

TOP TO POP. 80S. MODA. POTERE. LUSSO. IRONIA.
BOLOGNA 11 - 12 LUGLIO 2018

A cura degli studenti del Master in Design and Technology for Fashion Communication /
Università di Bologna e Fondazione Fashion Research Italy
**Valentina Dalledonne, Lina Di Stasio, Martina Giurastante, Lucrezia Lodi, Elena Martelli,
Elisabetta Pivetti, Virginia Sabbi, Enrica Sintini**

Direttore Master
Federica Muzzarelli

Responsabile Scientifico area Fashion
Simona Segre Reinach

Responsabile Scientifico area Design
Flaviano Celaschi

Responsabile Scientifico area Technology and Communication
Gustavo Marfia

Coordinamento Scientifico
Sabina Betti, Chiara Pompa

Direttore Artistico
Vittorio Linfante

Progetto allestitivo
Martino Berghinz Studio

Con la collaborazione di
Margherita Cecchini (Responsabile progetto fotografico e immagine), **Claudia D'Angelo** (Re-
sponsabile dell'Archivio FRI), **Gianluigi Di Giangiolamo** (Responsabile didattico), **Pasquale
Fameli** (Responsabile organizzativo), **Francesca Marra** (Social Media Manager), **Maddalena
Mezzadri** (Martino Berghinz Studio), **Elena Morotti** (Responsabile progetto di Realtà Virtuale),
Francesco Verdinelli (Responsabile Digital Fashion Marketing), **Silvia Zanella** (Executive Assis-
tant Responsabile dell'Archivio FRI)

PER MAGGIORI INFORMAZIONI

e-mail | master.fashioncommunication@gmail.com
sito web | www.unibo.it/masterforfashioncommunication
Facebook | [@masterforfashioncommunication.unibo](https://www.facebook.com/@masterforfashioncommunication.unibo)
Instagram | [@master_dtfc](https://www.instagram.com/@master_dtfc)

#TopToPop #MasterDTFC



Con il patrocinio di

In collaborazione con

Sponsor tecnico



DA POTERE LUSSO TOP TO POP 80s
SO TOP TO POP 80s MODA POTERE
DA POTERE LUSSO IRONIA TOP TO P
P TO POP 80s MODA POTERE LUSSO
TERE LUSSO IRONIA TOP TO POP 80
O TOP TO POP 80s MODA POTERE L
TERE LUSSO IRONIA TOP TO POP 80
P 80s MODA POTERE LUSSO IRONIA
30s MODA POTERE LUSSO IRONIA TO
TOP TO POP 80s MODA POTERE LU
DA POTERE LUSSO IRONIA TOP TO P
80s MODA POTERE LUSSO IRONIA TO
LUSSO IRONIA TOP TO POP 80s MO
DA POTERE LUSSO TOP TO POP 80s
LUSSO **TOP TO POP** 80s MODA POT
DA POTERE LUSSO IRONIA TOP TO P
TO POP **80s** MODA POTERE LUSSO I
TERE LUSSO IRONIA TOP TO POP 80
s **MODA** POTERE **LUSSO** IRONIA TO
TERE LUSSO IRONIA TOP TO POP 80
P TO POP 80s MODA **POTERE** LUSSO
LUSSO **IRONIA** TOP TO POP 80s MODA
TOP TO POP 80s MODA POTERE LU
DA POTERE LUSSO IRONIA TOP TO P
80s MODA **BOLOGNA** LUSSO IRONIA
SO IRONIA **11 - 12 LUGLIO 2018** MO
80s MODA POTERE LUSSO IRONIA TO
LUSSO IRONIA TOP TO POP 80s MO

UNO SGUARDO SULL'IMMAGINARIO DEGLI ANNI OTTANTA

Gli anni Ottanta sono stati un'epoca di grandi progressi tecnologici, di ricchezza diffusa e ostentata, d'individualismo e di sfacciato edonismo; sono stati anche sinonimo di una vera e propria dittatura dell'immagine.

All'interno di un panorama storico-sociale internazionale caratterizzato da avvenimenti ad alto impatto simbolico, che hanno aperto e chiuso il decennio, come l'elezione di Margaret Thatcher a primo ministro donna del Regno Unito nel 1979 e la caduta del Muro di Berlino nel 1989, sono cambiate naturalmente anche le tendenze e i costumi, e si sono imposte nuove strategie di comunicazione e consumo. Sono stati anche gli anni del lancio di MTV e dell'esplosione dei videoclip musicali, di bisogni e desideri diversi sempre più orientati a una visione pratica, concreta e utilitaristica della vita.

Tutto questo ha avuto un influsso determinante nel settore della moda al cui interno si è assistito a un'estremizzazione degli stili a partire da uno degli archetipi vestimentario: il tailleur. Dal formale all'informale, dal minimalismo all'eccesso: la mostra si propone di narrare le diverse declinazioni di questo capo-icona, attraverso una selezione di abiti dei maggiori designer di quegli anni: da **Giorgio Armani** a **Thierry Mugler**, da **Gianni Versace** a **Yves Saint Laurent**, a **Chanel**, **Franco Moschino** e **Jean-Paul Gaultier**. Il percorso si articola in tre aree tematiche - **BIZ**, **GLAM** e **POP** - sintesi delle tre anime del decennio: **Potere**, **Lusso** e **Ironia**.

L'esperienza della mostra è arricchita da diverse tecnologie a supporto della narrazione: **QR Code** e **VR** (Realtà Virtuale).

I **QR Code**, a lato degli abiti, permettono di approfondire la conoscenza dei capi esposti e ne consentono una visione a 360°.

La **VR**, con l'ausilio di un visore, proietta il visitatore in un ambiente virtuale, ampliando così l'esperienza della mostra; la narrazione si arricchisce, quindi, mescolando i capi appartenenti agli **Archivi di Ricerca Mazzini**, le stampe e i tessuti del **Fondo Renzo Brandone** della **Fondazione Fashion Research Italy**, con pubblicità e redazionali tratti da riviste dell'epoca, generando continuo stimolo per la creatività contemporanea.

CONCEPT E STRUTTURA DELLA MOSTRA

