

# Indice

**Introduzione**, di *Emanuela Mora* pag. 9

## **Parte I – Immaginare**

<b>Autorialità, autenticità e valore: la produzione del consumo entusiastico di moda</b> , di <i>Louise Crewe</i>	»	19
1. Spazio: architettura della moda ed economia delle esperienze	»	23
2. Tempo: <i>fast fashion</i> e vendita al dettaglio itinerante	»	25
3. Veramente pazzamente profondamente: fan deliranti, drogati della conoscenza e coproduzione	»	26
4. Stratificazione, immagazzinamento e sedimentazione: l'abbigliamento usato come deposito di memoria e valore	»	30
5. Conclusioni	»	33
<b>Tagli d'Habitus. Corpi culturali, linguaggi tessili e arte metonimica</b> , di <i>M. Antonietta Trasforini</i>	»	37
Introduzione. Arte e abiti	»	37
1. Arte metonimica e <i>habitus</i>	»	39
2. <i>Flesh Dress</i> : indossare il corpo interno	»	41
3. <i>Made in</i> : sartoria culturale e <i>habitus</i>	»	43
4. <i>Dressed up</i> : il cucito culturale	»	45
5. Conclusione: abiti vuoti e abiti pieni	»	46
<b>Life style magazines: immaginari al maschile</b> , di <i>Letizia Materassi</i>	»	50
1. La stampa periodica maschile: una premessa	»	50
2. Rappresentazioni e stili di vita	»	51
3. Una maschilità patinata	»	53
3.1. <i>Tra new man e new lad</i>	»	56
3.2. <i>Una moda "strabordante"</i>	»	58
3.3. <i>Rimedi veloci per identità brevi</i>	»	59

<b>La moda e la geografia socio-politica del corpo,</b> di <i>Leopoldina Fortunati</i>	pag. 62
Introduzione	» 62
1. Moda, spazio e tempo	» 63
2. Moda e corpo	» 64
3. Conclusioni	» 73
<b>Fra margini e centro: la scrittura dei corpi,</b> di <i>Ambrogia Cereda</i>	» 76
1. Il corpo tatuato: la mappa-pelle della cultura?	» 78
2. Scrivere la mappa corporea: vita quotidiana vs vita eroica	» 82
2.1. <i>La geografia più prossima</i>	» 83
2.2. <i>I corpi altri</i>	» 84
2.3. <i>Trascendere il dualismo</i>	» 85
3. Interpretare la mappa corporea	» 87
<b>Parte II – Produrre</b>	
<b>L'industria della moda e la globalizzazione della cultura,</b> di <i>Diana Crane</i>	» 95
1. Le organizzazioni della moda: dalla <i>haute couture</i> alla moda del lusso, ai brand <i>fashion-oriented</i> e alla <i>fast fashion</i>	» 96
2. La globalizzazione e la cultura della moda globale	» 99
3. Le culture della moda nazionali	» 104
4. Le politiche nazionali e internazionali riguardo alla globalizzazione nelle industrie della moda e dell'abbigliamento	» 108
5. Le conseguenze sociali e ambientali della globalizzazione dell'industria della moda	» 111
6. Conclusioni	» 113
<b>I nodi della moda: dalle reti locali ai mercati internazionali.</b> <b>Le risorse del <i>made in Italy</i>,</b> di <i>Paola Chessa Pietroboni e Flavio Merlo</i>	» 117
1. La rete locale	» 118
2. Il ragionar di filiera	» 119
3. Reti locali, problemi globali	» 126
<b>Copiare, imitare, ispirarsi. Geografia e creatività nella moda,</b> di <i>Simona Segre Reinach</i>	» 129

### Parte III – Vendere

<b>Culture vestimentarie globali? Giovani, genere e abbigliamento di seconda mano a Lusaka, Zambia,</b> di <i>Karen Tranberg Hansen</i>	pag. 147
1. I mercati di abbigliamento di seconda mano in Zambia	» 150
2. La competenza in fatto di abbigliamento	» 153
3. L'estetica del completo e l'abbigliamento provocatorio: i dilemmi vestimentari dei giovani uomini	» 154
4. Codici e scelte di abbigliamento: le pratiche vestimentarie delle donne <i>apamwamba</i>	» 157
5. Conclusioni: stare al passo con i tempi e seguire la moda alla maniera zambiana	» 160
 <b>Vestire l'immaginario. Fiorucci e le geo-comunità estetiche,</b> di <i>Luisa Valeriani</i>	» 163
1. Prologo americano	» 163
2. I nuovi soggetti del mondo	» 166
3. L'America dei consumi e l'Europa del pensiero negativo	» 167
4. Le due Italie	» 169
5. La cultura Fiorucci	» 170
6. Avanguardia e industria culturale	» 171
7. Habitus come performance	» 173
8. Consumi multitudinari e geo-comunità estetiche	» 177
9. Conclusioni	» 178
 <b>Monadi esperienziali: terra, acqua, aria, fuoco, etere.</b> <b>Uno studio sulle boutique milanesi e i nuovi trend-setter,</b> di <i>Ada Cattaneo</i>	» 181
1. La rivoluzione copernicana e le monadi esperienziali	» 181
2. La ricerca	» 183
3. Geografie polisensuali del vestire milanese	» 184
3.1. <i>Le dimensioni sensoriale ed emotiva</i>	» 185
3.2. <i>La dimensione emotiva</i>	» 186
4. I nuovi trend setter milanesi e la loro boutique ideale	» 187

## Parte IV – Consumare

<b>I vestiti che mangiano le persone, di <i>Daniel Miller</i></b>	pag. 193
1. In India	» 194
2. A Trinidad	» 196
3. A Londra	» 198
4. Conclusioni	» 204
<b>Pratiche dell’etnico, di <i>Paola Colaiacomo</i></b>	» 206
<b>Moda e programmazione industriale. Gli “influenti” nella moda italiana degli anni Sessanta, di <i>Ivan Paris</i></b>	» 217
1. Da materiale a immateriale. Si inverte la catena di diffusione della moda	» 217
2. Troppe variabili in gioco: dalla pianificazione al coordinamento	» 221
3. La struttura degli “influenti”	» 224
<b>Moda e mutamento culturale nel Giappone contemporaneo, di <i>Roberto Terrosi</i></b>	» 230
<b>Gli autori</b>	» 241