

raria con uno studio su testi romanzeschi, scritti da uomini nel XX secolo, che rappresentano ancora una volta il confine tra Galles e Inghilterra, evidenziando come spesso la categoria del genere si leghi a differenze culturali, linguistiche e comportamentali per distinguere gallesi e inglesi.

La terza parte del testo si occupa del ruolo giocato dal genere nella costruzione, il mantenimento o la dissoluzione dei confini interni. Margaret Jacobs apre questa sezione, con un interessante saggio sui confini del sé e del corpo, analizzati attraverso l'esperienza delle donne native americane, i cui corpi e la cui intimità diventano un luogo di colonizzazione da parte delle donne bianche che violano i confini delle loro case e delle loro vite famigliari. Sân Reynolds affronta invece il tema del ruolo che il genere, in particolare quello femminile, ha assunto durante l'unificazione della Gran Bretagna e che viene ad assumere oggi con la rinascita di sentimenti nazionalisti. William Spurlin mostra il pericolo insito nel pensiero dicotomico attraverso un'analisi piuttosto complessa della rappresentazione a livello globale del problema dell'Aids in Africa, proponendo un approccio teorico che vede il confine come il luogo da cui sfidare le narrative egemoniche, attraverso l'abbandono delle opposizioni binarie e l'utilizzo di ibridi culturali. Glenn Jordan e Chris Weedon, infine, presentano uno studio storico sulla zona della Tiger Bay di Cardiff e sulla formazione di confini razziali in quella che prima e durante la seconda guerra mondiale era un'area a forte carattere multietnico; gli autori analizzano il modo in cui la percezione di questi confini era allora e viene tuttora vissuta e negoziata in termini di genere.

La quarta e ultima parte considera l'insegnamento degli studi di confine, proponendo una integrazione di questi con l'approccio di genere, e si compone solo di un saggio, scritto da Jocelyn C. Ahlers e Kimberley Knowles-Yáñez, secondo cui il genere può essere utile per comprendere meglio sia l'esperienza migratoria e di attraversamento del confine, sia la costruzione sociale e culturale di confini.

Il pregio di questo testo è quello di mettere insieme approcci disciplinari diversi e studi molto eterogenei, cosa che contribuisce a chiarire le ragioni per cui vale la pena adottare una prospettiva di genere nell'analisi dei confini. Ciò nonostante molte questioni aperte dai curatori rimangono irrisolte, e non sempre gli intrecci esistenti tra le diverse categorie della differenza risultano chiari nel loro rapporto con il confine. I saggi si chiudono spesso rilanciando nuovi interrogativi di ricerca che portino a un approfondimento maggiore della natura dei confini, siano essi territoriali, simbolici o culturali, e del modo in cui il genere influisce sulla loro costante negoziazione e interpretazione, e di conseguenza sui significati da essi veicolati e sulle identità da essi formate. (ANNA CASAGLIA).

EMANUELA MORA (a cura di), *Geografie della moda*. Milano, Franco Angeli, 245 pp.

Quando si parla di moda in maniera complessa e non superficiale, si fa riferimento allo stesso tempo a complessi circuiti di produzione, di distribuzione, di promozione, e di consumo che coinvolgono tante componenti materiali quante tante componenti intangibili.

Così gli studi sulla moda costituiscono da tempo un campo plasmato da saperi provenienti da professionalità molto varie, mentre il sottoambito che è quello della ricerca accademica prevede – quasi intrinsecamente – un approccio multidisciplinare.

Questa caratteristica si riflette in questa collezione di 15 saggi dove le «geografie» del titolo emergono nella forma di una molteplicità di percorsi di conoscenza percorribili intorno al mondo della moda, in un contesto caratterizzato dalla radicalizzazione della globalizzazione e dalla mutata relazione tra produttori e consumatori che ne ridefinisce pratiche e rappresentazioni.

Più precisamente il volume è la summa degli interventi al convegno *Geografie del Vestire* organizzato nel maggio del 2006 da Modacult – il Centro per lo Studio della moda e della produzione culturale con sede presso l'Università cattolica del Sacro Cuore a Milano. Il centro studi realizza convegni, ricerche e pubblicazioni che da diversi anni favoriscono l'incontro tra i diversi attori che, a titolo diverso e a partire da prospettive diverse, contribuiscono a plasmare il campo della moda contemporanea.

Il volume è organizzato in quattro parti che dovrebbero organizzare tematicamente i saggi incasellandoli in sfere salienti che concorrono a definire il campo della moda. Nella prima, intitolata *Immaginare*, Louise Crewe sottolinea il ruolo e le ambiguità della co-creazione del valore del prodotto moda come effetto della democratizzazione tecnologica contemporanea che consente ai consumatori di partecipare e ristrutturare il mercato; Antonietta Trasforini applica il concetto di *habitus* di Pierre Bourdieu ad alcuni abiti-opere di artiste contemporanee; Letizia Materassi analizza i modelli di mascolinità proposti nei life-style magazine indirizzati al pubblico maschile; Leopoldina Fortunati riflette sul corpo come veicolo di consumo nonché sul significato che epoche e società diverse elaborano sulla relazione tra moda e corpo. Anche Antonio Cereda parte dal corpo, intendendolo come «unità territoriale minima» (p. 66) per dare significati al mondo, e offre diverse interpretazioni in questa prospettiva a partire dal corpo tatuato. La seconda parte, *Produrre*, analizza l'industria della moda come studio di caso al fine di comprendere gli effetti della globalizzazione attraverso il saggio di Diane Crane, e le reti del Made in Italy nel saggio di Pietroboni e Merlo al fine di comprendere il mutato ruolo della localizzazione territoriale che, nel contesto dell'economia globalizzata e del capitalismo avanzato, si delinea come la variabile importante sulla quale fondare un tipo di comunicazione in grado di fare fronte alle nuove regole della competitività internazionale. Nella terza parte, intitolata *Vendere*, Luisa Valeriani interpreta la ricezione dell'estetica promossa da Elio Fiorucci, prima in America e poi in Europa, come «territorio in cui si riconnettono le schizofrenie tra cultura e consumo» (p. 170), mentre Ada Cattaneo parla dei punti vendita delle città contemporanee nei termini di monadi esperienziali. Nell'ultima parte, *Consumare*, Daniel Miller illustra la fragilità della triangolazione tra abiti, self e opinioni; Paola Colaiacono si sposta dalle geografie del vestire, al vestire geografico in relazione alla moda cosiddetta etnica, della quale offre una lettura critica; Ivan Paris illustra i criteri e i risultati delle indagini delle aziende moda che negli anni Sessanta del Novecento hanno iniziato a studiare il proprio pubblico. Nel saggio di chiusura, Roberto Terrosi si sofferma su come le mutazioni culturali abbiano influenzato la moda giapponese, dal carattere invece tradizionalmente chiuso e conservatore.

Come spesso accade alle pubblicazioni post-convegno, i saggi presentati sono particolarmente sintetici, non sufficientemente approfonditi, né sufficientemente editati per farne un prodotto davvero appetibile come contributo scientifico. Questo limite diffuso si applica anche a questa collettanea, tra i quali tuttavia spiccano per completezza, originalità e senso critico i saggi di Simona Segre Reinach e di Karen Tranberg Hansen. Segre Reinach critica alcune forme discorsive relative ai processi creativi, tali per cui «la moda occidentale (o meglio solo i suoi accreditati adepti) cre(a) ed esport(a), mentre tutti gli altri importano, copiano, modificano, contraffanno» (p. 131), o tali per cui Made in Italy ha tante declinazioni quante le forme di produzione adottate dai diversi marchi di moda italiani. Dietro a queste interpretazioni si celano dei meccanismi di potere, sui quali l'autrice chiosa nelle conclusioni riflettendo sul difficile rapporto tra autentico e copia dal punto di vista sia della produzione sia del consumo di moda. I discorsi analizzati producono effetti normativi, che penalizzano (o favoriscono) alcune categorie di produttori e non altre, oppure ridefiniscono la relazione tra «falso» e «vero» attribuibile agli articoli moda in luoghi diversi, facendo del sistema moda un fatto geopolitico. Tranberg Hansen, all'interno della sezione *Vendere*, si occupa a sua volta delle arene politiche e simboliche della moda ripercorrendo il viaggio globale di molto abbigliamento che

uno volta smesso in Occidente trova nuovo valore sia economico sia segnico nei paesi in via di sviluppo. Infatti «gli abiti scartati dell'Occidente diventano moda per i giovani di Lusaka», in Zambia (p. 149). Il consumismo, il *fashion victimism*, la possibilità di attrarre attenzione su di sé tramite il proprio abbigliamento, l'uso distintivo del vestire al fine di dimostrare il proprio status socio-economico, non sono fenomeni solo dei paesi benestanti e secolarizzati che hanno visto nascere il capitalismo. Esistono anche altrove, ma l'interpretazione di queste attitudini assume forme diverse in altri contesti. Così, ad esempio, l'attenzione alla moda, l'ostentazione del proprio investimento sulla scelta del vestiario sono valutati più positivamente, quasi come una dimostrazione del proprio carattere colto, tra i giovani e le donne dello Zambia contemporaneo.

Un altro limite della collettanea risiede nella suddivisione tematica del testo, che rende solo parzialmente giustizia alla complessità del fenomeno moda, stentando a trovare coerenza al proprio interno. È certamente difficile trovare il filo conduttore tra saggi di diverso taglio, argomento e *frame* disciplinare; ma quello che qui colpisce della suddivisione è la poca attenzione all'annosa questione della contaminazione di processi quali *produrre, consumare, distribuire, vendere, acquistare, promuovere* che invece è al centro dei più recenti dibattiti – sia accademici che non – su moda, *retail*, e consumo. I saggi di Segre Reinach e di Tranberg Hansen sono inseriti nella sezione *Produrre e Vendere* rispettivamente. Eppure entrambi, così come altri saggi della collettanea, ci parlano di molto altro: non è forse un *consumo* di oggetti e di segni e alla volta una *produzione* di altrettanti simboli quello che accade attraverso il riuso e la risignificazione di abiti occidentali attivato dai giovani zambiani? E che cosa vuol dire *vendere* oggi, nel contesto in cui l'acquisto stesso è diventato consumo, mentre il vendere è ridefinito dal cosiddetto *e-commerce*? Certo una suddivisione è necessaria in fase di organizzazione e realizzazione di un convegno, ma potrebbe essere stata oggetto di maggiore riflessione nel momento di pubblicazione del testo per farne più che meri Atti di Convegno.

Un valore aggiunto del testo proviene invece dalla possibilità di accesso al pensiero di alcuni autori di capitale importanza per gli studi sulla moda ma che sono solo parzialmente tradotti in Italiano. Non è tanto il caso di Diane Crane, della quale sono stati tradotti due suoi testi che sono vere e proprie pietre miliari nell'ambito degli studi della moda e della sociologia, quali *Questioni di moda* (Franco Angeli, 2004) e *La produzione culturale* (Il Mulino, 1997). Piuttosto è il caso di Louise Crewe (che invece vanta numerose pubblicazioni nell'ambito della geografia economica e culturale), e di Karen Tranberg Hansen (che è antropologa africanista in Arizona). Di Daniel Miller, l'antropologo britannico di fondamentale riferimento per il nuovo filone di studi sulla *consumer culture* sviluppatosi a partire dagli anni '90 del Novecento, in italiano è tradotta la sola *Teoria dello shopping* (Editori Riuniti, 1998) a fronte di una sterminata produzione internazionalmente riconosciuta, che del consumo – inteso come una vera e propria espressione della cultura materiale contemporanea – indaga le sfaccettature più intime e contraddittorie.

Così, pur con i limiti ai quali abbiamo accennato, la collettanea curata da Emanuela Mora può essere un supporto da utilizzare come spunto per ampliare il proprio panorama rispetto alla molteplicità di approcci, temi e sotto-temi attraverso i quali non solo e non tanto interpretare la moda, ma piuttosto attraverso i quali guardare alla moda per interpretare la contemporaneità. Spunti che potranno essere approfonditi successivamente da ciascuno a partire dal proprio interesse tematico e disciplinare. (CHIARA RABBIOSI).

ARMANDO MONTANARI, *Turismo e sistemi di informazione geografica*. Milano, Bruno Mondadori, 2010, 186 pp.

Perché oggi, raggiunti certi ambiziosi traguardi a livello tecnologico, si assiste ad un cambiamento nei comportamenti del turista? Attraverso quali fasi siamo giunti oggi