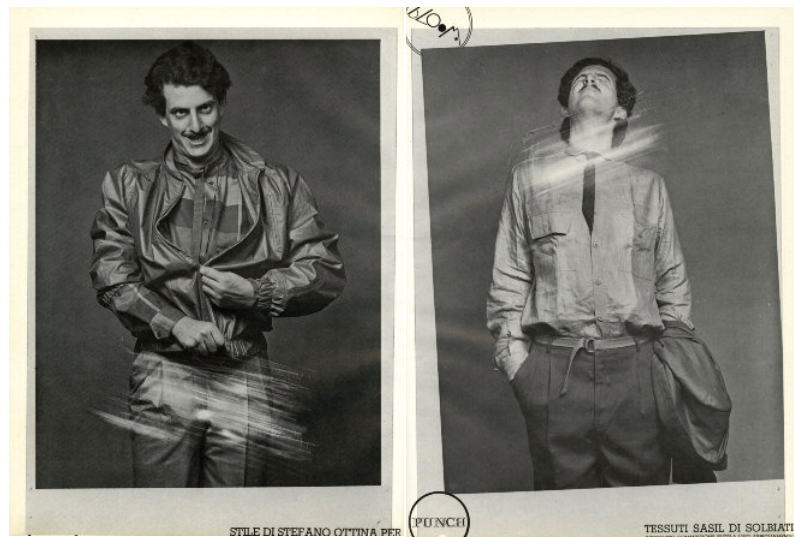
e grazie a loro qualcosa si svela o rivela, anche letteralmente. Lo spazio innanzitutto, scelto già complesso di suo: rientranze, pilastri, battiscopa, pavimento specchiante confondono l'orientamento, la chiarezza dei riferimenti e tutto si spezza e forma un'altra unità fatta di riflessi e discontinuità, come un'opera cubista che assomma punti di vista diversi e mostra non solo parti altrimenti nascoste ma anche un'altra visione, mentale oltre che retinica. Poi specchi veri, ma mai dichiarati: nella prima immagine, in cui è evidente che si tratta di uno specchio, la modella ha però le mani come se ne tenesse un altro che in realtà non c'è. Le immagini vanno a coppie: nella prima la modella è tutta vestita, nella seconda, in questo primo caso dentro lo specchio, l'immagine è tagliata e mostra il lato sinistro della modella nudo, come fosse il sotto dell'abito. Nel secondo caso, nella prima immagine la modella è inquadrata nella forma del pilastro e del suo riflesso sul pavimento, mentre uno specchio reale, con una cornice del tutto simile al battiscopa, sta dietro il pilastro, nascosto per tre quarti; quest'ultimo però non quadra con la sua posizione rispetto al pilastro e inoltre riflette una silhouette di uomo con cappello – certamente un rimando a René Magritte, come del resto tutti questi giochi di spazi – mentre il battiscopa continua nello specchio come se fosse trasparente, ma non corrisponde al battiscopa al di là del pilastro, più sottile e dunque più lontano. Nella sua immagine gemella il taglio che mostra parte del corpo nudo della modella questa volta sembra un taglio dell'abito – e d'altro canto la parte nuda conserva le scarpe. Nella terza coppia di immagini, nella seconda immagine la parte nuda stavolta è quella sotto, cioè il taglio è orizzontale invece che verticale, ma è spostata rispetto alla parte vestita, mentre lo spazio della stanza è ricostruito quasi perfettamente integro. Ultima variazione, ultima coppia di immagini: la modella – che qui mostra in modo più lampante di atteggiarsi a manichino, confondendo dunque anche i livelli del vivente e dell'inanimato – è ritratta in uno spazio senza manipolazioni, ma la seconda immagine, che riprende lo stesso gioco di tagli della prima, è però speculare. Magruttiana, dicevamo, la serie opera in particolare sul rapporto



Figg. 18-19

Davide Mosconi, "Per chi non ama la moda incollata addosso", *Vogue Italia*, 1979.

tra sopra e sotto, perché è il rapporto tra abito e corpo, a riprova che a Mosconi prima di tutto è questo che interessa: l'abito è un "tool", che va inteso come "global", in un mondo diventato complesso. Il rimando a Magritte cioè non è dell'ordine del "Questo non è una pipa" – "Questo non è un abito", ma di quello della pluridimensionalità del mondo e della percezione, di una surrealtà intrinseca alla realtà stessa: l'abito e il corpo sono in un rapporto multidimensionale, più che o al di là del reale. Allora anche l'apparentemente più tradizionale servizio, anche se birichino, giocato sulla scompostezza e sull'accidente, apparso nello stesso periodo sempre su *Vogue Italia* riacquista la stessa complessità. Lo si deduce in effetti fin nel titolo, come sempre a duplice senso: "Per chi non ama la moda incollata addosso" [Figg. 18-19], cioè sia l'abito che la moda "incollati" addosso. E infatti il servizio raffigura delle modelle in balia di raffiche di vento che scom-



Figg. 20-21

Davide Mosconi, pubblicità per Bloom, *L'Uomo Vogue*, 1979.

pongono i vestiti – li decostruiscono anche? –, li sollevano e li aprono, scoprendo il “sotto” in un altro modo rispetto al servizio precedente, scompigliano capigliature, cappelli, foulard e ombrelli. Il vento è l'accidente, è l'elemento naturale<sup>4</sup> che introduce il caso, altro tema caro al Mosconi artista.

Il servizio che chiude il book del 1978-79 è il più radicale e “artistico”, cioè direttamente cooptato dall'attività artistica di Mosconi, ma non nella raffigurazione, come nelle modelle avvolte da ragnatele, ma più propriamente nella forma. Si tratta di un servizio per Punch su *L'Uomo Vogue* [Figg. 20-23], presentato letteralmente co-

<sup>4</sup> L'interesse di Mosconi per gli elementi naturali in generale e per l'aria e il vento in particolare sono altri filoni ricchi di svolgimenti della sua attività sia artistica che pubblicitaria. Nello stesso 1979 ha realizzato due servizi per *Linea italiana*, uno dedicato ai quattro elementi, terra, aria, fuoco, acqua, per quattro tipi di scarpe, l'altro intitolato “A fior d'acqua a fior di pelle” con dei gioielli su una nuotatrice. In ambito artistico Mosconi svilupperà nei modi più diversi l'idea del vento, dal suo rumore alla sua azione su strumenti costruiti apposta per essere agiti da esso. Infine le serie dei *Cieli* e dei *Drawing Air* saranno tra le sue opere più importanti degli anni novanta. Vedi Grazioli 2014: 93-123.



Figg. 22-23

Davide Mosconi, pubblicità per Bloom, *L'Uomo Vogue*, 1979.

me il sostituto della sfilata per la collezione inverno 1979/80. E in effetti composto da una sequenza di otto scatti che ritraggono un unico modello in atteggiamenti diversi, come dei momenti di un'unica “sfilata”. Così l'enfasi sui gesti e le posizioni sono la sottolineatura del carattere istantaneo degli scatti – come già nel servizio appena visto, cosicché l'istantaneità va per Mosconi insieme al caso, è la sua cattura, la sua presa in carica, tema che diventerà dominante nei decenni seguenti – anche se il modello cambia d'abito in ogni scatto, rilanciando la questione del rapporto tra continuità e discontinuità, tra prima e dopo, dunque di un tempo che non corrisponde all'“è stato” che attribuiamo automaticamente all'istantaneità fotografica. I gesti sono volutamente ironici, giocosi, inconsueti, a volte irriverenti, non veramente identificabili, non interpretabili univocamente, insomma piuttosto fuori dalle regole della posa, delle consuetudini della fotografia di moda. Tutte ostentatamente in bianco e nero, improvvisamente la sesta, e solo quella, è a colori. Ma infine la cosa del tutto nuova è che tutte le immagini sono vistosamente bucate, strappate o graffiate, come ave-



va fatto in ambito artistico nelle opere già ricordate del 1973. Bucate, strappate, graffiate sono le immagini, evidentemente, non il modello o qualcosa di ciò che è rappresentato. Ma che cosa significa: le immagini? Il supporto delle immagini – il *picture*, come distingue la lingua inglese – o l'*image* stessa? Il supporto, certo, ma non quello attuale, la pagina della rivista, bensì quello della fotografia d'origine, che essendo poi rifotografata, ritorna magrittianamente a rovesciare l'uno nell'altra. E di nuovo il sopra e il sotto, il corpo e l'abito, il coprire e lo svelare... Perché bucare il *picture* significa comunque bucare, in altro senso – “concettualmente”, fontanamente, da Lucio Fontana –, l'*image*.

Il book si chiude qui, mentre l'attività di Mosconi continua per altri due decenni abbondanti con continue invenzioni che incrociano, come quelle illustrate qui, i vari ambiti di azione. Anzi, con gli anni ottanta e novanta Mosconi affinerà sempre più il suo personale atteggiamento secondo una modalità che a noi sembra perfettamente corrispondente a questo intreccio ricercato e che ha proprio nella moda uno dei perni. Questo intreccio infatti nel caso di Mosconi non è un puro travaso tra ambiti diversi, uno dei quali alto, puro, radicale, spinto, mentre l'altro commerciale, spurio, soggetto ad esigenze extra-artistiche, bensì la ricerca personale di un vero e proprio equilibrio tra tali componenti, di una estetica cioè che non sia slegata dal modo scelto di stare al mondo, in un mondo che non si può più affrontare con le pretese rigoriste dei valori del Modernismo e che al tempo stesso non si può, non si vuole, assecondare nei suoi aspetti più compromessi e inestetici. Questo equilibrio, come già anticipato, ha qualcosa dell'ottocentesco dandyismo aggiornato all'epoca e al contesto attuale. La questione meriterebbe uno studio approfondito, ma qui basti a titolo indicativo l'accenno ad alcuni altri progetti dei decenni seguenti.

Mosconi innanzitutto è uomo elegante, di un'eleganza anche esibita, almeno nel senso che risulta tanto manifestamente inconsueta e controtendenza in un ambiente come quello artistico d'avanguardia che frequenta da risaltare e d'altro canto da necessitare di

Fig. 24  
Davide Mosconi  
con John Cage,  
anni '80.



essere sostenuta. I completi giacca e gilet, il fazzoletto nel taschino, il papillon preferito alla cravatta nelle occasioni pubbliche, i lunghi baffi, la capigliatura curata sono tutti segni distintivi che distinguono – nel duplice senso della parola “distinzione” – Mosconi in quell'ambiente [Fig. 24]. Ma quello di Mosconi non è né un vezzo né una posa. Di nuovo lo si vede nella sua attività di fotografo di moda, in un caso in particolare in cui è più che il fotografo incaricato bensì contribuisce a tutti gli aspetti al progetto. Parliamo del libro *Cravatte e colletti* realizzato con Riccardo Villarosa nel 1984 per Idea Libri, sottotitolato “188 nodi da collo: tecniche, storia, immagini”. Nell'introduzione Mosconi stesso precisa:

Oltre che un'indagine storica, questo libro ha l'ambizione di essere un manuale e una fonte d'ispirazione a disposizione di quanto hanno deciso di continuare a portare la cravatta (Mosconi, Villarosa 1984: 7).



Fig. 25

Dal libro di Davide Mosconi e Riccardo Villarsa, *188 nodi da collo*, 1984.

Il libro dunque è una documentatissima storia di cravatte e colletti, ricca di iconografia storica ma poi tutti rifatti e rifotografati per l'occasione su modelli reali, finché, tocco finale ad effetto e rovesciamento artistico-avanguardistico, l'ultima fotografia del libro vede Mosconi stesso, sorridente, con l'ultimo nodo, non più una cravatta né un papillon, ma un cappio da impiccato! [Fig. 25] Ultimo dunque in duplice senso: "È la cravatta finale e definitiva nella vita di un uomo", dice la didascalia, "anche se costui non ne ha mai portata una. Di solito viene annodata da terzi ed è ben insaponata".<sup>5</sup>

Potrebbe apparire soltanto come una boutade, ma è di fatto il condensato della posizione di Mosconi, il suo "autoritratto". Esso anzi fa idealmente da pendant al suo primo autoritratto in ambito pubblicitario, quello di esordio, di autopubblicità per la sua nuova attività di pubblicitario: il 20 dicembre del 1968 aveva pubblicato

<sup>5</sup> Ivi, p. 166.



Fig. 26

Davide Mosconi, "Cercando 'quella' donna", *Linea italiana*, 1979.

sul *Corriere della sera* una pagina intera con il suo volto sorridente, in giacca e cravatta, e sotto una simulazione di estratto dalle pagine gialle alla voce "Natale" con inserito "Natale Buon di D. Mosconi fotografo", seguito regolarmente da indirizzo e numeri di telefono. Fin dall'inizio dunque Mosconi intendeva l'arte intrecciata al mestiere, alla pubblicità, alla moda, e la faceva, la voleva, in modo sorridente.

Chiudiamo allora con un servizio altamente metaforico del 1980, per *Sette - Corriere della sera* all'insegna di "Moda uomo". Il titolo è come sempre allusivo e apre così alla metafora, la più antica, quella di sempre, quella che vede la donna come metafora (anche) dell'arte: "Cercando 'quella' donna", proprio "quella" [Figg. 26-35]. Dice il testo, partendo con l'usuale strategico rovesciamento: "Oggi anche l'uomo, e non più soltanto la donna, si veste con 'piacere'". Il "piacere" sta qui per il disinteresse, carattere peculiare della ricerca artistica non finalizzata ma mossa da una motivazione inte-



Figg. 27-34

Davide Mosconi, "Cercando 'quella' donna", *Linea italiana*, 1979.

riore. Dunque, continua: "ha scoperto nell'abito, nel suo modo di vestire, un'arma di conquista. Non solo, non tanto conquista del



Fig. 35.

Davide Mosconi, "Cercando 'quella' donna", *Linea italiana*, 1979.

potere, ma soprattutto conquista della donna, quella sognata e quella reale". E più avanti: "Cercando una donna, un sogno [...] l'uomo scopre che l'abito è un linguaggio, un sistema di segni e di segnali per parlare con una donna". Inseguendo un sogno si scopre un linguaggio: e viceversa, viene da dire a noi.

Nelle immagini si racconta, come sempre cambiando di abiti e di scena ad ogni scatto, una storia continua, ambientata a Milano: 1) un uomo, Carlos, guarda una donna su un manifesto pubblicitario, 2) ora è comodamente addormentato sul sedile posteriore di un pulmino, comincia il "sogno", 3) alla Stazione Centrale vede una donna, Gina, "quella" donna, che legge sdraiata su una panchina, 4) la ritrova per caso in una via della città, lei sta scopando l'ingresso di un edificio, fa dunque lavori umili, ma... 5) rieccola invece in elegante abito bianco al ballo delle debuttanti dell'alta società, 6) poi al Museo delle cere al posto di Jacqueline nella scena della famiglia Kennedy, dunque in con-fusione tra realtà e finzione, finché

7) ecco finalmente l'occasione dell'approccio, in un ristorante all'aperto (ma, si noterà, la scena è ripresa dall'interno, attraverso la vetrata, dunque come in vetrina), ed ecco infatti 8) l'incontro appassionato e 9) l'amplesso (ma nell'immagine vediamo lui vestito di tutto punto che guarda lei distesa nuda sul letto, infine 10) "l'inseguitore diventa preda", il conquistatore conquistato, l'artista in balia dell'arte, il sogno ha scoperto il linguaggio, l'intreccio è realizzato.

## BIBLIOGRAFIA

- CASCIANI S. - DI PIETRANTONIO G. (1991), *Design in Italia 1950-1990*, Giancarlo Politi Editore, Milano
- CODELUPPI V. (2008), *Pubblicità*, Zanichelli, Milano.
- DALISI R. - MENDINI A. - MOSCONI D. - RAGGI F. - PESCE G. (1975), "Corpo", in *Global Tools*, n. 1.
- D'AMATO G. (2007), *Moda e design*, Bruno Mondadori, Milano
- GRAZIOLI E. (2010), *Ugo Mulas*, Bruno Mondadori, Milano.
- GRAZIOLI E. (2014), *Davide Mosconi: fotografia, musica, design*, Tip.Le.Co., Milano (in formato ebook su [www.doppiozero.com](http://www.doppiozero.com)).
- KRAUSS R. (2011), *Sotto la tazza blu*, trad. it. Bruno Mondadori, Milano 2011.
- MARRA C. (2004), *Nelle ombre di un sogno. Storia e idee fotografia di moda*, Bruno Mondadori, Milano.
- MORINI E. (2000), *Storia della moda*, Skira, Milano.
- MOSCONI D. - VILLAROSA R. (1984), *Cravatte e colletti*, Idea Libri, Milano.