

FERRÉXCOMTE

ricodificare l'estetica

CdLM Design for the Fashion System

Candidato Michele Ferrara

Relatrice Prof.ssa Federica Vacca

Correlatrice Dott.ssa Greta Rizzi

AA. 2024/25

INDICE

	ABSTRACT	8
	INTRODUZIONE	10
1.	IL LINGUAGGIO FOTOGRAFICO NELLA MODA	
	1.1 Due sistemi semiotici interconnessi: fotografia e moda	14
	1.1.1 Storia della fotografia e dell'editoria di moda	17
	1.1.2 La fotografia di moda come costruzione dell'immagine	37
	1.2 Designer, brand e fotografo: un dialogo creativo	40
	1.2.1 Il fotografo come interprete	51
	1.3 Gianfranco Ferré	58
	1.3.1 Design Principles	61
	1.3.2 Il rapporto designer-fotografo	67
	1.4 Michel Comte	82
	1.4.1 Il linguaggio visivo	85
	1.4.2 Principali lavori	91
2.	DALL'ANALOGICO AL DIGITALE	
	2.1 Evoluzione del processo fotografico	96
	2.2 Workflow classico nella produzione di foto moda	100
	2.2.1 Figure professionali	105
3.	DAL DIGITALE ALL'AI	
	3.1 Workflow contemporaneo nella produzione di immagini moda	112
	3.1.1 Principali categorie di strumenti AI	115
	3.1.2 Esempio di workflow per una campagna moda generata con AI	121
	3.2 Competenze: erosione delle classiche e costruzione delle nuove	128
	3.2.1 Nuove figure professionali	133
	3.2.2 Verso un nuovo equilibrio	137
4.	FERRÉXCOMTE	
	4.1 Il dialogo creativo	142
	4.1.1 Le collezioni	145
	4.2.2 Riconoscimenti ed eredità	151
	4.2 Autunno/Inverno 1998-99 di Gianfranco Ferré	152
5.	RICODIFICARE L'ESTETICA	
	5.1 Livello 00: REVERSE ENGINEERING	164
	5.1.1 Codici visivi di Michel Comte	169
	5.1.2 Codici stilistici di Gianfranco Ferré	173
	5.1.3 Sintesi dei codici FerréxComte	177
	5.2 Livello 01: PROMPT ENGINEERING & GENERATIVE OUTPUT	184
	5.2.1 Il prompt base	189
	5.2.2 Il prompt specifico	201
	5.2.3 Il confronto finale	219
	5.3 Livello 02: STATIC PROMPT VARIATION	224
	5.3.1 La luce	227
	5.4 Livello 03: DINAMIC PROMPT VARIATION	242
	5.4.1 La luce nel tempo	247
	CONCLUSIONI	252
	RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI	256

INDICE

FIGURE

Figura 1.0 Pierre-Louise Pierson, c. 1863-66 La contessa Virginia Oldoni di Castiglione	16	Figura 1.15 Paolo Roversi, 1996 Body Metts Dress, Dress Meets Body di Rei Kawakubo per Comme des Garçons	43	Figura 1.30 Michel Comte, 1997 Campagna P/E 1998 per Gianfranco Ferré Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano	73	Figura 4.1 Michel Comte, 1995 Campagna A/I 1995-96 per Gianfranco Ferré Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano	146
Figura 1.1 17 dicembre 1892 Prima copertina di Vogue	19	Figura 1.16 Paolo Roversi, 1998 Per Alberta Ferretti	44	Figura 1.31 Patrick Demarchelier, 2004 Campagna P/E 2005 per Gianfranco Ferré Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano	74	Figura 4.2 Michel Comte, 1997 Campagna P/E 1998 per Gianfranco Ferré Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano	148
Figura 1.2 Adolph de Meyer, 1920s-1931 Per Elizabeth Arden	20	Figura 1.17 Paolo Roversi, 2004 Per Yohji Yamamoto	45	Figura 1.32 Peter Lindbergh, 2001 Campagna P/E 2002 per Gianfranco Ferré Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano	76	Da Figura 4.3 a Figura 5.7 Michel Comte, 1998 Campagna A/I 1998-99 per Gianfranco Ferré Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano	154-183
Figura 1.3 Adolph de Meyer, 1920s Vogue, September 1920	21	Figura 1.18 - 1.19 Glen Luchford, 2019 Campagna Gucci S/S 19	47	Figura 1.33 Steve Meisel, 2005 Campagna A/I 2005-06 per Gianfranco Ferré Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano	77	Da Figura 5.8 a Figura 5.11 Michele Ferrara, 2026 Output generato con Midjourney V6, prompt base	193-196
Figura 1.4 Edward Steichen, 1924 Actress Gloria Swanson	23	Figura 1.20 Peter Lindbergh, 2017 Julianne Moore - Pirelli Calendar 2017	49	Figura 1.34 Bettina Rheims, 1994 Campagna A/I 1994-95 per Gianfranco Ferré Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano	78	Da Figura 5.12 a Figura 5.15 Michele Ferrara, 2026 Output generato con Midjourney V6, prompt specifico	203-206
Figura 1.5 Edward Steichen 1926 Dorothy Smart indossa un cappello di velluto nero di by Madame Agnès	24	Figura 1.21 Peter Lindbergh, 2017 Nicole Kidman - Pirelli Calendar 2017	49	Figura 1.35 Herb Ritts, 1987 Campagna A/I 1987-88 per Gianfranco Ferré Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano enter, Politecnico di Milano	79	Figura 5.16 Michel Comte, 1998 Campagna A/I 1998-99 per Gianfranco Ferré Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano	211
Figura 1.6 Edward Steichen 1930 Vestiti di Vionnet	25	Figura 1.22 Steven Meisel, 1992 Kristen McMenamy e Daniel Blaylock per Vogue America	52	Figura 1.36 Michel Comte, 1996 Carla Bruni	84	Da Figura 5.17 a Figura 5.20 Michele Ferrara, 2026 Output generato con Midjourney V6, prompt specifico + riferimento immagine originale	213-216
Figura 1.7 Man Ray, 1922 Rayografia	27	Figura 1.23 Steven Meisel, 1993 Linda Evangelista per Vogue Italia	53	Figura 1.37 Michel Comte, 1994 Naomi Campbell per Vogue Italia	87	Da Figura 5.21 a Figura 5.23 Michele Ferrara, 2026 Output generato con Midjourney V6, prompt specifico + riferimento immagine generata, Luce morbida	231-233
Figura 1.8 Man Ray, 1926 Noire et Blanche	28	Figura 1.24 Steven Meisel, 1993 Justin Scott per L'Uomo Vogue	54	Figura 1.38 Michel Comte, 1996 Campagna P/E 1997 per Gianfranco Ferré Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano	88	Da Figura 5.24 a Figura 5.26 Michele Ferrara, 2026 Output generato con Midjourney V6, prompt specifico + riferimento immagine generata, Luce dura	235-237
Figura 1.9 Horst P. Horst, 1946 Carmen Face Massage	30	Figura 1.25 Steven Meisel, 1993 Hamish Bowles per L'Uomo Vogue	55	Figura 1.39 Michel Comte, 1993 Helena Christensen per Save Safe Sex	90	Figura 5.27 Michele Ferrara, 2026 Frame del video generato con Runway 4.5, prompt specifico + riferimento immagine originale, Luce morbida	248
Figura 1.10 Horst P. Horst, 1939 Mainbocher corset	31	Figura 1.26 Juergen Teller, 2016 Miuccia Prada, Prada Foundation HQ No. 18	57	Figura 1.40 Michel Comte, 1996 Beauty and the beast, Zebra II	93	Figura 5.28 Michele Ferrara, 2026 Frame del video generato con Runway 4.5, prompt specifico + riferimento immagine originale, Luce dura	249
Figura 1.11 Horst P. Horst, 1930 Baba Beaton, the Hon. Mrs-Charles Baillie Hamilton e Lady Bridget Poulett	32	Figura 1.27 Gian Paolo Barbieri, 1991 Gainfranco Ferré Advert Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano	65	Figura 4.0 Michel Comte, 1994 Campagna P/E 1995 per Gianfranco Ferré Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano	144		
Figura 1.12 Cecil Beaton, 1936 Elsa Schiaparelli	33	Figura 1.28 Gian Paolo Barbieri, 1981 Campagna A/I 1981-82 per Gianfranco Ferré Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano	71				
Figura 1.13 Martin Munkácsi, 1933 Lucile Brokaw per Harper's Bazaar	35						
Figura 1.14 Paolo Roversi, 2015 Per Vogue Italia	42	Figura 1.29 Guy Bourdin, 1981 Campagna P/E 1982 per Gianfranco Ferré Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano	72				

INDICE TABELLE

Tabella 3.0 Esempio di un workflow contemporaneo nella generazione di immagini moda	125
Tabella 5.0 Metodologia progettuale della sperimentazione con supporto dell'intelligenza artificiale.	163
Tabella 5.1 Analisi comparativa e riassuntiva tra codici stilistici Ferré e codici visivi Comte.	181
Tabella 5.2 Traduzione in prompt dei codici comuni risultati dall'analisi.	185
Tabella 5.3 Analisi comparativa tra foto originali e immagini generate con prompt base.	198
Tabella 5.4 Analisi comparativa tra foto originali e immagini generate con prompt specifico.	208
Tabella 5.5 Confronto analitico tra immagini originali e le 3 generazioni di immagini.	220
Tabella 5.6 Confronto tra gli output delle due macchine al solo cambiamento del codice luminoso nel prompt.	238
Tabella 5.7 Confronto tra gli output ottenuti con Runway al cambiamento del codice luminoso.	251

ABSTRACT

La diffusione dell'intelligenza artificiale generativa nel sistema moda sta trasformando profondamente i processi di produzione e interpretazione dell'immagine, in particolare nel campo della fotografia di moda. L'AI non si limita a introdurre nuovi strumenti operativi, ma mette in discussione lo statuto dell'immagine fotografica, il suo rapporto con il reale e i concetti di stile e autorialità.

La presente tesi indaga se e in che misura un linguaggio visivo complesso e storicamente definito possa essere analizzato, formalizzato e reinterpretato attraverso sistemi di intelligenza artificiale generativa. Il caso studio preso in esame è la collaborazione tra Gianfranco Ferré e il fotografo Michel Comte, con particolare riferimento alla collezione Autunno/Inverno 1998–99.

La ricerca si sviluppa attraverso un approccio metodologico articolato su più livelli: un'analisi di reverse engineering visivo delle immagini originali, la traduzione dei codici individuati in prompt testuali, la sperimentazione con sistemi di generazione di immagini e video basati su AI, e un confronto critico tra output generati e materiale originale.

I risultati mostrano che l'intelligenza artificiale è in grado di riprodurre efficacemente alcuni aspetti formali e compositivi del linguaggio analizzato, come la relazione tra corpo e spazio, la monumentalità architettonica e la coerenza atmosferica. Tuttavia, emergono limiti significativi nella restituzione della complessità sartoriale, della tensione simbolica e della profondità narrativa.

La tesi conclude che l'AI non comprende lo stile in senso autoriale, ma può operare come strumento di analisi e sperimentazione progettuale, ridefinendo il ruolo del progettista dell'immagine e rendendo visibili i limiti strutturali del linguaggio visivo nella fotografia di moda contemporanea.

The increasing adoption of generative artificial intelligence within the fashion system is profoundly transforming the production and interpretation of images, particularly in the field of fashion photography. AI does not merely introduce new technical tools, but challenges the status of the photographic image, its relationship with reality, and the concepts of style and authorship.

This thesis investigates whether and to what extent a complex and historically defined visual language can be analysed, formalised, and reinterpreted through generative artificial intelligence systems. The collaboration between Gianfranco Ferré and photographer Michel Comte is examined as a case study, with specific reference to the Autumn/Winter 1998–99 collection.

The research adopts a multi-level methodological approach, combining visual reverse engineering of the original campaign images with the translation of identified visual codes into structured textual prompts. These prompts are tested through AI-based image and video generation systems, and the resulting outputs are critically compared with the original photographic material.

The results show that generative AI can effectively reproduce certain formal and compositional aspects of the analysed visual language, such as the relationship between body and space, architectural monumentality, and overall atmospheric coherence. However, significant limitations emerge in the representation of sartorial complexity, symbolic tension, and narrative depth.

The study concludes that AI does not understand style in an authorial sense, but can function as a critical and experimental tool, redefining the role of the image designer and revealing the structural limits of visual language in contemporary fashion photography.

INTRODUZIONE

Negli ultimi anni, l'intelligenza artificiale generativa ha iniziato a occupare un ruolo sempre più centrale nei processi di produzione delle immagini, trasformando profondamente il modo in cui la fotografia viene concepita, realizzata e utilizzata. In particolare, nel contesto della moda, l'AI non si limita a introdurre nuove possibilità tecniche, ma interviene direttamente sul linguaggio visivo, sui ruoli professionali e sul rapporto tra immagine, realtà e rappresentazione. (European Commision, 2024; Glam Aura Magazine, 2025).

La fotografia di moda è storicamente un campo caratterizzato da un alto grado di costruzione artificiale (Muzzarelli, 2009). Set, luci, styling, post-produzione e direzione artistica hanno sempre contribuito a creare immagini che non documentano semplicemente un prodotto, ma costruiscono un immaginario. Proprio per questa natura progettuale e artificiale, la moda rappresenta un ambito privilegiato per osservare l'impatto dell'intelligenza artificiale generativa: l'AI non arriva come una rottura totale, ma come un'intensificazione di pratiche già esistenti. Allo stesso tempo, però, essa introduce una discontinuità significativa, poiché le immagini generate non sono più legate a un evento reale accaduto davanti all'obiettivo, ma derivano da processi statistici basati su grandi archivi di immagini preesistenti (Scale AI, 2023).

In questo scenario si colloca la presente tesi, che si propone di indagare il rapporto tra intelligenza artificiale generativa e fotografia di moda attraverso l'analisi di un linguaggio visivo storico e fortemente autoriale. Il caso studio scelto è la collaborazione tra Gianfranco Ferré e Michel Comte, con particolare riferimento alla collezione Autunno/Inverno 1998–99. Questa scelta non è casuale: le immagini di questa collezione rappresentano un sistema visivo estremamente coerente, fondato su un equilibrio preciso tra corpo, spazio, luce e costruzione sartoriale. Tale coerenza rende il linguaggio Ferré × Comte particolarmente adatto a essere analizzato, scomposto in codici e successivamente messo alla prova attraverso strumenti di generazione automatica.

L'ipotesi alla base di questa ricerca è che un linguaggio visivo complesso possa essere in parte tradotto e reinterpretato da un'intelligenza artificiale, ma solo entro limiti precisi. In particolare, si ipotizza che l'AI sia più efficace nel riprodurre codici formali e compositivi (come la relazione tra corpo e architettura, la monumentalità dello spazio o il trattamento della luce) rispetto a elementi concettuali, simbolici e narrativi, che richiedono un'intenzionalità autoriale e una relazione diretta con il mondo reale. (Oppenlaender, Linder, & Silvennoinen, 2025; Sontag, 1977).

A partire da questa ipotesi, la tesi si pone alcune questioni centrali: fino a che punto un linguaggio visivo storico e autoriale può essere analizzato e tradotto in istruzioni operative per un sistema di intelligenza artificiale? Quali aspetti di tale linguaggio risultano maggiormente traducibili e quali, invece, resistono alla formalizzazione? In che modo il comportamento dell'AI cambia al variare degli input, dei vincoli e degli strumenti utilizzati? E infine, quali sono le implicazioni estetiche, creative ed etiche di questi processi per la fotografia di moda contemporanea?

Per rispondere a queste domande, la ricerca adotta un approccio metodologico articolato in più fasi. In una prima fase, viene condotta un'analisi visiva delle immagini originali,

finalizzata all'individuazione dei codici stilistici e compositivi che definiscono il linguaggio Ferré × Comte. Successivamente, tali codici vengono tradotti in prompt testuali e utilizzati all'interno di diversi sistemi di intelligenza artificiale generativa, al fine di osservare come la macchina interpreta, rielabora e trasforma le istruzioni ricevute. Il confronto tra immagini originali e immagini generate consente di evidenziare analogie, scarti e limiti del processo, mentre la variazione controllata di singoli parametri permette di analizzare il comportamento dell'AI in modo sistematico.

La tesi non ha come obiettivo quello di valutare la qualità estetica delle immagini generate né di stabilire una gerarchia tra produzione umana e produzione artificiale. Al contrario, l'intento è utilizzare l'intelligenza artificiale come strumento critico, capace di rendere visibili le strutture interne di un linguaggio visivo e di mettere in evidenza ciò che può essere formalizzato e ciò che, invece, rimane legato all'esperienza, al corpo e alla responsabilità dell'autore.

In questo senso, il lavoro si colloca in una prospettiva di ricerca progettuale, in cui l'AI non viene considerata come un sostituto del fotografo o del designer, ma come un dispositivo che ridefinisce il ruolo del progettista dell'immagine. L'introduzione dell'intelligenza artificiale nella fotografia di moda solleva infatti questioni che vanno oltre la tecnica, coinvolgendo temi di autorialità, copyright, controllo creativo e omologazione visiva (Caimera AI, 2026). Affrontare questi temi in modo critico e strutturato rappresenta uno degli obiettivi principali di questa tesi.

IL LINGUAGGIO FOTOGRAFICO NELLA MODA

DUE SISTEMI SEMIOTICI INTERCONNESSI: FOTOGRAFIA E MODA

Per etimologia, il termine fotografia nasce più o meno alla metà del 1800, ed è derivato innanzitutto dal greco antico, composto da *phôs* ossia "luce" e *graphè* cioè "disegno, scrittura" [...] col significato di: "scrittura con la luce", "disegno della luce" o anche "scrivere o disegnare con la luce" o "scrittura di luce".

Il senso comune è che sia la Luce a scrivere o a disegnare (Wikipedia, 2026).

La fotografia e la moda si sviluppano in stretta osmosi, attingendo costantemente l'una dall'altra idee e modalità rappresentative capaci di alimentare l'immaginario collettivo e la percezione dello stesso. La fotografia e la moda possono essere visti quindi come due macro sistemi semiotici interconnessi da segni che costituiscono un codice che permette di produrre, trasmettere e interpretare informazioni e significati (Mangano, 2018). Questa relazione, che si configura come una vera e propria simbiosi creativa, ha generato nel corso del tempo un linguaggio visivo autonomo e riconoscibile, caratterizzato da proprie regole compositive ben definite, da un'estetica distintiva e da modalità comunicative specifiche. L'idea che la fotografia possa essere considerata un linguaggio è ormai talmente diffusa nella cultura contemporanea che non sempre ci si sofferma a riflettere profondamente su cosa ciò comporti dal punto di vista teorico eppure, comprendere la fotografia come linguaggio implica un cambio di prospettiva: significa riconoscere che essa non documenta semplicemente la realtà, ma la costruisce, la trasforma, la reinterpreta secondo logiche proprie.

La fotografia di moda rappresenta un genere fotografico il cui principale scopo è quello di ritrarre e valorizzare capi di abbigliamento, accessori e altri oggetti legati al sistema-moda. Tuttavia, ridurre questo fenomeno alla mera funzione documentativa significherebbe trascurare completamente la sua natura semiotica e la sua capacità di costruire immaginari collettivi capaci di influenzare comportamenti sociali, orientare scelte di consumo, condizionare la cultura di intere generazioni e guidare l'evoluzione della ricerca artistica contemporanea (Muzzarelli, 2009). Come ha sottolineato Roland Barthes (1970) nel suo fondamentale "Sistema della moda", la moda opera come un sistema di significazione perfettamente strutturato, dove l'abito fotografato viene trasformato in linguaggio vero e proprio che trascende completamente l'oggetto materiale per divenire discorso, narrazione e significato culturale. L'abito non è più semplicemente un indumento, ma diviene segno, linguaggio visivo attraverso il quale la società comunica con se stessa.



Figura 1.0
Pierre-Louis Pierson, c. 1863-66
La contessa Virginia Oldoni di Castiglione

1.1.1

Storia della fotografia e dell'editoria di moda

Rilevante è capire anche come la fotografia sia nata e più nello specifico come essa sia poi passata ad essere un vero e proprio fenomeno nel sistema-moda. La fotografia nacque intorno al 1830, ma le prime tecniche di sviluppo, come la dagherrotipia, non permettevano la possibilità di stampare grandi quantità di immagini. Come Walter Benjamin (1966) teorizzò nel suo saggio "L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica" (1935-1936), il passaggio dalla singolarità dell'immagine alla riproducibilità tecnica avrebbe trasformato radicalmente il rapporto tra arte e società di massa.

L'origine della fotografia di moda come genere autonomo viene individuata nelle primissime fotografie che, a partire dalla seconda metà del XIX secolo, ritraevano donne del cosiddetto demi-monde nei loro abiti più ricercati e costosi. Già alla metà dell'Ottocento, alcuni fotografi commerciali divennero noti per ritratti focalizzati su donne aristocratiche e alla moda, una pratica che avrebbe stabilito il modello per lo sviluppo della fotografia fashion (Storia della fotografia – La fotografia di moda, 2025).

Un esempio di è dato da Virginia Oldoni, contessa di Castiglione, una nobildonna toscana alla corte di Napoleone III per conto del Regno di Sardegna che nel 1856 venne ritratta in un book fotografico contenente 288 fotografie pubblicato da Adolphe Braun. Per quarant'anni, dal 1856 al 1895, la contessa collaborò inoltre con il fotografo **Pierre-Louis Pierson** (Figura 1.0) e la loro collaborazione rappresenta un caso straordinario di costruzione deliberata dell'immagine che portò a produrre oltre 450 lastre fotografiche. La contessa non fu semplicemente una modella passiva, ma assunse il ruolo di artista, performer e direttore artistico, scegliendo personalmente il personaggio, commissionando i costumi, decidendo l'inquadratura e la posa. Questo controllo totale sull'immagine testimonia una consapevolezza contemporanea del potere della rappresentazione visiva e di ciò che si vuol comunicare, del messaggio che traspare attraverso l'immagine, dell'immaginario oltre l'immagine.

A tal proposito, come osserva Federica Muzzarelli (2009) nel suo studio "*L'immagine del desiderio*", due sono i motivi di interesse degli album della contessa: da una parte la questione di stile e linguaggio, che sintetizza e manifesta una complessa oscillazione tra

l'idea di immagine (fotografia rivolta alla presentazione dell'oggetto) e quella di immaginario (fotografia orientata alla creazione di un'atmosfera capace di proiettare l'oggetto in una situazione di sogno e desiderio). Questa dialettica fondamentale tra documentazione e costruzione fantastica rimarrà centrale per tutta la storia della fotografia di moda.

Nel corso della storia, l'evoluzione tecnologica ha portato a delineare quelle che oggi chiamiamo riviste dove la fotografia rimane un elemento centrale. Anche se in precedenza ci furono testimonianze di illustrazioni fashion, fu solo nel tardo Ottocento che l'avanzamento tecnologico permise di stampare fotografie nelle riviste e la prima testimonianza apparve nella rivista francese *"La mode Pratique"* fondata da Caroline de Broutelles nel 1891, e pubblicato fino al 1951 dall'editore francese Librairie Hachette et Cie. Con il debutto di Harper's Bazaar nel 1867 e l'uscita di Vogue nel 1892 (Figura 1.1), iniziò la diffusione delle riviste di moda (Istituto Marangoni, 2024). Nel 1909, Condé Nast rilevò la rivista Vogue e contribuì all'evolversi della fotografia di moda attraverso investimenti significativi nello sviluppo di nuove tecniche di stampa. Nel 1913 lanciò Vanity Fair, segnando l'inizio di una nuova era per l'editoria di moda. La nascita della moderna industria dell'editoria rappresenta una svolta epocale dove fotoreporter e fotografi di moda concorsero a definire l'immaginario collettivo de XX secolo. Con la fotografia, la moda trovò il suo principale e indispensabile mezzo di diffusione (Storia della fotografia – La fotografia di moda, 2025).

Furono poi diversi i pionieri della fotografia di moda, tra questi **Adolph de Meyer** (1868-1946), un fotografo austriaco-americano di straordinario talento, è considerato da molti storici il fondatore effettivo della fotografia di moda. Nel 1913 divenne il primo fotografo ufficiale per la rivista Vogue americana, la prima volta in assoluto che fotografie professionali venivano stampate sulle pagine di una rivista di moda. Cecil Beaton, celebre fotografo britannico, lo definì "il Debussy della fotografia" (da Claude Debussy, compositore e pianista francese) per la delicatezza, la raffinatezza e la sottile atmosfera creata dalle sue immagini (Figura 1.2).

De Meyer sviluppò un metodo di lavoro la cui caratteristica più rilevante fu quella di "catturare" i modelli e gli abiti non isolatamente, ma sempre inseriti e immersi nel loro contesto naturale e ambientale, ponendo una particolare enfasi nel creare ambienti completamente costruiti e studiati per le fotografie. Il suo stile, ricco di illuminazione soffusa, di tessuti che fluttuavano, di composizioni leggere, ridefinì completamente il concetto di glamour fotografico e diede alla fotografia di moda quella sua distintiva qualità di allure, quella aura di magia e di sogno (Figura 1.3)(Gauci 2019).

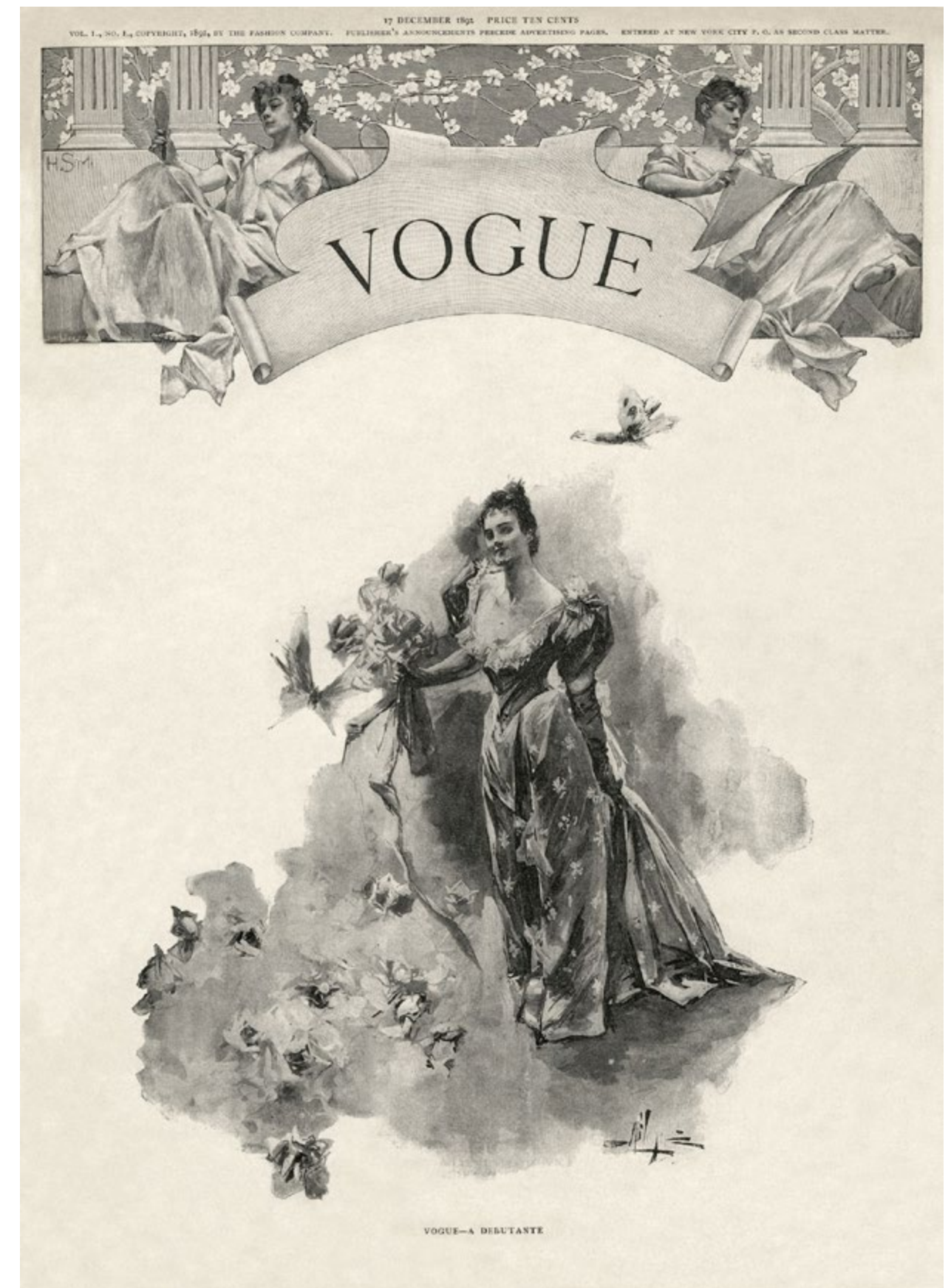


Figura 1.1
17 dicembre 1892
Prima copertina di Vogue



Figura 1.2
Adolph de Meyer, 1920s-1931
Per Elizabeth Arden



Figura 1.3
Adolph de Meyer, 1920s
Vogue, September 1920

Fu poi **Edward Steichen** (1879-1973), artista e fotografo di origine lussemburghese che avrebbe lasciato un'impronta profonda su tutta la storia della fotografia del XX secolo, è universalmente considerato il padre della fotografia di moda moderna, l'inventore cioè di una nuova modalità di rappresentazione degli abiti attraverso la fotografia. Nel 1911, l'editore francese Lucien Vogel, che aveva fondato due nuove pubblicazioni sofisticate orientate in modo innovativo alla moda (*La Gazette du Bon Ton* e *Les Jardins des Modes*), sfidò direttamente il rinomato fotografo d'arte, generalmente considerato più commerciale che artistico, a portare la sua creatività artistica nel campo della fotografia di moda. Steichen raccolse la sfida e scattò tredici immagini per la rivista *Art et Décoration* presentando gli abiti disegnati dal couturier Paul Poiret. Come nota lo storico Jesse Alexander, questo intervento è "ora considerato il primo servizio fotografico moderno in assoluto. Ovvero, fotografare gli abiti in modo tale da trasmettere un senso della loro qualità fisica così come del loro aspetto formale, in opposizione alla semplice illustrazione dell'oggetto" (Figura 1.6).

Le fotografie di Steichen erano atmosferiche e cariche di mood, illuminate da dietro e scattate da angolazioni inventive. Per Steichen, come per Poiret, la fotografia di moda doveva trasmettere l'idea di un sogno (Figura 1.4, 1.5). Nel 1932, Steichen realizzò la prima copertina a colori di Vogue, continuando a reinventare il linguaggio visivo della fotografia di moda e portandolo a un livello inedito di arte visiva accessibile e diffusa (*The Art of Dress*, 2015).



Figura 1.4
Edward Steichen, 1924
Actress Gloria Swanson



Figura 1.5
Edward Steichen 1926
Dorothy Smart indossa un cappello di velluto nero di by Madame Agnès

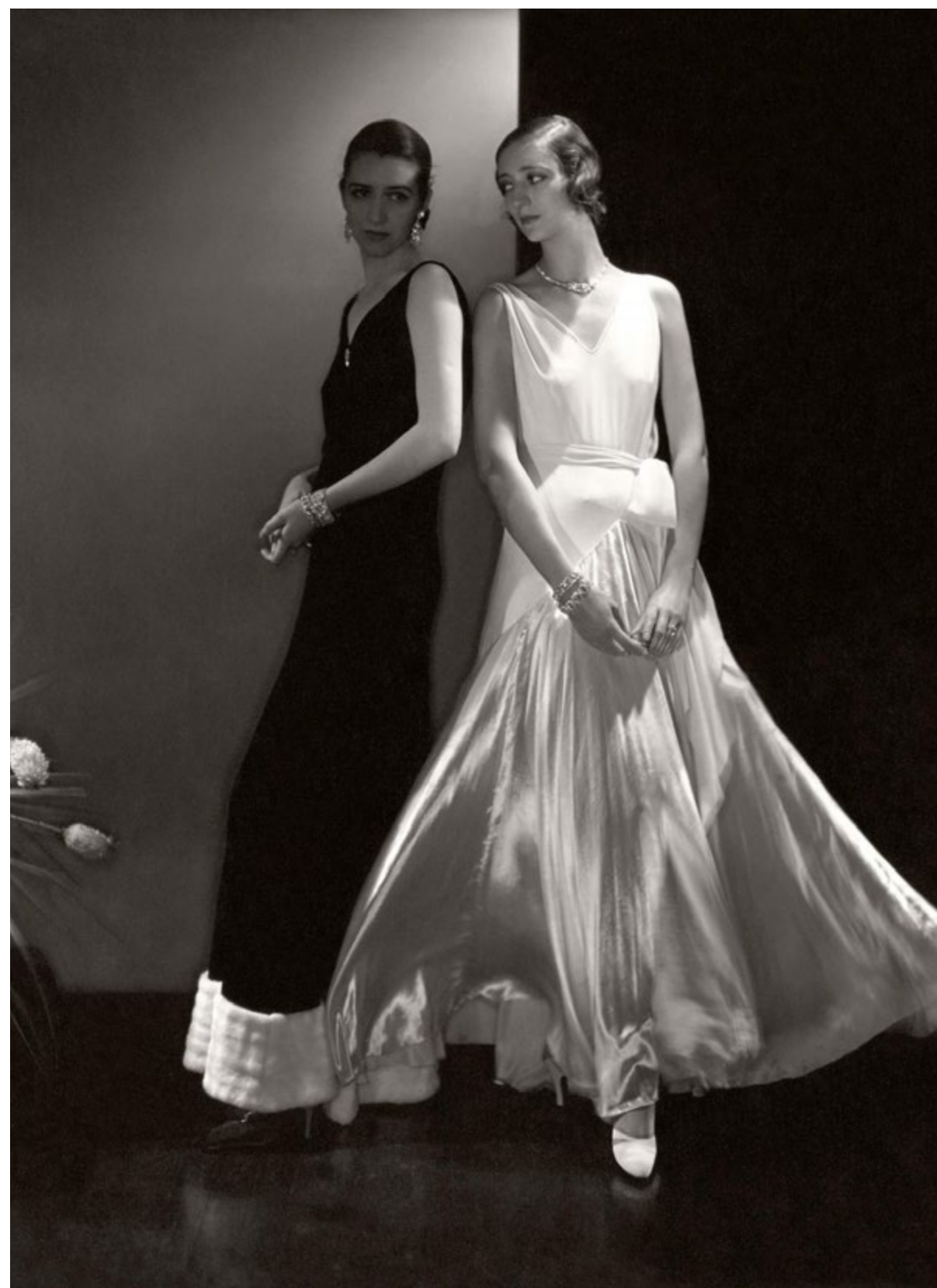


Figura 1.6
Edward Steichen 1930
Vestiti di Vionnet

Gli anni Venti rappresentarono una rivoluzione in tutti i sensi. Dopo i traumi della Prima Guerra Mondiale, il mondo si capovolse in intense privazioni, eccessi e morte, alimentando un'intensa sperimentazione in tutti i tipi di arte e questo contesto nutrì l'intera avanguardia artistica.

Tra i vari esponenti, **Man Ray** (Emmanuel Radnitsky, 1890-1976) emerse come il nome più prominente degli di quegli anni. Le sue sperimentazioni surrealiste, incluse le famose *rayografie* (Figura 1.7) (fotografie senza macchina fotografica, create direttamente sul materiale fotosensibile), affascinarono il mondo della moda. Il designer Paul Poiret gli commissionò di fotografare la sua linea di moda, mentre le sue opere esistenti informarono il settore fashion. La sua celebre opera *Noire et Blanche* (1926) (Figura 1.8), pubblicata in *Vogue*, esemplifica la fusione tra arte d'avanguardia e rappresentazione della moda (Man Ray, 1926/2021). L'influenza surrealista ispirò la generazione successiva di fotografi, tra cui Cecil Beaton e Horst P. Horst, così come figure più contemporanee come Guy Bourdin e Paolo Roversi. Negli anni Trenta, diversi fotografi di staff di *Vogue*, come Georges Hoyningen-Huéné, Cecil Beaton e Horst P. Horst, esplorarono la fotografia di moda influenzata dal surrealismo attraverso tecniche sperimentali di illuminazione, angolazioni inusuali e processi di camera oscura.

Horst P. Horst sviluppò uno stile che traeva ispirazione dai movimenti degli anni Venti (Bauhaus, Neue Sachlichkeit, Art Deco) e dal clima sociale effervescente della Parigi degli anni Trenta. Succedette a Hoyningen-Huéné presso *Vogue* nel 1935 e divenne rapidamente famoso a livello mondiale per le sue eleganti fashion plate, gli squisiti still life e nudi, e soprattutto per i suoi rinomati ritratti. La caratteristica più distintiva del suo stile è l'utilizzo magistrale della luce drammatica e scultorea. Horst non era semplicemente un fotografo che scattava fotografie, ma un vero e proprio creatore di atmosfere, un artista che utilizzava la luce come uno scultore usa il martello e lo scalpello per modellare la materia. L'illuminazione non era mai piatta o uniforme, ma sempre altamente drammatica, sempre costruita per creare profondità, mistero, e un senso di teatralità (Figura 1.9, 1.10) (Holden Luntz Gallery, 2023).

Cecil Beaton (1904-1980), fotografo e designer britannico, è conosciuto per le sue eleganti fotografie dell'alta società. Lavorando con un approccio cinematografico, le sue immagini in bianco e nero sono caratterizzate da pose teatrali e set immaginativi. Irving Penn definì le immagini di Beaton come "The Beaton Woman", riferendosi al modo distintivo, spesso spiritoso, con cui Beaton approcciava la fotografia di moda con un senso di imprevedibilità (Figura 1.11, 1.12) (Savkova, 2017).

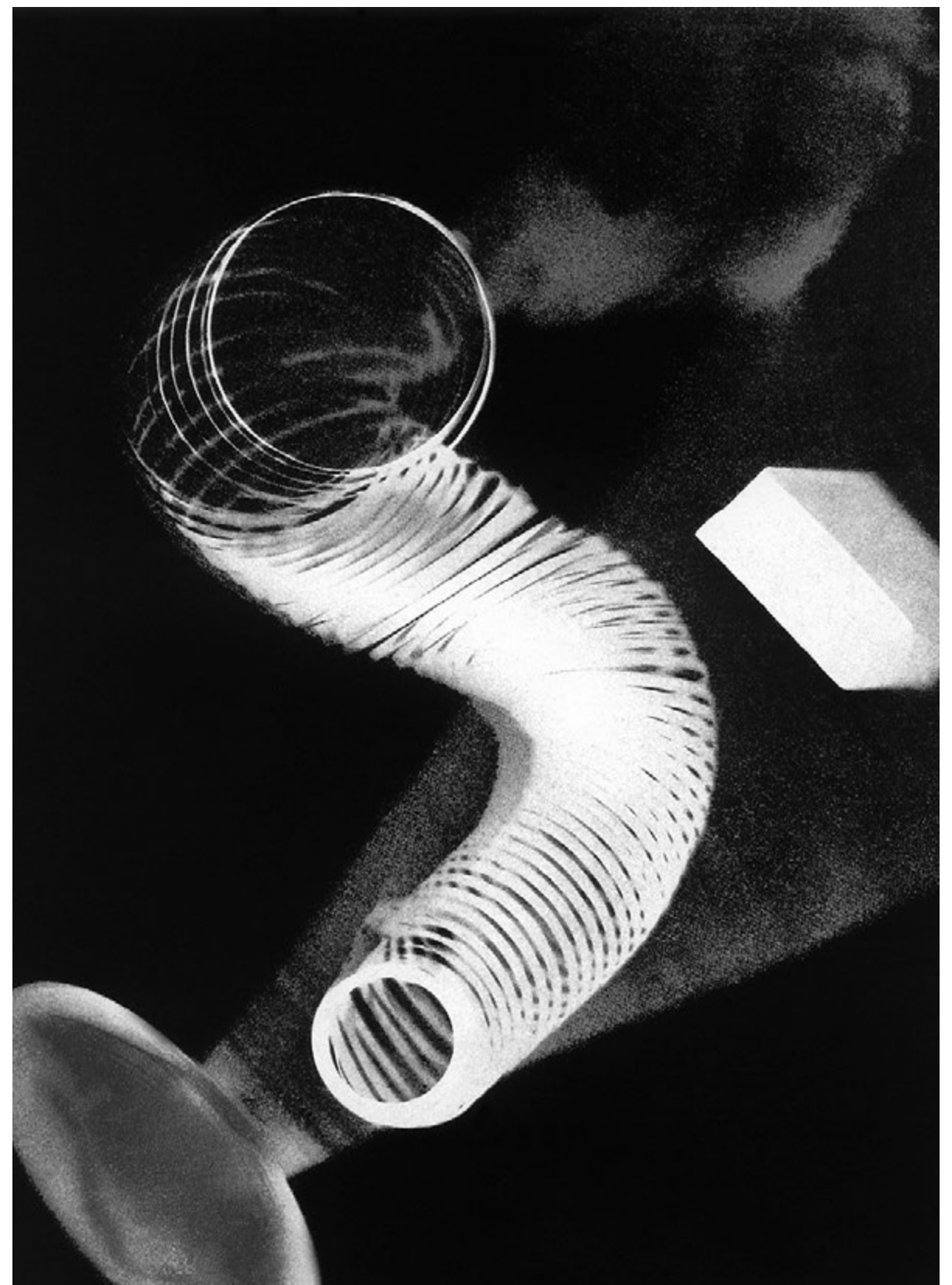


Figura 1.7
Man Ray, 1922
Rayografia



Figura 1.8
Man Ray, 1926
Noire et Blanche



Figura 1.9
Horst P. Horst, 1946
Carmen Face Massage



Figura 1.10
Horst P. Horst, 1939
Mainbocher corset



Figura 1.11
Horst P. Horst, 1930
Baba Beaton, the Hon. Mrs.-Charles Baillie Hamilton e Lady Bridget Poulett



Figura 1.12
Cecil Beaton, 1936
Elsa Schiaparelli

Infine, **Martin Munkácsi** (1896-1963) che fu un fotografo ungherese la cui innovazione consistette nelle sue fotografie sportive meticolosamente composte in azione. La sua capacità di catturare la spontaneità con una comprensione acuta di stile, pattern, forma e inquadratura dimostra un senso visivo sofisticato unico che sarebbe diventato estremamente influente. (Wikipedia, 2006).

Nel 1933, su incarico di Carmel Snow, Munkácsi scattò un servizio per l'edizione "Palm Beach" di Harper's Bazaar. Per questo numero, fece correre la modella Lucile Brokaw verso la macchina fotografica lungo la spiaggia di Piping Rock Beach a Long Island mentre la fotografava. Fu la prima immagine di una modella di moda fotografata in movimento, un'innovazione totale che stabilì una tendenza ancora oggi seguita (Harper's Bazaar, 2007). All'epoca, la moda veniva fotografata esclusivamente in studio, e quando Munkácsi scattò la modella in azione, "ruppe completamente lo stampo". La sua spontaneità ed energia portate alle fotografie di moda per riviste gli valsero la descrizione di "uomo cinetico", di artista ossessionato dal movimento e dalla velocità.



Figura 1.13
Martin Munkácsi, 1933
Lucile Brokaw per Harper's Bazaar

1.1.2

La fotografia di moda come costruzione dell'immagine

La fotografia di moda si caratterizza inevitabilmente per una dialettica fondamentale e complessa tra due poli teorici e pratici: da un lato l'immagine, intesa come fotografia rivolta primariamente alla presentazione dell'oggetto-abito, alla sua documentazione fredda e analitica, alla sua descrizione formale; e dall'altro l'immaginario, una fotografia invece orientata consapevolmente e strategicamente alla creazione di un clima emotivo, di un'atmosfera suggestiva, di un contesto fantastico capace di proiettare l'oggetto stesso in una situazione complessiva di sogno, di desiderio, di fantasia collettiva (Muzzarelli, 2009). È proprio in questa seconda prospettiva, orientata all'immaginario e al desiderio, che si afferma al meglio e in modo più marcato l'identità della top model moderna, figura profondamente diversa dalla tradizionale indossatrice o mannequin. La mannequin, per definizione etimologica e storica, rimanda all'idea di colei che indossa in maniera anonima, neutra, automatica, da "manichino" appunto, e che proprio perché anonimamente perfetta è in grado di esaltare al massimo l'abito che presenta, di farsi invisibile affinché l'oggetto moda possa emergere nella sua purezza formale. La top model contemporanea ha invece completamente modificato questa identità e questa funzione, proponendosi innanzitutto come corpo vivente, come presenza fisica carismatica, come soggetto capace di una presenza espansa e diffusa che va ben al di là della semplice funzione di indossatrice attraverso sfilate, pubblicità, media, fenomeni di celebrità. È così che inizia ad emergere una dialettica tra immagine e immaginario e di conseguenza, la costruzione del desiderio attraverso l'immagine fotografica.

Come sostiene il semiologo e teorico Roland Barthes (1970), "attraverso la moda la società si mette in mostra e comunica consapevolmente ciò che pensa del mondo". Barthes dedica una minuziosa analisi a come la moda venga presentata sulle riviste, soffermando l'attenzione particolare sulle didascalie testuali che egli identifica come il perno in cui si produce e contemporaneamente si nasconde il senso della moda: un punto necessario dove un semplice capo d'abbigliamento viene trasformato, attraverso il linguaggio verbale associato all'immagine, in un oggetto quasi mitico, dove sia l'abito che la persona che lo indossa vengono resi desiderabili. La sua tesi è che la moda funzioni come un meccanismo sociale di diffusione del desiderio tra le persone. Barthes dice che "la retorica apre la moda al mondo" e "il mondo è presente nella moda" e con ciò descrive un processo bidimensionale:

da una parte la moda incorpora i valori e le ideologie del mondo contemporaneo (il mondo entra nella moda); dall'altra la moda trasforma questi elementi materiali in narrazioni, in miti, in rappresentazioni ideologiche del mondo (la moda presenta al mondo una certa immagine di come il mondo dovrebbe essere). La retorica è il meccanismo attraverso il quale questo processo accade: nominando le sostanze, naturalizzandole, e trasformandole in rappresentazioni di mondo che sembrano ovvie e inevitabili, quando invece sono costruite, arbitrarie e cariche di ideologia.

Il potere trasformativo della fotografia di moda può essere concepito come l'azione trasformatrice di un dispositivo che, attraverso l'attivazione di specifici processi passionali e emotivi, è capace di arrivare a ristrutturare profondamente la disposizione psicologica e culturale dei fruitori dell'immagine. La componente mitica e fantasmatica elaborata dal dispositivo fotografico è essenzialmente la rappresentazione della bellezza ideale dell'altro, una bellezza costantemente sottoposta alla continua deriva delle narrazioni che ne rinnovano l'efficienza culturale e emotiva. L'efficacia simbolica di una fotografia di moda "indovinata", di una fotografia cioè costruita e calibrata con successo, può dunque trasformare il fruitore passivo in un vero e proprio soggetto desiderante, può cioè attivare in lui il desiderio di possesso, di imitazione, di identificazione.

Si introduce quindi anche il concetto di voyerismo, che insieme al desiderio, si lega all'identità costitutiva sia del sistema fotografico, sia di quello della moda. Fotografare qualcuno equivale, ad un livello profondo, a un atto di possesso voyeuristico di qualcosa che appartiene a un altro, o almeno alla realtà circostante da cui si cerca feticisticamente di appropriarsi attraverso l'atto del fotografare (Sontag, 2004). Quando il contesto fotografato è specificamente il mondo della moda, quando cioè ci si muove nel territorio della rappresentazione del corpo vestito, le condizioni di voyerismo e di desiderio intenso (desiderio di emulazione, di proiezione del sé, di appropriazione simbolica) diventano tutt'uno con il significato stesso dell'immagine perché ne costituiscono l'essenza più profonda.

In questo senso si passa al definire la propria identità anche attraverso un'immagine di ciò che siamo e che vorremmo essere. La costruzione dell'identità nell'età postmoderna contemporanea è inevitabilmente una progettazione del corpo, che con il passare dei decenni, costituisce sempre di più l'elemento centrale nel processo di formazione e di comprensione della propria identità individuale e collettiva, divenendo l'oggetto principale del sistema della moda e della rappresentazione fotografica (De Masi, 2021; Mangano, 2018).

L'abito è considerato come un mezzo straordinario attraverso il quale costruire consapevolmente la propria immagine pubblica e definire la propria interpretazione culturale e sociale, poiché ogni individuo contemporaneo, nel corso della propria vita sociale, cerca costantemente un equilibrio tra il mantenere la propria autenticità personale e dunque differenziarsi consapevolmente, e l'aderire alle aspettative della società e omologarsi alle regole sociali.

Un tratto caratteristico e definitorio della fotografia di moda contemporanea è la costruzione minuziosa e metodica della messa in scena dove nulla viene lasciato apparentemente al caso, anche quando l'effetto finale è quello della spontaneità: le ambientazioni, l'illuminazione, il trucco, le acconciature e le pose vengono studiate e pianificate rigorosamente in funzione

della coerenza narrativa complessiva della fotografia. La fotografia di moda è in questo senso un genere profondamente collaborativo, in cui il fotografo lavora in stretta sinergia con una molteplicità di professionisti (stilisti, direttori creativi, truccatori, parrucchieri, produttori di still life) e con il corpo vivo della modella (Khaled & Sharif, 2024).

Come osservava Susan Sontag (1977) nel suo saggio *"Sulla fotografia"*, "fotografare significa attribuire importanza. Significa dire: questo merita attenzione, questo è interessante". Sontag procedette ad analizzare le dimensioni estetiche e morali delle immagini fotografiche nella vita quotidiana contemporanea, offrendo una prospettiva alternativa e critica sulla fotografia non più vista solo sotto l'aspetto tecnico o estetico, ma come uno studio profondo sul linguaggio visuale e sul suo potere di significazione. Questa consapevolezza teorica che sia possibile dibattere criticamente sulla fotografia stessa, sul suo potere di costruzione e di trasformazione del reale, rimane centrale e necessaria per comprendere la fotografia di moda nella sua complessità.

DESIGNER, BRAND E FOTOGRAFO: UN DIALOGO CREATIVO

La fotografia di moda non è una mera documentazione del prodotto finito, ma un'esperienza interpretativa capace di tradurre in codici visivi l'identità di un brand, il linguaggio progettuale del designer e la visione complessiva di una collezione. Questo processo si fonda su un rapporto collaborativo triangolare tra designer, fotografo e brand, in cui ogni figura contribuisce alla costruzione di un'immagine coerente, riconoscibile e capace di comunicare significati che vanno oltre l'oggetto vestimentario.

Il dialogo creativo tra designer e fotografo si articola attraverso più fasi, dalla definizione del concept alla scelta dello stile visivo, fino alla postproduzione. Negli ultimi decenni, questo rapporto si è evoluto: se negli anni Ottanta e Novanta la fotografia di moda era spesso concepita come un'operazione estetica orientata alla perfezione formale, oggi è sempre più intesa come un processo narrativo collaborativo, in cui il fotografo deve entrare in sintonia con l'identità culturale ed emotiva del marchio. Come emerge da una ricerca condotta su fotografi di moda e art director, ogni sessione fotografica implica una negoziazione continua tra i ruoli di fotografo, art director, stylist e designer, tutti orientati a realizzare un'immagine che rifletta il mood della collezione e il posizionamento del brand (Khaled & Sharif, 2024).

In questo senso, il fotografo diventa un co-autore visivo della collezione stessa. Ad esempio, Juergen Teller, noto per aver ridefinito l'estetica della fotografia di moda a partire dagli anni Novanta, ha raccontato in più interviste come il suo lavoro non consista nell'imporre uno stile, ma nel rispondere alla personalità del designer e del brand con cui collabora. Parlando delle sue campagne per Chanel, Teller ha affermato che la maison gli ha lasciato "libertà creativa totale" e ha instaurato "un processo di vera collaborazione, estremamente rispettoso e molto piacevole". Questo approccio, basato sull'ascolto reciproco e sulla fiducia, permette al fotografo di tradurre in immagini l'essenza progettuale del designer senza sacrificare la propria voce autoriale (Domus. 2024).

Analogamente, **Paolo Roversi**, uno dei fotografi più influenti nel panorama internazionale, ha costruito collaborazioni di lungo periodo con designer come Rei Kawakubo (Comme des Garçons) e Yohji Yamamoto (Figura 1.15, 1.17). In un'intervista del 2017, Roversi ha dichiarato: "La moda riguarda un mood, uno spirito o un atteggiamento che il modello interpreta, ma l'immagine è un ritratto della fantasia che creiamo insieme". Questa visione evidenzia come il processo creativo non sia mai unidirezionale: il fotografo non si limita a eseguire le direttive del designer, ma partecipa attivamente alla costruzione di un immaginario condiviso, reinterpretando tessuti, volumi e silhouette attraverso la propria sensibilità visiva. (Figura 1.14, 1.16) (Roversi, 2017).

Nel contesto industriale contemporaneo, la figura dell'art director assume un'importanza centrale nel mediare tra le esigenze del brand, la creatività del designer e la visione del fotografo. Come documentato da ricerche empiriche sulla fashion photography production (Khaled & Sharif, 2024), l'art director stabilisce la direzione visiva complessiva della campagna, dal mood board alla scelta delle location, dal casting alla palette cromatica, garantendo che tutti gli elementi visivi siano coerenti con l'identità di marca. Il brief creativo, elaborato insieme al designer, al brand manager e allo stylist, diventa dunque il documento guida che orienta il lavoro del fotografo, fornendo indicazioni su obiettivi comunicativi, target di riferimento e valori da trasmettere.



Figura 1.14
Paolo Roversi, 2015
Per Vogue Italia



Figura 1.15
Paolo Roversi, 1996
Body Meets Dress, Dress Meets Body di Rei Kawakubo per Comme des Garçons



Figura 1.16
Paolo Roversi, 1998
Per Alberta Ferretti

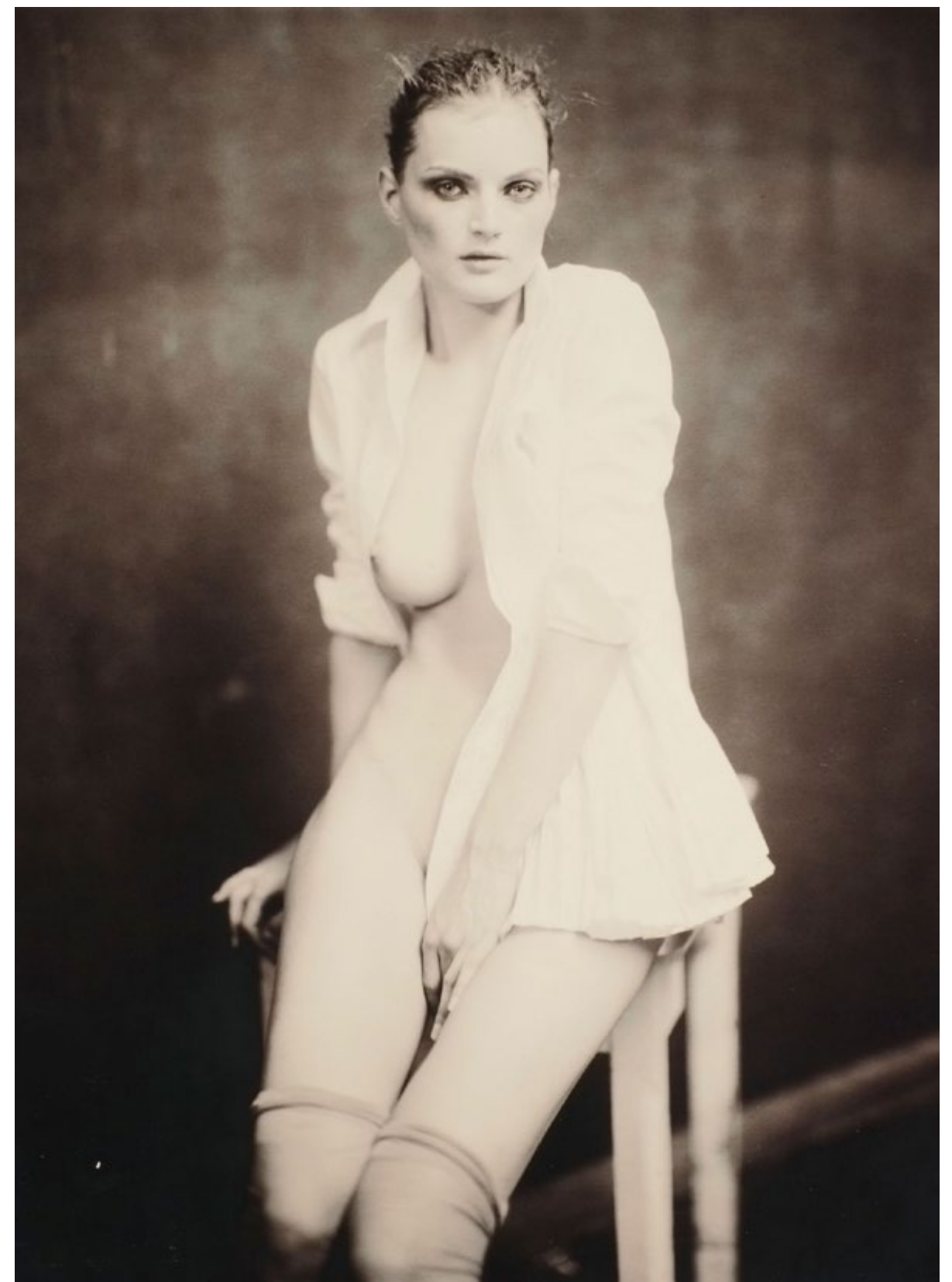


Figura 1.17
Paolo Roversi, 2004
Per Yohji Yamamoto

Uno caso interessante è quello della collaborazione tra M/M (Paris), studio grafico fondato da Mathias Augustyniak e Michael Amzalag, e Jonathan Anderson per il brand Loewe. In un'intervista rilasciata a System Magazine (2015), M/M (Paris) ha raccontato come abbiano costruito un "canale Loewe", ovvero un sistema di produzione di immagini integrato che comprende campagne pubblicitarie, visual merchandising, social media e installazioni in-store. La loro strategia si fonda su una formula tripartita: un'immagine dal passato (spesso una fotografia iconica di Steven Meisel), un'immagine del presente (gli accessori e le borse in vendita) e un'immagine del futuro (la silhouette della collezione). Anderson ha sottolineato che questa modalità permette di "dare una voce al brand", trasformando ogni immagine in un elemento narrativo dotato di una didascalia e di un significato preciso. La fotografia diventa così parte di un sistema discorsivo più ampio, dove il dialogo tra designer, art director e fotografo si riflette in ogni scelta visiva.

Il rapporto tra fotografia, design e brand può essere analizzato come un sistema di segni visivi integrato, in cui logo, tipografia, palette cromatica e stile fotografico lavorano sinergicamente per costruire un'identità riconoscibile (Cillo & Verona, 2008). Studiosi di semiotica e comunicazione visiva hanno dimostrato che la fotografia di moda opera come un linguaggio simbolico capace di trasmettere valori astratti (lusso, sostenibilità, ribellione, heritage) trasformandoli in narrazioni visive tangibili. In questa prospettiva, il fotografo non documenta semplicemente un capo d'abbigliamento, ma costruisce un "mondo possibile" attorno al brand, popolato da modelli, ambientazioni, atmosfere e gesti che incarnano l'identità culturale del marchio.

Un esempio emblematico è la partnership tra il fotografo **Glen Luchford** e il brand Gucci durante la direzione creativa di Alessandro Michele e Marco Bizzarri (Figura 1.18, 1.19). Michele ha dichiarato che la sua visione per Gucci era basata su "rispetto della creatività" e sulla consapevolezza che "il potere di un'azienda di moda risiede nella sua creatività". Luchford, insieme all'art director Christopher Simmonds, ha tradotto questa visione in campagne fotografiche caratterizzate da uno stile narrativo, onirico e stratificato, capace di comunicare la complessità del nuovo linguaggio Gucci. La fotografia è diventata qui lo strumento principale per comunicare il cambio di direzione del brand, trasformando ogni campagna in un manifesto visivo della nuova identità.

La fotografia di moda è oggi riconosciuta come uno degli strumenti più potenti per costruire e comunicare l'identità di un brand, influenzando la percezione del pubblico e creando connessioni emotive con i consumatori (Masoud Raoufi, 2024).

Essa costruisce dunque una "visual identity" coerente che distingue il brand in un mercato affollato. Brand iconici hanno utilizzato la fotografia non solo per vendere prodotti, ma per vendere storie, atmosfere e culture che ancora oggi sono parte della loro identità. Inoltre, la fotografia di moda può evocare risposte emotive specifiche. Infatti, secondo studi di psicologia cognitiva, le immagini vengono ricordate molto meglio delle parole: è il cosiddetto picture-superiority effect, ovvero che i contenuti visivi tendono a essere memorizzati e richiamati più facilmente rispetto al testo, soprattutto in contesti di comunicazione complessa come il branding (Nielsen Norman Group, 2024). Questo rende la fotografia uno strumento privilegiato per imprimere l'identità del brand nella mente del consumatore.



Figura 1.18 - 1.19
Glen Luchford, 2019
Campagna Gucci S/S 19

Un caso paradigmatico è quello della campagna Pirelli Calendar 2017 fotografata da **Peter Lindbergh** (Figura 1.20, 1.21), che ha voluto fare “una dichiarazione” contro la standardizzazione della bellezza nella fotografia di moda. Lindbergh ha raccontato: “Volevo mostrare qualcosa che penso sia vera bellezza, più reale di un’architettura di bellezza con prodotti”. Questa scelta ha non solo riflesso i valori del brand, ma ha anche influenzato il dibattito pubblico sulla rappresentazione del corpo femminile, dimostrando come la fotografia possa essere un veicolo di cambiamento culturale e sociale. (Deutsche Welle, 2016).



Figura 1.20
Peter Lindbergh, 2017
Julianne Moore - Pirelli Calendar 2017



Figura 1.21
Peter Lindbergh, 2017
Nicole Kidman - Pirelli Calendar 2017

1.2.1

Il fotografo come interprete

Numerosi casi studio illustrano concretamente come il dialogo creativo tra designer e fotografo abbia generato immagini capaci di ridefinire l'immaginario di un brand e influenzare l'evoluzione della fotografia di moda.

Steven Meisel: Meisel fotografa da oltre 25 anni tutte le copertine di Vogue Italia (Figura 1.23, 1.24, 1.25), collaborando con la storica direttrice Franca Sozzani (Aperture Foundation, 2024). La continuità di questa partnership ha permesso di costruire un lessico visivo coerente, caratterizzato da uno sguardo attento alla cultura contemporanea e dalla capacità di esplorare temi sociali e politici attraverso la moda. Meisel ha dichiarato in un'intervista che uno dei suoi scatti più iconici, il ritratto di Kristen McMenamy e Daniel Blaylock per la storia "Grunge and Glory" apparsa su Vogue America (Figura 1.22), fu inizialmente contestato dalla redazione, ma Alexander Lieberman, direttore editoriale di Condé Nast, lo definì "una delle storie di moda più importanti di sempre". Questo esempio dimostra come il fotografo possa assumere un ruolo di leadership culturale, anticipando trend e influenzando la percezione stessa del gusto e della moda.

Mario Testino: Testino è noto per il suo stile glamour e per aver lavorato con numerosi brand di lusso. In un'intervista, ha raccontato come ogni brand richieda un approccio visivo diverso: "Se voglio un'immagine pulita e nitida lavoro con Céline. Se voglio un feeling retro, lavoro con Ford, poi c'è Burberry, Michael Kors... Mi piace interfacciarmi con estetiche diverse e amare le storie". Questa dichiarazione evidenzia come il fotografo non applichi mai una formula standard, ma adatti il proprio linguaggio visivo alle specificità identitarie di ciascun marchio, costruendo un'immagine su misura che rifletta i valori e l'estetica del brand (Testino, 2024).

Inez van Lamsweerde e Vinoodh Matadin: Il duo olandese, attivo dal 1986, è pioniere nell'uso della manipolazione digitale e ha realizzato campagne per Chanel, Dior, Gucci, Balenciaga e Yves Saint Laurent. In un'intervista del 2018, Inez e Vinoodh hanno dichiarato: "Ogni giorno è eccitante come 30 anni fa. È l'idea di reinventare tutto continuamente. Non ci affidiamo a una formula, e non ci annoiamo mai" (Inez & Vinoodh, 2018). Il loro approccio sperimentale, che sfida i confini tra fotografia di moda e arte contemporanea, si basa su una profonda sintonia creativa con i designer e sulla volontà di creare immagini che vadano oltre l'apparenza superficiale, esplorando temi come l'identità, il corpo, la tecnologia e la cultura visiva.



Figura 1.22
Steven Meisel, 1992
Kristen McMenamy e Daniel Blaylock per Vogue America

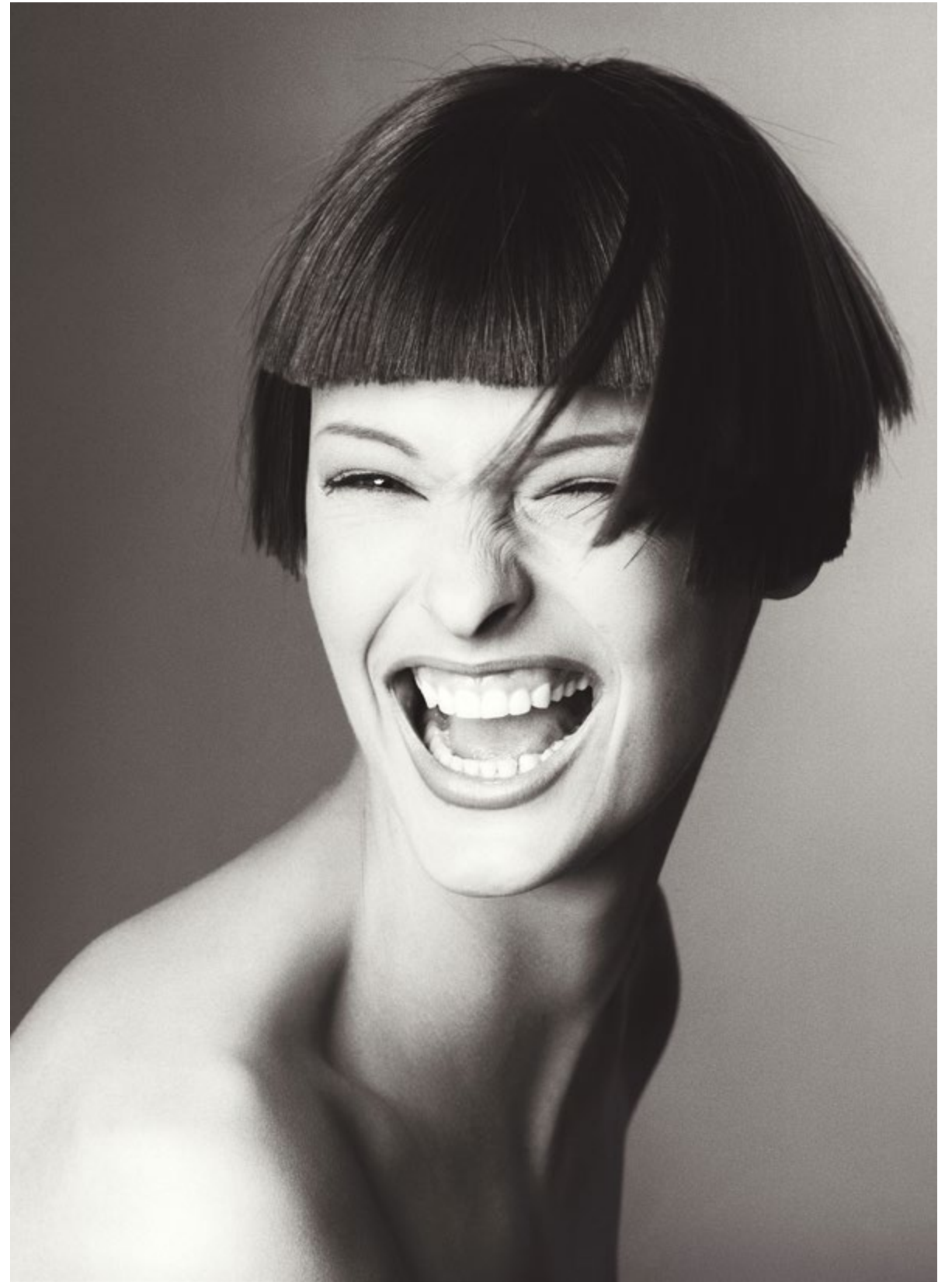


Figura 1.23
Steven Meisel, 1993
Linda Evangelista per Vogue Italia



Figura 1.24
Steven Meisel, 1993
Justin Scott per L'Uomo Vogue



Figura 1.25
Steven Meisel, 1993
Hamish Bowles per L'Uomo Vogue

Peter Lindbergh e la rivoluzione del naturalismo: Lindbergh è considerato uno dei fotografi che hanno trasformato la fotografia di moda negli anni Novanta, introducendo un'estetica più naturale e meno ritoccata. In un'intervista, ha affermato: "La fotografia di moda deve essere molto più grande della moda stessa, altrimenti diventa semplice fotografia da catalogo. Se pensi che la moda sia la cosa più importante, ti fermi subito. Puoi andare molto più lontano" (PhotogPedia, 2021).

Juergen Teller: Teller è noto per il suo stile anti-glamour e per la capacità di instaurare un rapporto diretto e personale con i soggetti fotografati. In un'intervista del 2019, ha dichiarato: "Lavoro in modo molto istintivo con il soggetto che fotografo. Nessuno può copiare questo approccio, perché è la mia reazione al soggetto, il mio adattamento alla situazione, e nessuno può pensare e sentire esattamente come me" (Teller, 2019). Questa dimensione relazionale e istintiva caratterizza anche il suo lavoro con i designer: "Lavoro direttamente con Vivienne Westwood, Marc Jacobs o Phoebe Philo. Ho la sensazione che mi chiamino per correre un rischio, per andare all'avventura". Teller rappresenta dunque un esempio di fotografo che rifiuta le convenzioni della fashion photography, costruendo immagini che mettono in discussione gli stereotipi di bellezza e celebrano l'autenticità e l'imperfezione (Figura 1.26).

Il dialogo creativo tra designer e fotografo si configura come un processo complesso e multidimensionale, che coinvolge dimensioni tecniche, estetiche, simboliche e relazionali. La fotografia di moda contemporanea non è più concepita come un atto isolato, ma come il risultato di una negoziazione continua tra visioni creative diverse, orientate verso un obiettivo comune: tradurre in immagini l'identità di un brand, la poetica di un designer e i valori di una collezione. Questo processo richiede competenze trasversali, sensibilità culturale, capacità di ascolto e disponibilità a sperimentare. Come ha affermato Paolo Roversi: "Per me è sempre un ritratto, se fotografo una tazza, è un ritratto di una tazza. È sempre un ritratto, e c'è sempre una relazione tra me e il mio soggetto". Questa dimensione relazionale è il cuore del dialogo creativo tra designer e fotografo, e rappresenta la chiave per comprendere come la fotografia di moda possa diventare arte, narrazione e strumento di costruzione identitaria



Figura 1.26
Juergen Teller, 2016
Miuccia Prada, Prada Foundation HQ No. 18

GIANFRANCO FERRÉ

Gianfranco Ferré (1944-2007), laureato in Architettura presso il Politecnico di Milano nel 1969, rappresenta una figura unica nel panorama della moda italiana. Conosciuto come “l'architetto della moda”, Ferré ha sviluppato un approccio metodologico al design che lo distingue dai suoi contemporanei, codificando esplicitamente i suoi principi estetici attraverso sei categorie fondamentali: il corpo, la materia, il colore, il dettaglio, il volume e il movimento (Airaghi, Bertola, & Vacca, 2023).

Il suo approccio metodologico si può racchiudere tra Esprit de Géométrie ed Esprit de Finesse.

La filosofia progettuale di Ferré si radica nella sua formazione architettonica e nella cultura politecnica del Politecnico di Milano (Caleido/Airaghi, 2024). La sua tesi di laurea, sviluppata sotto la supervisione dell'architetto Franco Albini, si concentrò sulla “Metodologia dell'approccio alla composizione”, evidenziando fin dall'inizio l'importanza della metodologia, concetto raramente codificato nel mondo della moda, più spesso interpretato attraverso il filtro del talento puro e della creatività.

Come affermò lo stesso Ferré:

“L'approccio metodologico è un aspetto indispensabile dell'attività creativa. L'input emotivo e sensoriale deve essere razionalizzato, analizzato, codificato e ricondotto entro una prospettiva di progetto”.

Questa visione riflette perfettamente la tensione tra le due dimensioni che Blaise Pascal (matematico e fisico francese) aveva definito “esprit de géométrie” (conoscenza geometrica, razionale) ed “esprit de finesse” (conoscenza artistica, intuitiva).

Ferré riuscì a costruire la sua poetica attraverso la continua armonizzazione tra pensiero razionale e dimensione emotiva, incarnando perfettamente la cultura “politecnica” nel senso più ampio del termine: un sistema multiforme di conoscenze che abbraccia sia la sfera tecnica sia le arti.

1.3.1

Design Principles

Il metodo progettuale di Gianfranco Ferré si articola attraverso sei principi fondamentali che ne definiscono l'approccio unico al design di moda: il corpo, la materia, il colore, il dettaglio, il volume e il movimento. Questi principi descrivono un approccio creativo e una visione originale che ha reinterpretato forme, linguaggi, pratiche e significati della moda.

Come sottolineano Airaghi, Bertola e Vacca (2023) in “Gianfranco Ferré Design Principles”, questi principi di design non sono categorie estetiche astratte, ma elementi costitutivi di una metodologia che unisce rigore tecnico, ricerca culturale ed espressione emotiva. Nelle parole dello stesso designer:

“Il disegno comporta anche consapevolezza del corpo, completo con la sua naturale necessità di muoversi, pertanto sento fortemente che nel mondo di oggi esso richiede forme di abbigliamento tanto più immediate ed essenziali. Praticamente in totale, quasi sorprendente, sincronizzazione con le linee e i segni che definiscono i miei schizzi.”

Ogni principio rappresenta una lente attraverso cui Ferré filtrava la sua visione creativa, trasformando intuizioni emotive in oggetti di moda rigorosamente costruiti. L'analisi di questi sei principi permette di comprendere non solo l'estetica ferriana, ma anche il suo metodo di lavoro, che ha lasciato un'eredità duratura nella cultura del design italiano e internazionale.

Il Corpo

“La forma essenziale è quella del corpo umano, con la sua fisicità, i suoi reali requisiti di movimento, la sua dinamica di interazione con ciò che indossa e l'ambiente circostante.”

- Gianfranco Ferré

Per Ferré, il corpo rappresentava “il primo valore” nel processo di creazione di una collezione. Il corpo non era concepito come un manichino statico su cui applicare tessuti, ma come entità viva, dinamica, in costante relazione con lo spazio circostante. Questo principio si radicava nella sua formazione architettonica: così come in architettura lo spazio è progettato

per l'uomo che lo abita e lo attraversa, nella moda ferriana il capo è concepito per un corpo in movimento, che respira, che interagisce.

Ferré condusse ricerche formali sulla silhouette, combinando talento sartoriale con una passione per linee essenziali che si adattano e seguono il corpo, enfatizzando molteplici declinazioni formali ed estetiche che si muovono tra rigore e indulgenza, maschile e femminile, ornamento e linearità.

La Materia

“Dalla materia, la moda deriva la sua sostanza, la sua dimensione fisica e tangibile. Una parte fondamentale del mio processo creativo ha sempre abbracciato un approccio innovativo e guidato dalla curiosità verso la materia.”

- Gianfranco Ferré

La materializzazione dell'intenzione creativa in un prodotto di moda costituiva per Ferré un percorso di meta-design volto a concettualizzare e definire la “materia” tangibile utilizzata per creare un capo. Significativamente, Ferré preferiva usare il termine “materia” piuttosto che “materiale”, per meglio spiegare il suo approccio alchemico agli elementi puri che rielaborava in nuovi materiali e tessuti. La scelta dei materiali, dei trattamenti e delle tecniche che plasmano intrecci, innesti e nuove superfici non rappresentava virtuosismo fine a sé stesso, ma il desiderio di esplorare nuove forme di materialità. Ferré amava confrontarsi con i laboratori artigianali del Made in Italy, spingendoli oltre il limite attraverso una sperimentazione continua.

Il Colore

“Il colore rappresenta una categoria essenziale all'interno dell'intera idea di un nuovo capo, della sua forma e natura, incorporato in esso fin dal primissimo concetto e schizzo su carta.”

- Gianfranco Ferré

La ricerca cromatica di Ferré seguiva un vocabolario progettuale specifico dove il colore non era semplicemente un atto formale, ma uno strumento capace di costruire una relazione dialogica tra la dimensione materiale e culturale dell'oggetto di moda. Il colore aveva una funzione e un significato ben definiti. Come atto “intenzionale”, il colore faceva parte del processo di design per creare ed enfatizzare silhouette, volumi e dettagli capaci di trasmettere emozioni e valorizzare il corpo. Come linguaggio, il colore si riferiva a un significato più profondo che testimoniava una cultura, un viaggio, un sentimento, un'esperienza: i costanti riferimenti al rosso e ai broccati della Cina imperiale, al blu prussiano che rese rivoluzionario lo stile di Hokusai e Utamaro del Giappone, o alla declinazione cromatico-materica delle spezie indiane.

Il Dettaglio

“L'armonia interiore di un capo può essere rotta di proposito: è sufficiente porre l'attenzione su un dettaglio, come esasperare le dimensioni e le proporzioni di una parte del capo, creando eccessi intenzionali.”

- Gianfranco Ferré

Passione, sperimentazione continua sulla materia, profonda conoscenza delle regole

sartoriali e delle tecniche artigianali definivano l'identità delle collezioni Ferré attraverso lo studio dei dettagli. Ogni elemento, nella semplicità di un taglio o costruzione, o nell'opulenza di un ricamo o applicazione, era progettato per arricchire la narrazione, generando un “senso di crescita ed estensione”. Ispirazioni culturali o intuizioni sartoriali suggerivano contaminazioni materiche senza precedenti, sculture di gioielleria, applicazioni preziose, generate con l'intenzione di sorprendere, confermando la straordinaria capacità di sperimentazione della manifattura italiana della moda.

Il Volume

“Mi sforzo di condensare sogni ed emozioni nel mio abbigliamento, e allo stesso tempo penso inevitabilmente in termini di volumi, di strutture e geometrie che danno all'abbigliamento un'identità, una sostanza e una logica.”

- Gianfranco Ferré

Per Ferré, l'azione progettuale era “un intervento programmato e consapevole sulle forme”, basato su un approccio compositivo di matrice architettonica appreso durante gli studi universitari al Politecnico di Milano e approfondito nella tesi “Metodologia dell'approccio alla composizione” ottenuta nel 1969 sotto la guida del maestro Franco Albini. Lo sviluppo del progetto architettonico parte dalla necessità di mettere in ordine elementi di diverse nature applicando scelte formali nella composizione di volumi e spazi, integrando la sua funzione specifica nella forma. Analogamente, in un progetto di moda, Ferré approcciava la struttura del capo attraverso composizioni geometriche che seguivano regole formali precise e restituivano forme tridimensionali “abitabili” dal corpo. Le silhouette nascevano da un progetto bidimensionale, il cartamodello o flat design, e attraverso processi di decomposizione, semplificazione, riduzione, eliminazione o enfasi, ritornavano ad architetture tridimensionali che accompagnavano il corpo nel suo movimento nello spazio. Come sottolinea Sartorio (2005, p. 226), “la ricerca dell'equilibrio (per Ferré) trae ispirazione dagli incentivi offerti dalla tradizione e va di pari passo con il desiderio di osare e rischiare nelle scelte: il presente è già il futuro”.

Il Movimento

“I miei capi nascono per vestire figure vive e in movimento, che rispondono a precisi requisiti di libertà e comfort.”

- Gianfranco Ferré

A differenza dell'architettura, dove persistono principi come immanenza, stabilità e durabilità, nella moda il movimento rappresenta la dimensione che meglio caratterizza le relazioni tra corpo e capo. Secondo la visione di Ferré, la “cinetica” era soggetto di studio e profonda riflessione, non solo per comprendere come il corpo indossa un capo ma anche come il capo reagisce al movimento del corpo valorizzandone ogni espressione. I cosiddetti disegni delle sfilate (fashion show drawings) costituiscono un esempio cruciale: concepiti per lo studio delle uscite in passerella, questi straordinari disegni sono realizzati con tratti decisi e sintetici, spesso arricchiti da lampi di colore, applicazioni materiche e accenti cromatici per sintetizzare una rappresentazione visiva del capo in movimento.

La camicia bianca rappresenta l'archetipo ideale della concezione di moda di Ferré.

Come dichiarava:

"Parlare della mia camicia bianca è fin troppo facile. È fin troppo facile dichiarare un amore che copre l'arco del mio percorso creativo. Un marchio distintivo, forse la firma ultima del mio stile, che racchiude una ricerca costante di innovazione e un amore non meno costante per la tradizione."

Nelle camicie bianche si ritrovano tutti i principi alla radice dell'approccio progettuale di Ferré. Possono enfatizzare le forme del corpo avvolgendolo e svelandolo, esplorano l'intera gamma della materialità dai tessuti più leggeri e trasparenti a quelli densi e solidi, catturano l'attenzione attraverso dettagli inediti, possono creare volumi che ricordano una corolla di fiore o rappresentare una geometria semplice (Figura 1.27).

La mostra "*La camicia bianca secondo me. Gianfranco Ferré*" tenutasi a Palazzo Reale di Milano nel 2015 ha presentato 27 camicie bianche che raccontano 24 anni di storia della moda italiana, dal 1982 al 2006, evidenziando gli elementi progettuali e innovativi di quello che è stato un capo iconico per uno dei padri del prêt-à-porter italiano (Camera Nazionale della Moda Italiana, 2015).



Figura 1.27
Gian Paolo Barbieri, 1991
Gianfranco Ferré Advert
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano

1.3.2

Il rapporto designer-fotografo

Gianfranco Ferré possedeva una visione chiara e articolata del ruolo della fotografia nella comunicazione della moda. Come scriveva nel 1995:

“Lo stilista non deve soltanto sapere con chiarezza ciò che vuole, ma anche scegliere l'interlocutore adatto, quello che darà corpo, colore, luce e magia alla sua idea. Deve comunicare col fotografo, stabilire una complicità, dargli autonomia, ma con la certezza di potersi riconoscere nell'immagine realizzata. È una questione di feeling, di intesa. Certo, l'esperienza e la professionalità hanno una parte importante; ma senza la capacità di creare insieme, di condividere le emozioni, di fare lavorare insieme l'occhio e l'anima, la fotografia sarà vuota, fredda, inutile e falsa.”

Questa affermazione evidenzia come Ferré concepisse la fotografia di moda non come mera documentazione del prodotto, ma come processo creativo collaborativo, dove designer e fotografo co-costruiscono un immaginario visivo capace di trasmettere l'essenza della collezione. Ferré non era semplicemente un creatore, ma anche un narratore: dialogava con i fotografi, stabiliva una connessione autentica, offrendo loro autonomia creativa ma imprimendo sempre la propria visione.

Il fondo fotografico di advertising conservato nell'Archivio del Centro di Ricerca Gianfranco Ferré conta circa 15.000 documenti ed è caratterizzato da immagini d'autore che uniscono l'approccio progettuale e creativo del designer con la visione e l'immaginario espressivo del fotografo (Caleido/Airaghi, 2024; Centro di ricerca Gianfranco Ferré - Politecnico di Milano). Questa molteplicità di materiali testimonia il processo produttivo tipico degli anni Ottanta e Novanta, antecedente all'avvento della fotografia digitale ad alta qualità. Il dialogo tra stilista e fotografo iniziava dalla selezione che Ferré faceva sui look più rappresentativi della collezione, che poi venivano presentati al fotografo per essere reinterpretati attraverso il suo personale sguardo. La scelta del fotografo non era mai casuale ma un'attenta e motivata decisione basata sulla capacità di tradurre la visione del brand e lo spirito della collezione in immagini di grande fascinazione e forte impatto visivo.

Ferré applicava i suoi sei principi di design anche nella concezione delle campagne fotografiche: sono il ponte tra il modo in cui pensa e costruisce l'abito e il modo in cui lo fa vedere al mondo. Come evidenza il catalogo della mostra “Gianfranco Ferré dentro l'obiettivo” a cura di Airaghi, Bertola e Vacca (2024), le sei stanze espositive sono organizzate attorno a sei principi operativi che riconducono il linguaggio fotografico al lavoro di Ferré:

COMPORRE: l'attenzione alla composizione geometrica (IL CORPO)

Nella fotografia come nel capo, “comporre” significa organizzare elementi diversi (corpo, abito, sfondo, luce) secondo un ordine preciso. Ferré, formato all'architettura, ragiona per volumi, assi, pieni/vuoti: il fotografo viene scelto anche in base alla capacità di restituire questo impianto. In mostra, “comporre” è il principio che guida le sale dove si leggono chiaramente linee di fuga, simmetrie spezzate, rapporti tra figura e campo: l'immagine è usata come pianta/prospetto del capo, non come semplice ritratto.

RIDURRE: l'essenzialità formale (LA MATERIA)

“Ridurre” non vuol dire impoverire, ma eliminare il superfluo perché resti chiaro il nucleo della proposta estetica. È l'equivalente fotografico del lavoro di pulizia che Ferré fa sui cartamodelli: togliere ciò che disturba la lettura della forma. Fondali quasi sempre neutri o estremamente controllati (studio, orizzonte semplice, architetture nitide): ciò che non aggiunge significato al capo viene spinto fuori campo. Molti scatti sono costruiti con una gamma cromatica limitata (bianco/nero, pochissimi colori pieni), così che il colore non “copra” la struttura ma la evidenzi. Nelle sale della mostra, “ridurre” si vede nella selezione: da centinaia di provini si arriva a pochissime immagini icona in cui il messaggio di collezione è chiaro, diretto, leggibile a colpo d'occhio. icona in cui il messaggio di collezione è chiaro, diretto, leggibile a colpo d'occhio.

ENFATIZZARE: l'accentuazione di dettagli e volumi (IL DETTAGLIO)

È il principio che corrisponde al “mettere a fuoco” ferriano: usare la fotografia per far emergere volutamente un particolare (un colletto, un fiocco, una spalla) o una certa costruzione volumetrica. Nei close up e nei tagli stretti, la macchina stringe su polsini, colli, bottoni, intrecci, ricami: il dettaglio diventa quasi un “macropaesaggio”, dove si leggono materia, cuciture, tridimensionalità. Nelle sale, “enfaticizzare” guida l'accostamento di grandi stampe e provini: la stessa immagine può essere vista prima nella sua interezza, poi “isolando” il punto su cui Ferré e il fotografo vogliono che l'occhio si fermi. up e nei tagli stretti, la macchina stringe su paesaggio”, dove si leggono materia, cuciture, tridimensionalità. Nelle sale, “enfaticizzare” guida l'accostamento di grandi stampe e provini: la stessa immagine può essere vista prima nella sua interezza, poi “isolando” il punto su cui Ferré e il fotografo vogliono che l'occhio si fermi.

RICALIBRA: il bilanciamento tra elementi (IL COLORE)

“Ricalibrare” è un verbo molto ferriano: indica il continuo lavoro di aggiustamento di proporzioni, pesi visivi, relazioni tra elementi. È ciò che succede sia in atelier (prova abito) sia sul set (prova luci, pose, inquadrature). L'archivio mostra fogli di prove di stampa pieni di note a margine (più contrasto, meno luce sul volto, sposta logo, taglia sopra il ginocchio): sono i segni materiali di questo ricalibrare. Curatorialmente, “ricalibrare” è anche la logica con cui abiti, disegni e foto sono montati nelle stanze: nessun linguaggio schiaccia l'altro, ognuno è pesato perché il visitatore possa percepire l'insieme.

DECOSTRUIRE: la scomposizione delle forme (IL VOLUME)

Nel lessico della mostra, “decostruire” non è solo un tema di stile (la giacca destrutturata), ma un principio espositivo: smontare il percorso immagine per far vedere come nasce. Le sale funzionano come una camera oscura concettuale: provini, negativi, fotocolor, scatti annotati, cataloghi, campagne finite vengono mostrati insieme, in sequenza. Si vede come da decine di varianti si arrivi a una sola immagine pubblicata. La sezione sui video e sul gemello digitale dell'abito porta la decostruzione ancora più indietro: dall'immagine al 3D, dal 3D al cartamodello, dal cartamodello alle geometrie matematiche. In termini di linguaggio fotografico, “decostruire” è anche il modo in cui certi fotografi frammentano il corpo e lo spazio: non sempre vedi la figura intera; spesso il racconto passa attraverso parti, riflessi, sovrapposizioni. È un modo visivo per far emergere la struttura dietro la superficie. Questo principio fa percepire Ferré come “anti purista” dell'immagine: non lo interessa solo lo scatto perfetto, ma anche tutta la costellazione di materiali che lo precede e lo segue.

EMOZIONARE: la dimensione emotiva e poetica (IL MOVIMENTO)

Infine, “emozionare” è ciò che per Ferré dà senso all'intero processo: se la foto non suscita nulla, è “vuota, fredda, inutile e falsa”. L'emozione qui non è sentimentalismo generico, ma la capacità dell'immagine di tenere insieme metodo e poesia. Nella mostra, “emozionare” è anche la scelta di allestire le foto in una sorta di quadreria seicentesca, ravvicinata, immersiva: lo spettatore è circondato dalle immagini, non le guarda da lontano come semplici documenti.

Questi principi operativi permettono di leggere il lavoro dello stilista nei tratti caratterizzanti dei diversi fotografi, creando continui rimandi tra disegni, cartelle materiali e gli stessi abiti. La comunicazione visiva di Ferré si realizzava attraverso collaborazioni con alcuni dei più grandi maestri della fotografia di moda internazionale. L'archivio fotografico del Centro di Ricerca Gianfranco Ferré conserva opere mai esposte prima, create da otto maestri della fotografia di moda (Caleido/Airaghi, 2024; Im Firenze Digest, 2023) che lavorarono con Ferré a campagne pubblicitarie iconiche: Gian Paolo Barbieri, Guy Bourdin, Michel Comte, Patrick Demarchelier, Peter Lindbergh, Steven Meisel, Bettina Rheims e Herb Ritts. Ferré dice esplicitamente che lo stilista deve scegliere “l'interlocutore adatto”, comunicare con il fotografo, stabilire una complicità, lasciargli autonomia “ma con la certezza di potersi riconoscere nell'immagine realizzata”, altrimenti la fotografia resta “vuota, fredda, inutile e falsa”. L'archivio rivela quindi un lavoro di squadra e un processo di raffinazione progressiva dell'immagine, dove Ferré controlla il senso del progetto ma accoglie la specifica “anima” di ogni fotografo.

Gian Paolo Barbieri

Con Barbieri il legame è lungo e fondativo: realizza campagne soprattutto prêt-à-porter Donna che costruiscono nel tempo l'immaginario della "donna Ferré" elegante e seducente. Ferré è attratto dal rigore compositivo di Barbieri, che traduce le geometrie degli abiti in immagini altrettanto strutturate: per A/I 1981-82, ad esempio, i grafismi orientali della collezione diventano composizioni quasi laccate, dove corpo, abito e fondo perla formano un unico blocco plastico (Figura 1.28). Allo stesso tempo Barbieri cerca di cogliere gli aspetti "tecnici e scientifici" del lavoro di Ferré e anticipa un minimalismo anni Novanta che dialoga perfettamente con l'"architettura" dei capi. Il risultato è un lavoro a quattro mani: Ferré porta metodo e forma, Barbieri aggiunge mise-en-scène, luce e teatralità controllata. Come spiega Emmanuele C. Randazzo, Vice Presidente della Fondazione Gian Paolo Barbieri: "Gian Paolo tentava di cogliere e interpretare gli aspetti tecnici e scientifici che influenzavano la visione artistica di Ferré. Barbieri era impressionato dallo stile architettonico di Ferré e mirava a creare una singola resa fotografica che avrebbe anticipato la tendenza minimalista degli anni '90, che Ferré aveva pionierato".

Guy Bourdin

Bourdin realizza due campagne Ferré, ma il suo ruolo è cruciale nel mostrare come lo stilista accetti anche sguardi più radicali. Le sue inquadrature eccentriche, il colore violento e il montaggio quasi cinematografico spostano il baricentro dall'abito alla situazione, al frammento, al dettaglio enigmatico. Ferré lo chiama proprio quando vuole che la collezione entri in un registro più perturbante e surrealista: Bourdin fa esplodere il principio del dettaglio (una gamba, un'ombra, un oggetto) come dispositivo narrativo, trasformando i capi Ferré in elementi di una storia aperta, non didascalica (Figura 1.29).

Michel Comte

Comte incarna perfettamente il principio del movimento. Fin dalla prima collaborazione (P/E 1995) il suo obiettivo è "catturare l'attimo di un gesto o di una movenza" per restituire un glamour moderno e auto consapevole. Le campagne A/I 1995-96 e A/I 1998-99, con la protagonista trasformata in una Giovanna d'Arco futuribile, mostrano come Ferré usi Comte per spingere il racconto su un piano quasi cinematografico: la collezione diventa scena, il capo è un dispositivo narrativo dentro un "mondo" costruito ad hoc. Negli scatti sulla camicia Libellula o nella P/E 1998, il fotografo enfatizza trasparenze, leggerezza, spiritualità del corpo vestito, traducendo i principi di materia e volume in immagini dal ritmo fluido, sospese tra realtà e astrazione (Figura 1.30).

Patrick Demarchelier

Demarchelier, meno presente ma significativo, viene scelto da Ferré per la sua capacità di coniugare eleganza e apparente spontaneità. Le sue immagini costruiscono una femminilità che sembra colta "di sfuggita", ma in realtà è calibrata nei dettagli: luce morbida, gesti naturali, ambientazioni quotidiane trasformano gli abiti Ferré in oggetti di desiderio "vivibili", non solo da passerella. In termini di principi, Demarchelier lavora soprattutto su corpo e movimento in chiave narrativa: i capi seguono il fluire della scena, più che dominare l'inquadratura (Figura 1.31).



Figura 1.28
Gian Paolo Barbieri, 1981
Campagna A/I 1981-82 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano



Figura 1.29
Guy Bourdin, 1981
Campagna P/E 1982 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano

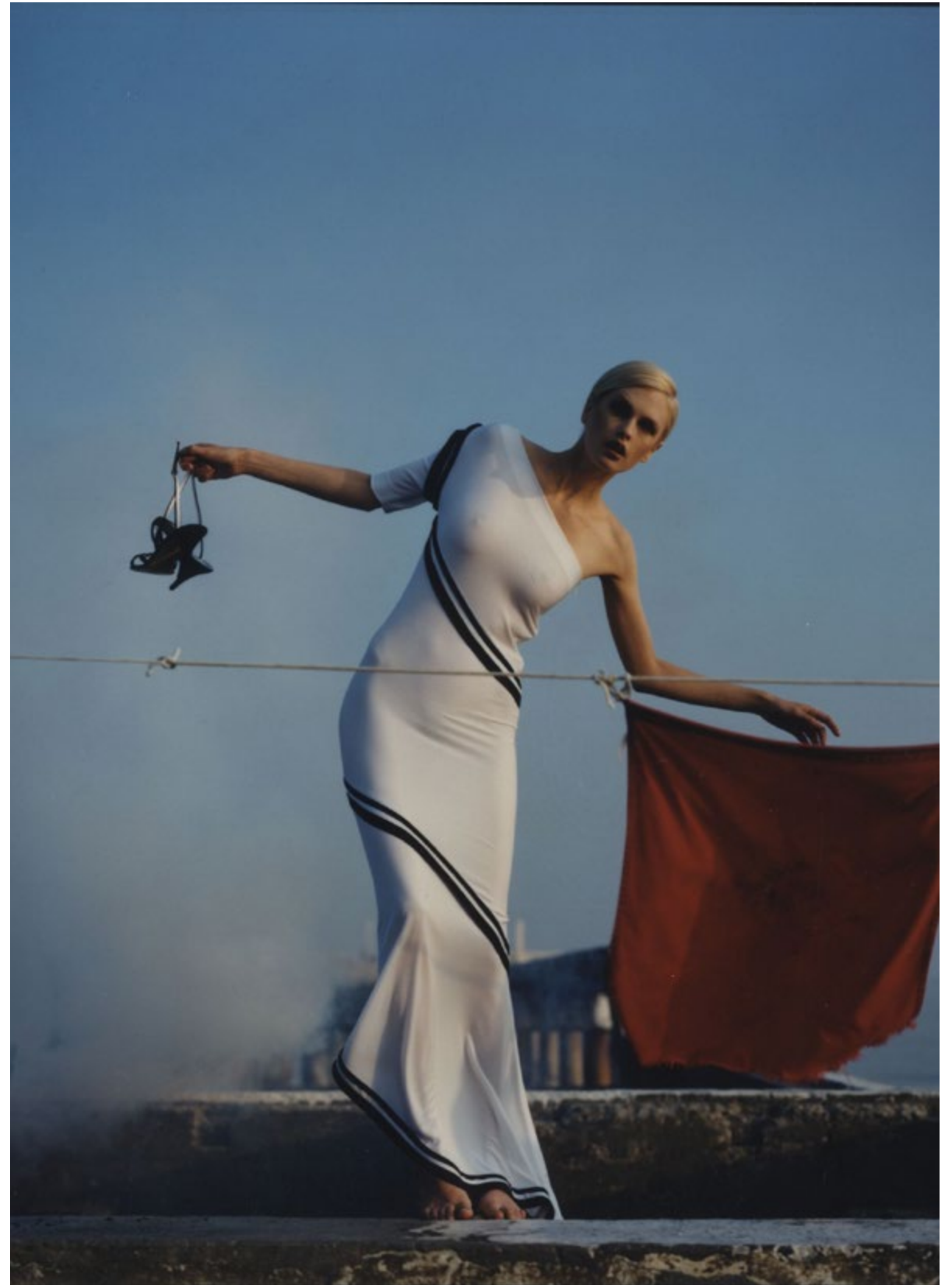


Figura 1.30
Michel Comte, 1997
Campagna P/E 1998 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano



Figura 1.31
Patrick Demarchelier, 2004
Campagna P/E 2005 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano

Peter Lindbergh

Lindbergh collabora a campagne (Donna e Uomo), portando il suo sguardo umanista e cinematografico. Il catalogo insiste sul suo uso del bianco e nero, sulle luci morbide e sul fatto che per lui lo storytelling è “l'essenza della fotografia”: le campagne Ferré sono concepite come piccoli film, spesso ambientati in esterni, dove i protagonisti sembrano colti nel mezzo di un'azione. In uno scatto per P/E 2002 compare lo stesso Ferré accanto alla modella Nina Heimlich, (Figure 1.32) a sottolineare l'equilibrio tra semplicità e sofisticazione che entrambi ricercano. Lindbergh traduce i principi di corpo e volume in termini esistenziali: la silhouette Ferré non è mai pura astrazione, ma sempre legata a un volto, a uno sguardo, a una storia personale.

Steven Meisel

Meisel viene descritto come eclettico, colto e capace di filtrare attraverso la moda uno sguardo acuto sulla contemporaneità. Nelle campagne P/E 1992 e A/I 1992-93, girate, tra l'altro, alla Maison de Verre, l'immaginario Ferré si intreccia con architettura modernista, citazioni artistiche e cultura pop: Linda Evangelista assume pose quasi acrobatiche, che mettono in scena la tensione tra volume architettonico dell'abito e movimento del corpo. Nel 2005, Meisel accentua un “realismo magico”: bianco e nero punteggiato da tocchi di colore, volumi importanti, copricapi eccessivi e pose teatrali creano una bellezza insieme decadente e fresca (Figura 1.33). Ferré qui usa Meisel come “regista” di mondi complessi, dove i suoi principi (materia, colore, volume, dettaglio) diventano codici visivi stratificati.

Bettina Rheims

Rheims è presentata nel catalogo come ritrattista che esplora corpo femminile, identità e genere, con uno sguardo che mette a nudo fragilità e forza del soggetto. Ferré la coinvolge proprio per questa capacità di far emergere la psicologia dietro il volto e l'abito: i suoi ritratti per Ferré non sono soltanto “foto di modella”, ma veri studi di presenza, dove la costruzione del personaggio è centrale. Ne risulta un'interpretazione molto diretta dei principi di corpo e dettaglio: il corpo è quasi sempre ravvicinato, il dettaglio (una piega, un gioiello, uno sguardo) diventa chiave di lettura del capo e della donna che lo indossa (Figura 1.34).

Herb Ritts

Ritts è il più “classico” dei collaboratori: firma diverse campagne in dodici anni, tra Donna, Uomo e Alta Moda. Il catalogo sottolinea come il suo classicismo grafico, fondi neutri, forti contrasti, pose scultoree, rispecchi il gusto di Ferré per l'arte antica e il drappeggio classico. Nella A/I 1985-86 e in Alta Moda A/I 1987-88 (Figura 1.35), ad esempio, i drappeggi morbidi o i tagli geometrici sono fissati in immagini quasi marmoree, dove abito e corpo formano un tutt'uno sospeso nello spazio. Qui i principi di volume e materia sono portati all'estremo: il tessuto diventa materia plastica, la figura è scolpita dalla luce, la narrazione è sintetica ma potentissima (una sola immagine condensata di significato).



Figura 1.32
Peter Lindbergh, 2001
Campagna P/E 2002 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano



Figura 1.33
Steve Meisel, 2005
Campagna A/I 2005-06 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano



Figura 1.34
Bettina Rheims, 1994
Campagna A/I 1994-95 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano



Figura 1.35
Herb Ritts, 1987
Campagna A/I 1987-88 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center, Politecnico di Milano

Si può quindi ribadire come la scelta del fotografo rimane sempre motivata. Per tutte le collezioni si partiva da una serie di scatti per ogni look scelto, sviluppati come negativi in bianco e nero e a colori o come diapositive di diversi formati, utilizzati per la selezione iniziale che generava automaticamente una “prima scelta” e una “seconda scelta” puramente estetica e qualitativa. Venivano poi eseguite delle prove di stampa, che erano ulteriormente scremate per arrivare alla scelta di uno scatto “definitivo”, che sarebbe poi finito nel catalogo commerciale di quella collezione o inviato alle testate di moda per essere pubblicato nelle riviste di settore.

Come sottolinea Marlène Van de Casteele, questi materiali di making-of rivelano meccanismi interni dell'industria della moda: i processi creativi, le reti e le gerarchie, le procedure di circolazione e i processi istituzionali coinvolti nella creazione di valore culturale. Si tratta di un accesso privilegiato, a distanza di anni, al backstage della produzione fotografica, che vede la fotografia di moda come un vero e proprio lavoro di squadra tra designer, fotografo, direttore artistico, make-up artist, hair stylist, modelli, tecnici e molti altri.

Le collezioni fotografiche conservate nell'archivio Ferré permettono di rintracciare testimonianze visive significative dell'evoluzione di stili, identità e influenze culturali del settore (Vacca, 2025). Sono sinonimo di cambiamento del linguaggio produttivo e comunicativo della moda, legato a una conseguente evoluzione di costumi e interessi della società del proprio tempo.

Riconoscere nella fotografia di moda le caratteristiche effimere della sua identità non intacca in alcun modo la valenza creativa di tali immagini, quanto piuttosto la arricchisce di ulteriori narrazioni e valori strettamente collegati al processo che ha portato a crearle. L'immagine inizialmente effimera diventa testimonianza di un'autorialità multipla, che da un lato interpreta e rappresenta l'identità dei suoi creatori e dall'altro contribuisce a tracciare una storia della cultura contemporanea, di cui fotografia e moda, nelle loro relazioni e rimandi, sono espressioni

In sintesi, con questi otto fotografi Ferré sperimenta otto declinazioni diverse della stessa idea: usare la fotografia come seconda fase del progetto, dove ciò che è stato pensato in termini di corpo, materia, colore, dettaglio, volume e movimento viene ritradotto in storie, atmosfere e immagini che non illustrano soltanto la collezione, ma ne espandono il significato culturale. L'uso strategico della fotografia con i maestri della disciplina, la ricerca cromatica e materica, l'attenzione maniacale al dettaglio e la concezione volumetrica dello spazio costituiscono i pilastri di un approccio che continua a ispirare generazioni di designer.

MICHEL COMTE

Michel Comte rappresenta una figura singolare nel panorama della fotografia contemporanea, distinguendosi per un approccio che fonde la patinatura dell'alta moda con l'urgenza narrativa del reportage. La sua cifra stilistica non risiede in una tecnica rigida o in un set predefinito, ma nella capacità di abitare gli estremi: Comte si muove con la stessa disinvoltura tra i ritratti patinati delle supermodelle negli hotel di lusso e i teatri di guerra. Questa dualità è la chiave per comprendere i suoi codici estetici (Kunst Haus Wien, 2025; The Eye of Photography Magazine, 2018), che rifiutano la staticità della posa tradizionale a favore di una "estetica dell'istante".

Nato a Zurigo nel 1954, Comte si distingue per un'evoluzione atipica che ha radici lontane dal mondo della moda. Inizialmente formatosi come restauratore d'arte contemporanea (Andres Thalmann Gallery, 2018; Comte, 2020), specializzandosi in opere di artisti come Yves Klein e Andy Warhol, Comte ha sviluppato una sensibilità unica per la superficie, la texture e la composizione cromatica ancor prima di impugnare professionalmente la fotocamera. Questo background tecnico ha influenzato profondamente il suo approccio all'immagine, intesa non solo come documentazione, ma come "materia" viva da plasmare. La svolta professionale avviene nel 1979, quando Karl Lagerfeld intuisce il suo potenziale e gli affida la sua prima campagna internazionale per la casa di moda Chloé, e successivamente per Chanel (CNN Style, 2019; Andres Thalmann Gallery, 2018). Questo incarico segna il suo trasferimento a Parigi e l'ingresso immediato nell'élite della fotografia mondiale. Da quel momento, Comte diventa una figura centrale dell'editoria di moda, collaborando stabilmente con testate di riferimento come Vogue Italia, Vanity Fair e Interview, spesso sotto la direzione di figure leggendarie come Franca Sozzani. Negli anni successivi, lavora per le più prestigiose case di moda, come Chanel, Dolce & Gabbana, Gianfranco Ferré, Givenchy, Gucci, Versace, Calvin Klein, e collabora con riviste come Vogue Italia, Vanity Fair, Interview, GQ, Elle, Esquire, Mademoiselle, Marie Claire e L'Uomo Vogue.

Negli anni '90, Comte è uno dei principali artefici dell'era delle "supermodelle", ritraendo icone come Cindy Crawford, Naomi Campbell (Figura 1.37) e Carla Bruni (Figura 1.36) (The Eye of Photography Magazine, 2018; Guy Hepner, 2023). Tuttavia, parallelamente al lavoro commerciale per brand come Dolce & Gabbana e Ferrari, Comte coltiva una pratica diametralmente opposta: il reportage umanitario. Collaborando con il Comitato Internazionale della Croce Rossa (CICR), documenta zone di conflitto dimostrando una versatilità rara e un impegno etico che lo porta a finanziare progetti come la costruzione di un ospedale ortopedico a Kabul.

A partire dal 2009, Comte ha ufficialmente ridotto la sua attività di fotografo commerciale per dedicarsi principalmente alla creazione di opere d'arte, concentrandosi su progetti che esplora l'impatto del declino ambientale attraverso installazioni, sculture e opere multimediali. Questa transizione riflette una maturazione artistica che lo porta a superare i confini della fotografia tradizionale per abbracciare forme espressive più complesse e impegnate. Nella critica contemporanea, Comte viene riconosciuto come uno dei più grandi cronisti fotografici del presente, capace di avvicinare ambienti umani diversissimi e di dotare gli estremi del pianeta di una dimensione umana. La sua capacità di creare un'atmosfera amichevole sul set, combinata con la sua abilità nel far parlare i soggetti attraverso le loro immagini, è considerata una delle sue qualità più preziose (Steidl, 2024; Kunst Haus Wien, 2025; Artnet News, 2024).



Figura 1.36
Michel Comte, 1996
Carla Bruni

1.4.1

Il linguaggio visivo

Il profilo di Comte come fotografo si distingue per un rifiuto programmatico della rigidità accademica e per una capacità unica di spostarsi tra estremi apparentemente inconciliabili: da un lato, l'universo sfavillante del jet set e della moda; dall'altro, la dura realtà delle zone di guerra e delle conseguenze umanitarie dei conflitti. Questa dialettica costituisce il nucleo della sua poetica visiva, che non si accontenta di documentare la superficie ma penetra nella dimensione umana dei soggetti.

Un elemento ricorrente nell'opera di Comte è rappresentato dal ritratto femminile, che l'artista sviluppa come un "collettivo multifaccettato della donna contemporanea". Le sue immagini di donne oscillano tra un'alienazione super-cool e momenti di grande calore emotivo, passando per immagini marcate da consapevolezza di sé e gioia di vivere. I suoi nudi si configurano come metafore eroticamente cariche di una figura femminile in stato di trasformazione, dove curve e contorni, luce e ombra vengono utilizzati con effetti sofisticati che rendono talvolta difficile identificare il soggetto, trasformando il corpo in pura forma estetica.

La capacità di Comte di creare intimità con i soggetti rappresenta uno dei suoi tratti distintivi più riconoscibili. Come affermato dallo stesso artista: "È sempre una questione di fiducia" (The Talks, 2025; CNN Style, 2019). I suoi ritratti di celebrità, da Madonna a Carla Bruni, da Naomi Campbell a Mike Tyson, trascendono la fotografia di celebrità standard per rivelare momenti di intimità che offrono allo spettatore modalità di accesso quasi personali al soggetto rappresentato. Questo approccio si realizza attraverso una costante ricerca di invenzioni pittoriche che permettono di creare ritratti altamente individualizzati, mostrando le persone famose al di fuori dei ruoli prescritti.

I suoi codici stilistici possono essere decifrati attraverso tre elementi chiave: la gestione della luce, la dinamica della posa e l'approccio empatico al soggetto.

1. La Luce come Narrazione Emotiva:

L'uso della luce in Comte è spesso descritto come "cinematico ma organico", privo dell'artificialità barocca tipica di alcuni suoi contemporanei. Egli oscilla tra due registri: l'uso drammatico del bianco e nero ad alto contrasto, che scolpisce i volti delle supermodelle conferendo loro una tridimensionalità quasi scultorea, e una predilezione per la luce naturale perché, nonostante la complessità delle produzioni, la sua luce mantiene una qualità organica, quasi "trovata" sul momento. La sua abilità nell'utilizzare la luce naturale o setup minimali gli permettono inoltre di muoversi liberamente attorno al soggetto. In opere iconiche come *Cindy Crawford Paparazzi* (1996) o nei ritratti di Miles Davis, la luce non serve solo a illuminare, ma a creare una "tensione narrativa", un chiaroscuro che suggerisce intimità e vulnerabilità.

2. La "Non-Posa" e il Dinamismo:

La cifra stilistica più riconoscibile di Comte è la capacità di catturare il momento "interstiziale", quell'attimo di verità che risiede tra una posa e l'altra. Il suo metodo sul set è noto per essere rapido, talvolta caotico, spesso accompagnato da musica ad alto volume, mirato a disorientare leggermente il soggetto per far cadere la maschera della celebrità. Lo spazio, nelle fotografie di Comte, è raramente un semplice fondale neutro; è un ambiente vissuto. Che si tratti di una stanza del Ritz o di un paesaggio desolato, Comte riduce la distanza tra fotografo e soggetto, operando in una zona di prossemica intima ("close but not too close"). Il suo approccio alla posa è l'antitesi della staticità: egli cerca il "momento intermedio", l'attimo di distrazione o di movimento che precede o segue la posa ufficiale. Le sue immagini raramente mostrano corpi statici; piuttosto, congelano il movimento, una risata improvvisa o uno sguardo distratto. Questa "estetica dell'istantanea" (snapshot aesthetic), seppur controllata, conferisce alle sue immagini di moda una vitalità e una spontaneità che le rendono atemporali. Questo stile, spesso definito "candid" o da reportage, nasce da un metodo di lavoro basato sull'improvvisazione e sulla creazione di un'atmosfera rilassata sul set. È noto per la rapidità di esecuzione, che impedisce al soggetto di "congelarsi" in un'espressione artificiale. Le sue modelle non appaiono come manichini irraggiungibili, ma come figure colte in un attimo di "opulenta nonchalance" o di inaspettata fragilità (Figura 1.38).

3. Il Soggetto: Umanizzare l'Icona

Un aspetto cruciale per comprendere "chi era" Comte come fotografo è la sua dualità. Mentre ritraeva l'opulenza del mondo occidentale, lavorava parallelamente come reporter per il Comitato Internazionale della Croce Rossa (CICR) in zone di guerra come Afghanistan, Bosnia e Sudan. Il codice estetico che unifica questi due mondi apparentemente inconciliabili è l'umanizzazione del mito: spoglia le celebrità della loro aura di intoccabilità, cercando una connessione emotiva che trascenda il glamour. Comte applica lo stesso rigore formale e la stessa empatia sia al ritratto di una star di Hollywood che a quello di una vittima di guerra: non c'è voyeurismo nel dolore, né eccessiva venerazione nella fama, esiste solo l'essere umano. Per Comte quindi non esistono gerarchie tra i soggetti, esiste solo l'intensità dello sguardo e la verità del momento catturato. In sintesi, l'estetica di Michel Comte si fonda su un paradosso visivo: usa i codici del lusso per raccontare storie umane crude e, viceversa, applica l'occhio empatico del documentarista alla fotografia di moda, creando immagini che sono, contemporaneamente, documenti di un'epoca e opere d'arte senza tempo.

Figura 1.37
Michel Comte, 1994
Naomi Campbell per Vogue Italia





Figura 1.38
Michel Comte, 1996
Campagna P/E 1997 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano

Come già citato precedentemente, negli ultimi anni la fotografia di Comte ha subito un'ulteriore metamorfosi, allontanandosi dalla figura umana per dedicarsi alla "Fine Art" e a progetti installativi su larga scala.

Nel progetto monumentale *Light*, dedicato allo scioglimento dei ghiacciai, i codici estetici mutano nuovamente: la velocità dello scatto di moda lascia il posto alla contemplazione lenta (Steidl, 2024; Kunst Haus Wien, 2025). Qui, la texture torna protagonista assoluta (richiamando il suo passato da restauratore), e la fotografia diventa uno strumento di testimonianza ambientale, chiudendo il cerchio di una carriera dedicata alla ricerca della verità visiva, sia essa nel volto di una modella o nella superficie di un ghiacciaio morente.



Figura 1.39
Michel Comte, 1993
Helena Christensen per Save Safe Sex

1.4.2

Principali lavori

“Save Safe Sex” (1994)

Una delle sue serie più significative e di maggior impatto sociale è la campagna Save Safe Sex del 1994, realizzata nel pieno della crisi AIDS (The Eye of Photography Magazine, 2018, Kunst Haus Wien, 2025). Le immagini, che presentano celebrità come Carla Bruni, Naomi Campbell, Helena Christensen e Tina Turner, hanno generato oltre un milione di dollari in donazioni e contribuito a ridurre lo stigma associato all’HIV/AIDS. Comte ha dichiarato: “Negli anni ‘90, tutto ciò che aveva a che fare con il sesso è diventato un grosso punto interrogativo per paura e insicurezza. Inoltre, ho molti amici omosessuali per i quali la vita è diventata difficile. Con questo progetto, voglio mostrare che anche le persone che devono vivere con l’AIDS non devono vivere senza amore e sessualità” (Figura 1.39).

“Light” 2009

Dal 2009, Comte dedica la maggior parte della sua attività al progetto Light, uno studio dei paesaggi naturali che esplora l'impatto dei cambiamenti ambientali attraverso scultura, pittura, installazioni e fotografia. La serie è stata esposta in importanti istituzioni museali internazionali (Steidl, 2024; Kunst Haus Wien, 2025): Triennale di Milano (2017), MAXXI a Roma (2017), Urs Meile Galleries (Pechino 2018 e Lucerna 2020), Dirimart (Turchia 2019). Il progetto include installazioni sonore e di luce proiettate su ghiacciai, con l'obiettivo di documentare e sensibilizzare sulla velocità dello scioglimento glaciale, che Comte ha osservato essere di circa tre chilometri all'anno in alcuni casi, ben oltre le stime scientifiche ufficiali.

“The Girl from Nagasaki” (2013)

Nel 2013, Comte dirige e produce il suo primo lungometraggio in 3D, *The Girl from Nagasaki*, una rielaborazione dell'opera *Madama Butterfly* di Puccini, che debutta al Sundance Film Festival nel 2014 (Kunst Haus Wien, 2025; Artnet News, 2024). Il film rappresenta un momento di sperimentazione artistica che segna la transizione verso un approccio più cinematografico e narrativo nella sua pratica.

Altri progetti significativi

Tra gli altri lavori degni di nota, la serie *Beauty and the Beast* (1996) (Figura 1.40), realizzata nel deserto californiano di Mojave, che fotografa animali di specie in via di estinzione insieme a modelle in pose artistiche. Nel 2016, la mostra *Neoclassic* al Palazzo del Governatore di Parma esplora l'ascesa e la caduta del neoclassicismo attraverso sculture gigantesche distrutte appositamente per l'esposizione, creando un dialogo tra bellezza e decadenza.



Figura 1.40
Michel Comte, 1996
Beauty and the beast, Zebra II

DALL' ANALOGICO AL DIGITALE

2.1

EVOLUZIONE DEL PROCESSO FOTOGRAFICO

La fotografia, come medium artistico e culturale fondamentale nel campo della fashion photography, ha attraversato tre fasi storiche e tecnologiche distinte che hanno ridefinito radicalmente il suo processo creativo, il suo statuto ontologico e il rapporto tra autore, realtà e spettatore.

Da processo chimico-materico legato alla cattura fisica della luce, a codificazione numerica manipolabile all'infinito, fino alla generazione sintetica algoritmica, ogni era rappresenta una frattura epistemologica che ha ampliato le possibilità espressive ma ha anche posto interrogativi profondi sull'autenticità dell'immagine.

Ogni stadio non solo ha trasformato la tecnologia, ma ha alterato il rapporto tra fotografo, realtà e spettatore, passando da un approccio artigianale e ad uno computazionale e sintetico.

Era Analogica (1839-1990): Traccia di realtà

L'era analogica rappresenta il momento fondativo della fotografia, caratterizzato da un processo irreversibile e artigianale che legava l'immagine a una traccia fisica diretta della luce. Il dagherrotipo di Louis Daguerre (1839), primo procedimento pratico reso pubblico all'Académie des Sciences di Parigi, richiedeva esposizioni di 10-20 minuti su lastre di rame argentate e iodurate, producendo ritratti unici non riproducibili che testimoniavano l'esistenza dell'oggetto fotografato con una fedeltà meccanica assoluta. Nel contesto fashion, pensiamo ai ritratti di moda di Edward Steichen per Vogue (anni '30), che sfruttavano l'emulsione gelatino-bromuro (introdotta nel 1880, definita da Helmut Gernsheim la "rivoluzione più importante" della fotografia) (Gernsheim & Gernsheim, 1969) per ottenere stampe nitide e tonalità ricche. L'avvento della pellicola 35mm con la Leica di Oskar Barnack (1925) rivoluzionò la fotografia candid, come dimostrato da Henri Cartier-Bresson e il suo concetto di "decisivo momento", ma anche dalle immagini di moda di Martin Munkácsi per Harper's Bazaar, che catturavano movimento dinamico grazie alla portabilità del formato.

Era Digitale (1990-2014): Dato manipolatore

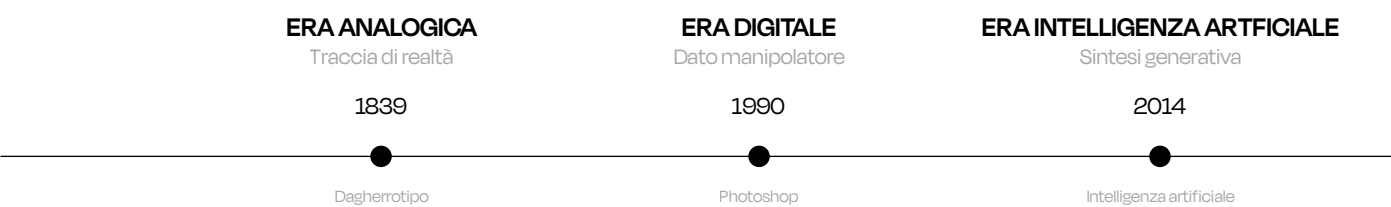
La transizione digitale, iniziata con la prima immagine scannerizzata da Russell Kirsch (1957) ma commercializzata negli anni '90, sostituisce la chimica con elettronica: sensori CCD/CMOS convertono fotoni in segnali elettrici, codificati in array numerici (pixel) processabili da computer. La Kodak DCS 100 (1991) e la Nikon D1 (1999) resero il digitale professionale accessibile, mentre Adobe Photoshop (1990) trasformò la post-produzione in pratica artistica. Susan Sontag (scrittrice e filosofa statunitense) nota come questa fase inverta il rapporto: "la realtà assomiglia sempre più a ciò che la fotografia rappresenta", con l'immagine che precede e plasma il reale (Sontag, 1977). Alcuni esempi sono dati da Andreas Gursky con Rhein II, 1999, venduta 4,3 milioni USD che eliminò digitalmente elementi "disturbanti" dal paesaggio e da Jeff Wall che costruiva tableaux vivants (quadri viventi) come A Sudden Gust of Wind (1993) con compositing di decine di negativi digitali, fondendo pittura cinquecentesca e tecnologia. Cindy Sherman sperimentò con autoritratti digitali manipolati, esplorando identità fluida nel fashion system.

Era Intelligenza Artificiale (2014-oggi): Sintesi Generativa

L'intelligenza artificiale, inaugurata dalle GAN di Ian Goodfellow (2014), produce immagini fotorealistiche da testo tramite reti neurali addestrate su miliardi di foto, eliminando la necessità di una "cattura" fisica. DALL-E 2 (2022) e Stable Diffusion generano paesaggi, ritratti, still life da prompt testuali, mentre Midjourney domina la fashion photography con concept da passerella inesistenti. Trevor Paglen espone questa "machine vision" in From "Apple" to "Anomaly" (2019), stampando 30.000 immagini da dataset ImageNet per rivelare bias algoritmici (Schramowski, Brugger, & Müller, 2024). Vilém Flusser (filosofo e scrittore ceco) aveva previsto questa "post-storia": l'apparato (Intelligenza artificiale) programma il fotografo, non viceversa (Flusser, 2000). In seguito verrà spiegato come questa tecnologia stia influenzando la produzione fotografica nell'era contemporanea, soprattutto nel sistema moda.

In sintesi possiamo quindi affermare che l'evoluzione del processo fotografico da analogico a digitale fino all'intelligenza artificiale generativa rappresenta una metamorfosi radicale del medium, che da traccia meccanica della realtà è divenuto sintesi algoritmica capace di precedere e plasmare il reale stesso, con profonde implicazioni per la fashion photography come pratica estetica e commerciale. Nei paragrafi successivi verrà analizzata in dettaglio

la differenza tra il workflow classico analogico-digitale per la produzione di foto moda, caratterizzato da shooting fisici, illuminazione controllata e post-produzione artigianale, e quello contemporaneo basato su AI, che privilegia il prompt engineering, l'iterazione generativa e il refinement computazionale. Verrà inoltre discusso il punto di vista etico relativo all'autenticità delle immagini sintetiche, ai bias algoritmici e alla trasparenza dichiarativa, unitamente alle nuove competenze richieste al fashion photographer moderno: padronanza di natural language processing per prompt, comprensione dei modelli diffusivi, gestione dataset e etica dell'immagine digitale.



WORKFLOW CLASSICO NELLA PRODUZIONE DI FOTO MODA

Il workflow classico nella produzione di foto moda rappresenta un processo meticoloso e altamente collaborativo, che si articola in fasi distinte dalla pre-produzione alla post-produzione, garantendo che ogni campagna pubblicitaria rifletta con precisione l'identità del brand, il concept creativo e le esigenze commerciali. Questo iter standardizzato, radicato nelle pratiche consolidate dell'industria fashion dal dopoguerra ad oggi, coinvolge un team multidisciplinare composto da fotografi, stylist, modelle, truccatori, parrucchieri, direttori creativi e produttori, con l'obiettivo di trasformare un'idea astratta in immagini potenti e vendibili per editoriali, cataloghi o advertising (Accademia TF, 2022).

Pre-produzione: Moodboard e Concept Creativo

La creazione del moodboard segna l'avvio della pre-produzione, fungendo da collante visivo e ispirazionale per tutto il progetto: si tratta di un collage digitale o fisico che raccoglie immagini di riferimento, palette cromatiche, texture di tessuti, schizzi di pose, esempi di location e atmosfere emotive, spesso derivati da riviste come Vogue, Pinterest o archivi di fotografi iconici. Questo strumento non solo allinea il team sul concept, ad esempio minimalista, bohemien o avant-garde, ma funge da guida per le scelte successive, evitando deviazioni creative durante lo shooting. La sua realizzazione richiede ricerca curata e revisioni multiple per raffinare il tono narrativo della campagna.

Casting e Selezione Modelli

Il casting, che tipicamente avviene 4-6 settimane prima dello shooting, prevede l'audizione di potenziali modelli attraverso agenzie come IMG o Elite, valutando parametri fisici (misure standard come 34-38 IT per donna), espressività facciale, capacità di posa dinamica e adattabilità al moodboard. Si utilizzano polaroid neutre (senza makeup) per foto frontali, laterali e posteriori, seguite da test fotografici brevi per verificare la performance sotto luci e in abiti campione. Questa fase è cruciale per incarnare il target demografico del brand, considerando diversità etnica, età e tipi di corpo per campagne inclusive, e culmina nella firma di contratti che regolano diritti d'immagine e compensi.

Styling, Hair e Makeup

Lo styling assembla gli outfit completi, capi prêt-à-porter o couture, accessori, gioielli e calzature, in look coerenti con il moodboard, prevedendo varianti per diversi scatti (full body, dettagli, dinamiche). Lo stylist, figura chiave spesso paragonabile a un curatore d'arte, seleziona dai guardaroba inviati dai brand, personalizzando con spille o modifiche sartoriali last-minute, mentre hair e makeup artists creano acconciature e look viso che valorizzano i capi senza sovrastarli, testandoli su mannequin o modelli in prove preliminari (Accademia TF, 2022). Questa sinergia garantisce armonia estetica e praticità, con checklist dettagliate per imprevisti come taglie non perfette.

Setup Luci e Location

La pianificazione delle luci è un'arte tecnica che precede lo shooting: in studio si opta per schemi classici come la Rembrandt lighting (triangolo di luce sotto l'occhio), con key light principale (spesso softbox 100x140 cm), fill light per ombre morbide, backlight per separare il soggetto dallo sfondo e riflettori per dettagli. In location esterne, si considerano ora legale,

meteo e permessi, integrando luce naturale con flash portatili o HMI potenti. Prove tecniche con stand-in modelli validano l'esposizione, il bilanciamento del bianco e la profondità di campo (solitamente f/8-f/11 con ottiche 85mm o 50mm), ottimizzando per la nitidezza richiesta dalla moda.

Shooting

Lo shooting dura 6-12 ore, diviso in set rapidi (20-50 scatti per look), con il fotografo che dirige il modello verbalmente ("chin down, eyes intense") e tecnicamente (zoom, scatto in tethering per review immediata su laptop). Si catturano varianti per usi multipli, e-commerce (neutre), social (dinamiche), stampa (dettagliate), monitorando batteria, schede di memoria e umidità per attrezzature high-end come Hasselblad o Canon R5. Pausa pranzo e ritocchi styling mantengono il ritmo, con producer che gestisce timing e budget.

Post-produzione e Consegna

La post-produzione, affidata a retoucher esperti su Adobe Photoshop/Lightroom, inizia con culling (selezione dei top 5-10% scatti), correzioni globali (esposizione, curve colore per fedeltà al brand book) e ritocchi locali (pelle impeccabile ma naturale, swap capi, compositing per outfit impossibili). Workflow batch con LUT personalizzate accelera per volumi alti (100+ immagini), culminando in file TIFF 300dpi per stampa o JPEG ottimizzati per web, con watermark e metadati IPTC. Questa fase eleva l'immagine da grezza a iconica, rispettando brief e deadline.

È facile quindi dedurre come questo tipo di processo richieda ore e costi elevati a differenza di quello più avanzato tecnologicamente dove il carico di lavoro e il denaro vengono nettamente diminuiti.

2.2.1

Figure professionali

Il workflow classico della produzione fotografica di moda, come descritto nelle sezioni precedenti, si articola attraverso fasi distinte, dalla pre-produzione allo shooting fino alla post-produzione, e ciascuna di queste richiede il coinvolgimento di figure professionali altamente specializzate, il cui lavoro collaborativo garantisce la coerenza estetica, narrativa e commerciale del risultato finale. Comprendere chi sono questi professionisti, quali competenze apportano e come interagiscono tra loro è fondamentale per cogliere la complessità organizzativa di una campagna moda tradizionale e, successivamente, per analizzare come l'intelligenza artificiale stia ridefinendo ruoli, responsabilità e gerarchie creative.

Il Fotografo di Moda

Al centro del processo produttivo si colloca il fotografo di moda, figura che detiene la responsabilità tecnica e artistica dell'immagine finale. Il fotografo non si limita a premere il pulsante di scatto, ma governa l'intero linguaggio visivo della campagna: sceglie l'attrezzatura (corpo macchina, obiettivi, filtri), progetta lo schema di illuminazione (key light, fill light, backlight, riflettori), definisce l'inquadratura e la composizione, dirige la modella durante lo shooting e gestisce i parametri tecnici (diaframma, tempo di esposizione, ISO, bilanciamento del bianco) per ottenere l'effetto desiderato. La sua esperienza si misura nella capacità di tradurre il concept creativo in decisioni tecniche precise: sa quando usare una luce naturale diffusa per un mood romantico o un flash duro per un editoriale urban, conosce come gestire la profondità di campo per isolare il soggetto o includere il contesto, e possiede una cultura visiva che gli permette di riferirsi consapevolmente a stili fotografici storici (da Cecil Beaton a Helmut Newton, da Irving Penn a Juergen Teller). Durante lo shooting, il fotografo lavora in tethering, ovvero collegando la macchina a un computer per rivedere immediatamente gli scatti su schermo grande, e dialoga costantemente con stylist, makeup artist e modella per affinare pose, luci e dettagli in tempo reale.

Il Direttore Creativo (Creative Director)

Il direttore creativo è la figura che definisce la visione strategica e estetica dell'intera campagna. Lavora a monte del fotografo, traducendo il brief del brand (obiettivi commerciali,

target, posizionamento) in un concept visivo articolato: mood, palette colore, riferimenti culturali, location, stile narrativo. È responsabile della coerenza tra immagini, copy, video e tutti i touchpoint della campagna, garantendo che ogni elemento rifletta l'identità del brand. Spesso il direttore creativo proviene da background in advertising, graphic design o fashion journalism, e possiede una visione trasversale che integra marketing, estetica e cultura visiva. Nelle produzioni più grandi coordina il lavoro di tutti i creativi (fotografo, stylist, set designer) e approva ogni fase, dal moodboard agli scatti finali.

Lo Stylist di Moda

Lo stylist è la figura che seleziona, assembla e “costruisce” i look indossati dalle modelle. Il suo lavoro inizia nella fase di pre-produzione con la richiesta dei capi ai brand o agli showroom, prosegue con la selezione degli outfit in linea con il moodboard e culmina sul set con l'aggiustamento continuo di dettagli: pieghe, lunghezze, accessori, layering. Lo stylist deve possedere una profonda conoscenza della moda (tendenze, designer, storia del costume), saper “leggere” i capi in relazione al corpo della modella e alla luce del fotografo, e gestire con precisione logistica e tempi. Durante lo shooting, lavora a stretto contatto con il fotografo per garantire che ogni piega del tessuto, ogni dettaglio e ogni accessorio siano valorizzati dall'inquadratura e dalla luce. Nelle produzioni editoriali, lo stylist è spesso co-autore creativo insieme al fotografo.

Hair Stylist e Makeup Artist

Hair stylist e makeup artist (spesso indicati insieme come beauty team) creano l'immagine estetica del volto e dei capelli della modella, in armonia con il concept e lo styling. Il makeup artist progetta il trucco (naturale, bold, editoriale, teatrale) considerando il tipo di luce (flash o naturale), il colore degli abiti e il mood narrativo. L'hair stylist disegna l'acconciatura, dalle pieghe morbide ai raccolti strutturati, agli styling più sperimentali. Entrambi lavorano su moodboard beauty e fanno prove prima dello shooting per validare con il direttore creativo e il fotografo l'effetto finale. La loro expertise si misura nella capacità di valorizzare i lineamenti, nascondere imperfezioni, e “costruire” un personaggio visivo coerente con l'immagine complessiva.

Le Modelle (o i Modelli)

Le modelle (o i modelli) sono i soggetti fisici della campagna, selezionati attraverso casting condotti da agenzie specializzate (IMG, Elite, Women Management ecc.). Il casting valuta misure fisiche standard ma anche espressività del volto, capacità di posa, versatilità e capacità di incarnare il target del brand. Le modelle professioniste sanno muoversi davanti alla macchina fotografica, interpretare indicazioni verbali del fotografo, mantenere pose anche per minuti e adattarsi a situazioni tecniche complesse (luci forti, temperature estreme in location, abiti scomodi). La loro performance è determinante per la qualità finale dell'immagine: una modella esperta “dà vita” all'abito e trasmette emozione attraverso sguardo, postura e microespressioni.

Il Producer (o Production Manager)

Il producer o production manager è la figura organizzativa e logistica della campagna. Gestisce budget, tempistiche, contratti, permessi per le location, noleggi di attrezzature, catering, trasporti, e coordina tutte le figure coinvolte. Assicura che lo shooting rispetti i tempi (solitamente 6-12 ore per una giornata di produzione), che i capi vengano restituiti ai brand entro le deadline, che i diritti d'immagine delle modelle siano regolarmente contrattualizzati. È il punto di contatto tra il team creativo e il brand/cliente, e spesso è

responsabile del call sheet (documento che riassume orari, location, contatti, ruoli di ciascuno) e del shot list (elenco degli scatti da realizzare).

Set Designer e Location Scout

Quando la campagna richiede scenografie complesse o location particolari, entrano in gioco il set designer (che progetta e allestisce fondali, arredi, elementi scenografici in studio) e il location scout (che individua e prenota location esterne o interne coerenti con il concept). Queste figure collaborano con il direttore creativo e il fotografo per costruire l'ambiente visivo in cui si svolge lo shooting, garantendo coerenza estetica e praticabilità tecnica (spazi per luci, sicurezza, accessibilità).

Assistenti Fotografici e Tecnici Luci

Gli assistenti fotografici e i tecnici luci supportano il fotografo nella gestione dell'attrezzatura: montaggio e posizionamento di softbox, stativi, flash, riflettori, gestione dei cavi, cambio obiettivi, backup delle schede di memoria, verifica dell'esposizione con esposimetro. Nelle produzioni più grandi possono essere presenti anche un digital tech (che gestisce il tethering, controlla la qualità tecnica delle immagini in tempo reale su monitor calibrato, organizza i file) e un gaffer (responsabile dell'illuminazione complessiva del set).

Retoucher e Post-Produttore

Al termine dello shooting, il retoucher (o post-produttore) si occupa della selezione finale delle immagini (culling), delle correzioni globali (esposizione, contrasto, bilanciamento del bianco, curve di colore) e dei ritocchi locali: pelle (levigatura, eliminazione imperfezioni), correzione di dettagli di abbigliamento, pulizia dello sfondo, compositing quando necessario. Il retoucher lavora su software come Adobe Photoshop e Lightroom, spesso applicando LUT (Look-Up Tables) personalizzate per garantire coerenza cromatica tra tutte le immagini della campagna. Il suo intervento deve essere invisibile ma decisivo: mantenere naturalezza pur raggiungendo la perfezione richiesta dal brand. I file finali vengono esportati in formati multipli (TIFF 300dpi per stampa, JPEG ottimizzati per web) con metadati IPTC e watermark quando necessario.

Art Director e Graphic Designer (fase finale)

Nelle campagne destinate a stampa o digital advertising, l'art director e il graphic designer integrano le immagini fotografiche in layout complessi: aggiungono tipografia, loghi, claim, impaginano per cataloghi o manifesti, creano adattamenti per diversi formati (stampa, social, banner web, packaging). Lavorano in stretta collaborazione con il direttore creativo per garantire che il design grafico amplifichi, e non sovrapponga, la forza visiva delle fotografie.

Copywriter

Il copywriter scrive i testi che accompagnano le immagini: claim di campagna, body copy per adv, descrizioni prodotto per e-commerce, caption per social media. Deve saper tradurre in parole il mood visivo della campagna, mantenendo coerenza di tono con il brand e il target. Spesso collabora fin dalle prime fasi con il direttore creativo per allineare linguaggio verbale e visivo.

Il workflow classico richiede una coreografia collaborativa in cui ogni figura apporta competenze specifiche, ma il risultato finale dipende dalla capacità di dialogo e allineamento. Il direttore creativo definisce la visione, il fotografo la traduce tecnicamente, lo stylist la

veste, il beauty team la completa, la modella la incarna, il producer la organizza, il retoucher la perfeziona. Nelle produzioni di alto livello (campagne luxury, editoriali Vogue, advertising internazionale), queste figure lavorano insieme da anni, sviluppando un linguaggio comune e una fiducia reciproca che accelera i processi e innalza la qualità.

Il sistema di ruoli appena descritto rappresenta lo standard consolidato della fotografia di moda, affinato in decenni di pratica professionale e radicato in competenze tecniche, estetiche e relazionali altamente specializzate. Tuttavia, l'avvento dell'intelligenza artificiale generativa, con strumenti come Midjourney, Stable Diffusion, Runway e piattaforme integrate di workflow AI, sta ridefinendo profondamente molte di queste figure, ibridandone alcune, rendendo obsolete altre e facendo emergere professionalità del tutto nuove. Più avanti nel testo vedremo come ruoli tradizionali come il fotografo, lo stylist e il retoucher si stiano evolvendo verso nuove identità professionali e come la collaborazione tra intelligenza umana e algoritmica stia dando forma a un nuovo ecosistema creativo, in cui la capacità di tradurre il linguaggio fotografico in istruzioni testuali e di curare criticamente output generativi diventa altrettanto centrale quanto la maestria tecnica con luci e macchina fotografica.

DAL DIGITALE
ALL'AI

WORKFLOW CONTEMPORANEO NELLA PRODUZIONE DI IMMAGINI MODA

L'adozione dell'intelligenza artificiale nel settore della moda non rappresenta una semplice sostituzione tecnologica degli strumenti tradizionali, ma una vera e propria trasformazione del processo creativo: l'obiettivo finale, produrre immagini persuasive, coerenti con l'identità del brand e capaci di narrare un immaginario di stile, rimane invariato, ma il percorso per raggiungerlo si sposta da un'operatività fisica (set, modelli, luci, macchina fotografica) a una operatività testuale e algoritmica (prompt, modelli generativi, workflow di editing).

Il linguaggio visivo continua a essere quello della fotografia di moda con le sue inquadrature, le sue luci e la sua narrativa ma il medium di produzione diventa digitale e generativo.

Per comprendere appieno questa transizione, è necessario esplorare le diverse famiglie di strumenti AI oggi disponibili, dalle soluzioni più immediate, accessibili via web e utilizzabili senza competenze tecniche avanzate o infrastrutture dedicate (abbonamenti mensili, interfacce grafiche guidate), alle piattaforme più complesse e ingegneristiche, che richiedono competenze di programmazione, integrazione tramite API (Application Programming Interface, cioè insieme di regole che permettono a due software di comunicare fra loro) e talvolta il training di modelli personalizzati, con costi maggiori e infrastrutture dedicate come GPU o ambienti cloud configurati ad hoc (Style3D, 2026).

3.1.1

Principali categorie di strumenti AI

Per “intelligenza artificiale generativa” si intende una classe di modelli computazionali in grado di produrre contenuti originali anziché limitarsi a classificare o analizzare dati preesistenti. Nel contesto della moda, questi modelli creano immagini, video e testi a partire da istruzioni fornite dall’utente, note come prompt. Il meccanismo tecnico sottostante è quello dei modelli di diffusione (diffusion models): l’algoritmo parte da un rumore casuale (una sorta di nebbia di pixel) e, attraverso iterazioni successive, lo trasforma in un’immagine coerente con la descrizione testuale. Questa trasformazione si basa su ciò che il modello ha “imparato” durante le fasi di addestramento su grandi dataset, cioè insiemi organizzati di dati (in questo caso immagini e testo associati) che fungono da archivio di esempi da cui il sistema ricava regolarità visive e linguistiche. Questo processo, sebbene complesso sotto il profilo matematico, si traduce in un’esperienza utente relativamente semplice: si scrive una descrizione dettagliata in linguaggio naturale (motivo che rende tali sistemi d’intelligenza artificiale rivoluzionari) e si ottiene un’immagine (Scale AI, 2023). Tuttavia, la qualità del risultato dipende in modo diretto dalla capacità di tradurre il linguaggio fotografico in prompt efficaci, un’abilità che richiede conoscenza tanto della moda quanto alle modalità di interazione con lo specifico strumento.

Nel panorama attuale, cinque grandi categorie di strumenti d’intelligenza artificiale generativa (GenAI) coprono l’intero spettro delle necessità di una campagna moda:

Modelli di linguaggio (LLM) – ChatGPT, Gemini, Claude.

Questi sistemi generano principalmente testi: concept creativi, descrizioni di prodotto, headline pubblicitarie e, soprattutto, prompt dettagliati per i modelli visivi. Funzionano come cocopywriter e coregisti testuali, aiutando a tradurre un’idea astratta in istruzioni precise e strutturate. Più recentemente è stata introdotta anche la possibilità di generare immagini (es. Gemini con NanoBanana).

Generazione di immagini da testo (text-to-image)

Rappresenta il cuore della produzione: si inserisce un prompt e si ottiene un'immagine ex novo. È lo strumento che sostituisce la macchina fotografica, il set e il modello fisico.

Trasformazione di immagini (image-to-image)

Permette di partire da un'immagine esistente (foto, rendering 3D, schizzo) e modificarne specifici aspetti: cambiare outfit, luci, stile, epoca, background. È utile per armonizzare una serie di immagini o per trasformare scatti di fitting in immagini editoriali.

Generazione di video (text-to-video, image-to-video, video-to-video)

Produce clip video, sfilate, fashion film o spot, a partire da prompt testuali o immagini statiche. Strumenti come Runway Gen3 e Sora sono già utilizzati per runway AI e lookbook animati.

AI 3D per moda

Combina modelli 3D di capi (pattern, tessuti simulati) con rendering fotorealistico. Piattaforme come Style3D permettono di passare dal capo digitale alla visualizzazione e poi alla campagna, mantenendo coerenza tecnica tra prodotto e marketing (Style 3D, 2026).

Dopo aver presentato le principali famiglie applicative dell'intelligenza artificiale per la produzione di contenuti visivi è utile proporre una seconda classificazione, non più basata sul tipo di output, ma sul livello di accessibilità e complessità d'uso per l'utente finale (Learn3Dfashion, 2025; Style3D, 2026). Gli strumenti qui analizzati vengono organizzati in tre categorie:

- **Strumenti “per tutti”**, che non richiedono competenze tecniche specifiche e sono utilizzabili tramite interfaccia web o app, spesso con logiche “plug-and-play”.
- **Strumenti intermedi**, che richiedono una minima confidenza digitale (installazione di software, gestione di parametri, comprensione di concetti di base come modelli, checkpoint, LoRA).
- **Strumenti avanzati ed ecosistemi integrati**, pensati per team strutturati (brand, studi, agenzie) che vogliono connettere design, sviluppo prodotto e comunicazione in un unico flusso digitale (Learn3Dfashion, 2025; Style3D, 2026).

Questa classificazione si sovrappone alla precedente: per esempio, Midjourney è un modello text-to-image ma, dal punto di vista dell'utente, rientra tra gli strumenti “per tutti”; Stable Diffusion è sia text-to-image sia image-to-image, ma il suo uso tramite interfacce esterne lo colloca nella fascia intermedia; Runway è un sistema di text-/image-to-video, ma per la sua interfaccia web e la logica a pannelli rimane accessibile anche a non tecnici (Runway, 2023, 2025; TitanXT, 2025).

È importante sottolineare che il panorama degli strumenti di intelligenza artificiale è estremamente dinamico: i riferimenti che verranno esplicitati (Midjourney, Leonardo, Stable Diffusion, Runway, Style3D ecc.) rappresentano alcuni tra i tool più consolidati e rilevanti nel periodo 2024-inizio 2026, ma nuovi sistemi emergono continuamente, con funzioni e livelli tecnologici diversi (Learn3Dfashion, 2025; Style3D, 2026). La selezione proposta non ha dunque la pretesa di essere esaustiva, bensì intende offrire una mappa delle soluzioni oggi più significative per il settore moda, dal punto di vista sia dell'accessibilità d'uso sia dell'impatto sui workflow creativi e produttivi.

Strumenti “per tutti” (nessuna competenza tecnica richiesta)

Questa prima categoria comprende le piattaforme pensate per utenti non tecnici: basta un browser, un account e la capacità di scrivere un prompt efficace. L'utente non deve preoccuparsi di GPU, installazioni locali o parametri avanzati, perché tutta la complessità è gestita “dietro le quinte” del servizio. Rientrano qui principalmente strumenti text-to-image e text-/image to video, che sostituiscono in modo indiretto, sul piano dell'esperienza, la macchina fotografica e, in parte, la camera da presa.

1. Midjourney (text-to-image)toimage)

Midjourney è un sistema di generazione di immagini da testo, accessibile tramite Discord o interfacce web derivate, che si è rapidamente affermato come riferimento per chi cerca un'estetica vicina alla fotografia editoriale (TitanXT, 2025). Il suo punto di forza è la capacità di produrre immagini estremamente estetiche, spesso difficili da distinguere da servizi fotografici di alta gamma: luci complesse, pose eleganti, resa della pelle credibile, ambienti ricchi di dettagli. Nel contesto moda, Midjourney è particolarmente adatto per moodboard di collezione, perché consente di generare in pochi minuti decine di varianti di stile, palette cromatiche e atmosfere, che possono sostituire o integrare la ricerca iconografica tradizionale su riviste e archivi (Midjourney.fm, 2024; TitanXT, 2025). È inoltre utile per creare visual di campagna per social, producendo immagini verticali ad alta risoluzione ottimizzate per Instagram, Pinterest o TikTok, e per elaborare concept di lookbook e cover “fake magazine”, simulando editoriali in stile Vogue o Harper's Bazaar per definire il posizionamento visivo del brand (TitanXT, 2025).

2. Leonardo AI (text-to-image, image-to-image)toimage, imagetoimage)

Leonardo AI offre un'interfaccia web particolarmente intuitiva, pensata per designer e marketer che necessitano di controllo visivo senza confrontarsi con la complessità di modelli open-source (DesignnBuy, 2026; Designity, 2025). L'utente può agire tramite slider su parametri quali stile, intensità della texture e livello di coerenza tra le immagini generate. I punti di forza principali includono una maggiore coerenza di stile tra le immagini, caratteristica cruciale quando si lavora su intere collezioni o cataloghi, una buona integrazione con altri software creativi e piattaforme di e-commerce, e la presenza di preset tematici (ad esempio “fashion”, “product photography”, “editorial”), che semplificano l'ottenimento di output in linea con gli standard della fotografia di prodotto e di moda. Leonardo risulta particolarmente adatto per la produzione di immagini di prodotto (magliette, borse, packaging) su fondo neutro con illuminazione uniforme, che mimano la logica dello still-life da catalogo, e per composizioni pulite destinate a cataloghi, DEM marketing e banner pubblicitari, che richiedono un linguaggio fotografico sobrio e coerente con le linee guida del brand (DesignnBuy, 2026; AIToolsGuide, 2025).

3. Adobe Firefly (image generation integrata in Adobe)

Firefly, integrata nativamente in Photoshop, Illustrator ed Express, porta le capacità generative direttamente dentro il flusso di lavoro tradizionale dei creativi che già operano nell'ecosistema Adobe. Più che un sistema autonomo di produzione campagne, Firefly si configura come un potenziatore della post-produzione e del graphic design: consente

di ritoccare immagini AI o reali tramite generazione contestuale, di estendere fondali e inserire modelli virtuali o elementi grafici in layout complessi, e di creare grafica di brand (loghi, template social, composizioni tipografiche) con elementi generati al volo, riducendo i tempi di esecuzione per art director e graphic designer (AIToolsGuide, 2025).

4. Runway (Gen2 / Gen3 / Gen 4, video)

Runway è una piattaforma online dedicata alla generazione e trasformazione di video con AI, che trasla la logica del text-to-image nel dominio del movimento (Runway, 2023, 2025). Offre tre modalità principali: text-to-video, per la generazione di clip a partire da un prompt testuale; image-to-video, per l'animazione di immagini statiche (ad esempio look AI creati con Midjourney o Leonardo) in brevi sequenze; video-to-video, per la trasformazione stilistica di filmati reali in stile "fashion film" o "runway" (Runway, 2023, 2025).

Nel contesto moda, Runway è già utilizzato per creare sfilate AI completamente digitali: si generano decine di modelle virtuali con Midjourney, si importano le immagini in Runway e si producono clip in cui la camera si muove attorno al soggetto, simulando una passerella reale con movimento di abiti e luce (Runway, 2025). Questo consente a piccoli brand di costruire fashion film e runway virtuali senza alcuna infrastruttura fisica.

Strumenti intermedi (richiedono minima confidenza digitale)

Il secondo livello raccoglie strumenti che, pur rimanendo accessibili, richiedono qualche competenza tecnica in più: installazione di software, gestione parametri, comprensione di concetti come modelli, checkpoint. Qui gli utenti non sono più solo "consumatori" di AI, ma iniziano a personalizzare i modelli in funzione delle esigenze del brand.

5. Stable Diffusion tramite interfacce come Automatic1111 o ComfyUI

Stable Diffusion è un modello di diffusione open-source che può essere installato su un PC (preferibilmente con GPU) o utilizzato tramite servizi cloud (Learn3Dfashion, 2025). A differenza di Midjourney, offre controllo totale sui parametri e la possibilità di caricare modelli personalizzati (checkpoint e LoRA). In ambito moda, ciò si traduce nella possibilità di addestrare un modello sui capi reali del brand, così che l'AI rappresenti prodotti specifici e non abiti generici, di definire e fissare uno specifico stile fotografico tramite LoRA di stile, e di controllare parametri di dettaglio (sampler, step, CFG scale) per ottimizzare qualità e coerenza. L'uso di Stable Diffusion mediante interfacce come Automatic1111 o ComfyUI richiede un certo tempo di apprendimento, ma offre al brand un livello di controllo che le piattaforme chiuse non permettono.

6. Training di LoRA per capi e stili

La LoRA (Low-Rank Adaptation) è un modulo leggero che "specializza" il modello di base su un dominio specifico (Punya AI, 2024). Nel fashion si distinguono soprattutto LoRA

di capi, con cui il modello impara una specifica giacca, borsa o sneaker e può applicarla a persone diverse, e LoRA di stile, con cui il modello apprende uno stile visivo (bianco e nero granuloso, luce da backstage, look anni '90) e lo applica a immagini differenti per garantire coerenza di mood. Un workflow tipico per LoRA di moda prevede la raccolta di 10-30 fotografie del capo reale indossato su manichino o modello, da più angolazioni, la preparazione del dataset (ritaglio, uniformazione dimensioni, etichettatura), il training con strumenti come kohya_ss seguendo parametri specifici per abbigliamento, e l'uso del "token" della LoRA nel prompt, affinché il modello generativo applichi proprio quel capo ai modelli virtuali (Punya AI, 2024). Questo livello è già "ingegneristico", ma permette a un brand di avere coerenza reale tra prodotto e immagine AI.

Strumenti avanzati ed ecosistemi integrati

L'ultimo livello riguarda piattaforme e workflow pensati per realtà strutturate (brand, uffici stile, studi di design) che vogliono integrare AI, 3D e comunicazione in un unico ecosistema.

7. Style3D e soluzioni AI + 3D fashion

Style3D è una piattaforma che parte da capi 3D (pattern, tessuti simulati fisicamente) per arrivare a visual di campagna, immagini e video per e-commerce e contenuti personalizzati per mercati diversi. Il valore aggiunto non risiede solo nella generazione di immagini, ma nell'integrazione: design prodotto, sviluppo, fitting virtuale, render fotorealistici e materiali di comunicazione vengono collegati in un flusso digitale continuo. Per un brand questo significa ridurre tempi e costi di prototipazione fisica, testare varianti di stile, colore e materiali in ambiente simulato, e produrre immagini e video di campagna coerenti con il capo reale senza dover realizzare un servizio fotografico per ogni variante (Style3D, 2025, 2026).

8. Workflow multitool (es. Midjourney + Runway + LLM)tool (es.

Nella pratica, molti creativi combinano più strumenti in un workflow multimodulare: un LLM (ChatGPT, Gemini) per concept, naming, prompt; Midjourney o Leonardo per le immagini chiave (moodboard e visual di campagna); Stable Diffusion per il fine-tuning tecnico, soprattutto se serve coerenza prodotto-immagine tramite LoRA; Runway per trasformare il tutto in video di campagna (fashion film, sfilate virtuali) (Style3D, 2025; Style3D, 2026). Questa combinazione permette di coprire l'intero ciclo, dall'idea alle immagini statiche, fino al video e al copy, con un controllo creativo totale e un alto grado di automatizzazione dove è opportuno.

3.1.2

Esempio di workflow per una campagna moda generata con AI

L'ideazione e la realizzazione di una campagna moda interamente generata con intelligenza artificiale segue un percorso che, pur mantenendo gli stessi obiettivi della comunicazione fashion tradizionale (coerenza con l'identità del brand, impatto visivo, costruzione di un immaginario di stile) sostituisce le fasi fisiche di set, casting e ripresa con una sequenza di operazioni digitali: scrittura prompt, generazione algoritmica di immagini e video, curatela e post-produzione ibrida (Learn3Dfashion, 2025; Style3D, 2025, 2026). Questo workflow può essere descritto in modo che sia comprensibile anche a chi non ha familiarità tecnica con gli strumenti di AI, ma conosce la logica di una campagna moda. produzione ibrida. Il workflow che segue è pensato per essere comprensibile anche a chi non ha mai utilizzato strumenti AI, ma vuole comprendere le fasi, le scelte e le implicazioni di una produzione moda generativa.

Fase 1 – Definizione del Brief e degli Obiettivi di Campagna

Come in una campagna fotografica classica, il punto di partenza è la definizione del brief: si chiariscono il messaggio e gli obiettivi strategici. In questa fase si stabiliscono gli elementi fondamentali: tipo di campagna (lancio di collezione, capsule, rebranding), target demografico e culturale, canali di diffusione (social, e-commerce, stampa, DOOH), budget e tempi di realizzazione. Si identificano inoltre alcune parole chiave di posizionamento (ad esempio minimalista, romantico, street..) che costituiscano la base semantica per la scrittura dei prompt nelle fasi successive, assicurando coerenza tra idea creativa e output generati dell'AI (Style3D, 2026).

Fase 2 – Concept e Moodboard con AI Testuale e Visuale

Una volta definito il brief, la seconda fase traduce questa cornice in concept creativi e riferimenti visivi. I modelli di linguaggio (come ChatGPT o Gemini) possono essere utilizzati per articolare e raffinare il concept: a partire dal brief, producono proposte di

narrativa, tono, riferimenti culturali e indicazioni di styling che aiutano a chiarire l'identità della campagna (Learn3Dfashion, 2025). Parallelamente, strumenti di generazione di immagini da testo, come Midjourney o Leonardo, vengono impiegati per creare una serie di immagini preliminari che esplorano diverse interpretazioni del concept visivo (TitanXT, 2025). Queste immagini vengono poi organizzate in un moodboard digitale (ad esempio su Canva o Milanote), suddiviso in aree tematiche (silhouette, texture, palette cromatica, luce, location, pose) che fungeranno da riferimento condiviso per tutte le fasi successive del workflow (Style3D, 2025, 2026).

Fase 3 – Definizione di Modelli Virtuali e Styling AI

Con il moodboard approvato, il passo successivo consiste nel definire i soggetti virtuali e lo styling. Qui si lavora principalmente con strumenti text-to-image (Midjourney, Leonardo) e, per chi ha competenze maggiori, con Stable Diffusion in configurazione base (Punya AI, 2024). Si descrivono in modo sistematico le caratteristiche dei modelli virtuali: genere, etnia, età apparente, tratti del volto, tipo di corpo, espressività. Allo stesso tempo si codifica lo styling in maniera "atomica", cioè scomponendo l'outfit in elementi distinti (capi principali, materiali, accessori) per ottenere un maggiore controllo visivo sui risultati (TitanXT, 2025). Il modello genera così serie di immagini in cui, a parità di personaggio e mood, variano le pose, le inquadrature e le condizioni di luce, producendo un set coerente di immagini utilizzabili per usi differenti (hero image, social, schede prodotto).

Fase 4 – Collegamento tra Capi Reali e Immagini AI (Opzionale, Livello Avanzato)

Quando il brand dispone già dei capi fisici e non vuole limitarsi a immagini "indicative", ma desidera che l'output AI sia coerente con il prodotto reale, entra in gioco una fase di personalizzazione più avanzata. L'obiettivo è far sì che il modello non generi solo "abiti simili", ma rappresentazioni riconoscibili di specifici capi o di uno stile visivo ben definito (Punya AI, 2024).

Questa personalizzazione oggi può avvenire in modi diversi a seconda dello strumento utilizzato:

- con modelli open-source come Stable Diffusion, attraverso il training di moduli dedicati (LoRA) su piccoli dataset di immagini dei capi o dello stile desiderato;
- con piattaforme chiuse che integrano funzioni di "reference" o "style learning", come alcune implementazioni di Midjourney o modelli multimodali come NanoBanana in ambiente Gemini, che permettono di usare immagini di riferimento per guidare la coerenza di look, silhouette o palette senza passare da un vero e proprio training tecnico (TitanXT, 2025; Style3D, 2026).

In pratica, il brand può scegliere la strada più ingegneristica (training di LoRA su Stable Diffusion con dataset dedicati e parametri controllati) oppure una soluzione più "user-friendly", caricando immagini di capi o di shoot reali come riferimento visivo all'interno di sistemi come Nanobanana o Midjourney e utilizzandole per ancorare le generazioni

alla propria estetica. In entrambi i casi la funzione rimane la stessa: ridurre la distanza tra il mondo reale dal prodotto e il mondo sintetico delle immagini generate, trasformando la campagna generativa in uno strumento credibile anche dal punto di vista commerciale (Punya AI, 2024; Learn3Dfashion, 2025; Style3D, 2025, 2026).

Fase 5 – Generazione Massiva di Immagini e Selezione Curata

Quando le impostazioni di base (concept, modelli virtuali, styling) sono definite, si passa alla fase di produzione massiva. Con gli stessi strumenti utilizzati nella fase 3 si generano numerose varianti per ciascun look, variando sistematicamente pose, inquadrature (figura intera, mezzo busto, dettagli) e condizioni di luce, in modo analogo a ciò che avviene in uno shooting tradizionale con molte prove e cambi di set.

Segue una fase di selezione articolata: prima si eliminano gli output con artefatti evidenti (anatomia errata, distorsioni dei tessuti, errori di composizione), poi si individuano per ogni look un numero limitato di immagini "buone", coerenti tra loro per luce, palette e mood, ma abbastanza diverse da coprire esigenze narrative e di formato differenti (Style3D, 2025). In caso di immagini quasi riuscite ma con dettagli da correggere, si può ricorrere alla funzione image-to-image di Stable Diffusion o Leonardo per intervenire in modo mirato senza rigenerare l'intera scena.

Fase 6 – Ritocco e Finalizzazione delle Immagini Statiche

Le immagini selezionate vengono poi sottoposte a una fase di ritocco e finalizzazione, che ricalca da vicino la post-produzione fotografica tradizionale. Utilizzando software come Photoshop e Lightroom, eventualmente integrati con le funzioni generative di Firefly, si interviene su color grading, contrasto, bilanciamento del bianco e coerenza cromatica rispetto al brand book (AIToolsGuide, 2025).

In questa fase si "puliscono" gli artefatti residui (mani irrealistiche, pieghe anomale, glitch di rendering) e si adattano i diversi formati in base ai canali di pubblicazione: formati quadrati per feed, verticali per stories e Reels, orizzontali per sito e advertising digitale (Style3D, 2026). Si possono inoltre inserire elementi grafici (loghi, claim, call-to-action) mantenendo separati i livelli per facilitare eventuali modifiche successive.

Fase 7 – Creazione del Video di Campagna (Fashion Film o Runway AI)

Una volta definite le immagini statiche, molte campagne estendono il workflow alla produzione video, trasformando i visual principali in fashion film o sfilate virtuali. Qui entrano in gioco piattaforme come Runway, che consentono di generare clip a partire da immagini esistenti (image-to-video) o da prompt testuali (text-to-video) (Runway, 2023, 2025).

Le immagini chiave vengono importate in Runway e convertite in brevi sequenze in cui la camera si muove intorno al soggetto o simula il passo in passerella. A queste clip si possono aggiungere segmenti puramente atmosferici (città notturne, dettagli

architettonici, texture) sempre generati con AI. Il montaggio finale con musica, titoli e loghi avviene in un editor video tradizionale, producendo versioni ottimizzate per i diversi canali (YouTube, Reels, TikTok, schermi in store).

Fase 8 – Testi, Adattamento Canali e Controlli Etici Finali

L'ultima fase riguarda la produzione dei testi e l'adattamento dei contenuti per i diversi canali, insieme alla verifica degli aspetti etici e legali. I modelli di linguaggio possono generare e rielaborare claim di campagna, descrizioni prodotto per e-commerce, caption per i social, garantendo coerenza stilistica e allineamento con il concept visivo (Learn3Dfashion, 2025; Style3D, 2026).

Parallelamente, è necessario verificare che le immagini e i video rispettino linee guida etiche e normative: assenza di nudità esplicita o contenuti sessualizzati inappropriati rispetto al target, trasparenza nella dichiarazione di contenuti generati con AI quando richiesta dalle piattaforme, attenzione alla possibile imitazione troppo riconoscibile di stili di fotografi viventi o di volti assimilabili a persone reali senza consenso (The Phoblographer, 2024). Gli strumenti AI diventano così non solo mezzi di produzione, ma anche oggetto di una responsabilità autoriale e curatoriale che rimane in capo al team umano.

FASI	OBIETTIVI	STRUMENTI
FASE 1 Definizione del Brief e degli Obiettivi	Tipo di campagna Target demografico Canali & Budget	LLM
FASE 2 Concept e Moodboard	Ideazione creativa Creazione moodboard	ChatGPT, Gemini, Midjourney
FASE 3 Modelli virtuali e Styling AI	Creazione modelli Definizione styling	Midjourney, Stable Diffusion, Leonardo
FASE 4 Collegamento ai capi reali (Avanzato)	Training & Reference	Stable diffusion, Midjourney, Nanobanana
FASE 5 Generazione e selezione	Produzione massiva Scelta immagini	Midjourney, Stable Diffusion, Leonardo
FASE 6 Ritocco e finalizzazione	Editing & Post-produzione	Photoshop, Lightroom
FASE 7 Video di Campagna	Produzione massiva Scelta immagini	Midjourney, Stable Diffusion, Leonardo
FASE 8 Testi & Controlli etici	Copyertiting & Verifiche etiche	LLM

Tabella 3.0 - Esempio di un workflow contemporaneo nella generazione di immagini moda

Il workflow descritto rappresenta non una semplice sostituzione meccanica dei mezzi di produzione fotografica, ma una riorganizzazione profonda del processo creativo, in cui il centro di gravità si sposta dalla maestria tecnica del fotografo e dalla gestione del set fisico verso la capacità di tradurre il linguaggio fotografico in istruzioni testuali (prompt engineering) e di curare criticamente i risultati algoritmici. Questa trasformazione comporta vantaggi significativi ma anche limiti critici che meritano un'analisi approfondita. Da un lato, la velocità e l'iterazione rapida consentono di generare centinaia di varianti di uno scatto in pochi minuti, contro le ore di uno shooting tradizionale, con un costo drasticamente ridotto poiché non si devono noleggiare set, assumere modelli o attrezzature, ma solo abbonamenti software (Better Studio, 2025). Dall'altro, l'assenza di un referente reale e la persistenza di artefatti anatomici richiedono sempre un ritocco umano post-AI, mentre le questioni etiche di copyright sui dati di training e il rischio di generare nudità esplicita sollevano problemi legali e di consenso. Le immagini generate con Midjourney che mimano uno stile editoriale anni '90, con profondità di campo ottenuta da una lente 85mm f/1.4 e luce da backstage, non sono meno fotografiche di una polaroid reale. Tuttavia, emerge una domanda ontologica fondamentale: è ancora "fotografia" se non c'è una macchina fotografica, nessun set, nessun corpo reale a documentare?

Molti autori preferiscono parlare di "fashion imagery generata" piuttosto che di fotografia, distinguendo nettamente il referente algoritmico dal mezzo fotografico. La capacità dell'AI di replicare stili specifici è impressionante ma problematica: l'imitazione può configurarsi come appropriazione se lo stile è di un fotografo vivente e l'uso è commerciale, sollevando questioni di copyright ed etica professionale. Inoltre, la fedeltà a elementi specifici rimane imperfetta senza una LoRA di training dedicata, e la coerenza su lunghe serie richiede grande controllo nei prompt e frequente ritocco postAI.

Probabilmente il panorama futuro non sarà uno stato di sostituzione completa ma di integrazione progressiva. Già oggi si vedono workflow ibridi che combinano fotografia reale ritoccata ed estesa con elementi AI, set fisici fotografati e poi trasformati in stile AI con Runway, e moodboard AI che guidano produzioni fotografiche reali successive. Questo continuum riflette la maturazione stessa della tecnologia: mentre la qualità fotorealistica migliora, aumenta la fiducia nell'integrarla con flussi professionali consolidati, non come sostituto ma come co-partner creativo. Per un brand che intende adottare il workflow AI per moda, è essenziale mantenere la competenza fotografica per scrivere prompt efficaci, investire in prompt engineering e curatela, essere trasparenti su AI-generated content, usare l'AI per iterazione veloce ma non per produzione massiccia sconsiderata, e integrare piuttosto che sostituire. Il designer, il fotografo, il creative director che capisce questa transizione e sa muoversi nei due mondi, analogico e digitale, fisico e algoritmico, sarà la figura centrale della prossima decade della comunicazione moda. Per un brand che intende adottare il workflow AI per moda, è essenziale mantenere la competenza fotografica per scrivere prompt efficaci, investire in prompt engineering e curatela, essere trasparenti su AI-generated content, usare l'AI per iterazione veloce ma non per produzione massiccia sconsiderata, e integrare piuttosto che sostituire. Il designer, il fotografo, il creative director che capisce questa transizione e sa muoversi nei due mondi, analogico e digitale, fisico e algoritmico, sarà la figura centrale della prossima decade della comunicazione moda.

COMPETENZE: EROSIONE DELLE CLASSICHE E COSTRUZIONE DELLE NUOVE

La fotografia di moda sta attraversando una trasformazione profonda, in cui l'intelligenza artificiale non è più un semplice supporto ma una vera infrastruttura creativa che ridefinisce ruoli, processi e competenze. Il mercato dell'AI nella moda è passato da circa 2,19 miliardi di dollari nel 2024 a quasi 2,89 miliardi nel 2026, e oltre il 70% dei dirigenti del settore considera ormai l'AI generativa una priorità strategica (Istituto Marangoni, 2025). In questo scenario, le competenze tradizionali della fotografia come luce, macchina fotografica e gestione del set, si erodono progressivamente, mentre emergono nuove skill legate alla scrittura di prompt, alla progettazione di dataset e al controllo di modelli generativi (Style3D, 2026).

Al centro delle nuove competenze c'è il prompt engineering, che diventa la lingua madre della creatività visiva assistita dall'intelligenza artificiale (Oppenlaender, Linder & Silvennoinen, 2025). Scrivere un buon prompt non significa aggiungere aggettivi a caso, ma tradurre una visione di moda in istruzioni precise: silhouette, tessuti, drappaggi, mood, tipo di luce, inquadratura, persino il "tono" dell'immagine (Titan XT, 2025). Nel campo fashion, i prompt più efficaci utilizzano terminologia tecnica (satin, organza, tailoring, cut-out, palette cromatiche specifiche) e strutturano la richiesta come se si stesse dando una direttiva a un intero team: stylist, direttore della fotografia, set designer e retoucher in un unico testo (Titan XT, 2025). Tecniche come il few-shot prompting o l'uso di esempi visivi di riferimento permettono di guidare l'AI verso uno stile riconoscibile e coerente, in modo simile a come un fotografo sviluppa il proprio linguaggio estetico nel tempo (Oppenlaender, Linder & Silvennoinen, 2025).

Accanto al prompting, la progettazione di dataset diventa l'altra grande competenza emergente. Se nella fotografia analogica e digitale l'attenzione era concentrata sul momento dello scatto, nei flussi di lavoro AI la qualità del risultato dipende dalla qualità dell'archivio visivo con cui si addestra il modello. Dataset come DeepFashion, Fashion-Gen o ModaNet, con centinaia di migliaia di immagini annotate per categoria, taglio, trama, colore e tipo di capo, hanno aperto la strada a sistemi capaci di comprendere l'abbigliamento a livello semantico. Nel contesto professionale, questo significa saper selezionare 10-30 immagini davvero rappresentative per il training di un modello LoRA ("Low-Rank Adaptation", tecnica di fine-tuning efficiente che permette di creare modelli AI personalizzati con risorse computazionali minime), curando pose, angoli, luci e coerenza stilistica e definendo uno schema di annotazione chiaro (categoria, sottocategoria, attributi) che permetta al modello di generalizzare senza copiare. In altre parole, il fotografo-direttore creativo diventa anche curatore di un "libro di testo visivo" per l'algoritmo (Scale AI, 2023).

Un altro blocco di skill riguarda il controllo dei programmi d'intelligenza artificiale. Strumenti come ControlNet consentono di specificare non solo "che immagine" si vuole, ma "come è costruita": con OpenPose (libreria open-source di visione artificiale per la stima della posa umana in tempo reale) si stabilisce la geometria della posa, con altri moduli si preservano contorni, proporzioni e layout. La logica ricorda la direzione di una modella sul set, ma qui avviene in forma astratta: invece di spostare fisicamente il corpo nello spazio, si manipola uno scheletro digitale che l'AI riempirà di dettagli convincenti. Il LoRA training, dal canto suo, permette di insegnare a un modello uno stile specifico (un certo tipo di pelle, di luce,

di styling) partendo da poche immagini, producendo piccoli “moduli” da 2–10 MB che condensano anni di ricerca estetica. La padronanza di questi strumenti richiede un pensiero sistemico che unisce sensibilità visiva, comprensione delle architetture, dei modelli a diffusione e capacità di progettare workflow complessi in ambienti come Stable Diffusion, ComfyUI o servizi API per produzioni su larga scala (Scale AI, 2023).

In parallelo, molte delle competenze che per decenni hanno definito il mestiere del fotografo di moda perdono centralità operativa: la gestione della luce fisica (conoscenza dei modificatori, dei setup Old Hollywood, del passaggio controllato tra hard e soft light) era un sapere raffinato costruito su anni di pratica in studio (Muzzarelli, 2009). Invece oggi, gran parte di questi effetti viene simulata direttamente dall'AI che genera illuminazioni coerenti con il prompt e armonizza cromie e contrasti in modo automatico. Allo stesso modo, la competenza tecnica legata alla macchina fotografica (triangolo di esposizione, scelta delle lenti, gestione dei tempi e dell'ISO) si trova disinnescata dal fatto che lo scatto non avviene più: l'immagine è generata in uno spazio latente, senza sensore, senza otturatore, senza gear da settare (Flusser, 2000). Anche il lavoro di post-produzione manuale in Photoshop (ritocco pelle, color correction, compositing) viene in larga parte sostituito da strumenti di retouching automatico e enhancement AI che permettono batch editing su migliaia di immagini in tempi radicalmente ridotti (Style3D, 2026).

La conseguenza è una vera rivoluzione nei tempi e nei costi: dove un servizio tradizionale richiedeva giorni o settimane tra pre-produzione, shooting e post-produzione, con costi complessivi facilmente superiori ai 10.000 dollari per campagne strutturate, oggi un flusso totalmente generato con l'intelligenza artificiale può produrre decine di immagini in poche ore con un costo unitario compreso tra 0,75 e 1,30 dollari per immagine. Alcuni studi riportano riduzioni del 75–85% nei tempi di consegna e abbattimenti fino al 90% dei costi rispetto ai metodi classici (Better Studio, 2025). Brand come H&M si affidano già a “gemelli digitali” dei modelli, mentre piattaforme specializzate in e-commerce fashion propongono servizi che replicano l'intero set fotografico compreso di modello, luce e fondale in forma generativa.

Eppure, dentro questa accelerazione, esistono dimensioni del lavoro fotografico che non vengono annullate, ma piuttosto ricollocate. La visione creativa, la capacità di costruire una narrativa visiva coerente con l'identità del brand, leggere le tendenze e decidere che tipo di storia raccontare, restano competenze insostituibili e non automatizzabili (Muzzarelli, 2009; Sontag, 1977/2004). Allo stesso modo, la sensibilità verso l'autenticità e la relazione, il modo in cui un fotografo mette a proprio agio un soggetto, coglie un gesto non previsto e lavora sull'ambiguità emotiva di uno sguardo, rimangono qualcosa che l'AI può imitare solo in superficie, senza sostituirla (Barthes, 1980; Sontag, 1977/2004). Anche i principi di composizione come equilibrio, linee guida, gestione del vuoto e stratificazione dei piani continuano a costituire l'alfabeto estetico attraverso cui leggere e correggere gli output delle macchine (Gernsheim & Gernsheim, 1969; Mangano, 2018).

3.2.1

Nuove figure professionali

La pratica contemporanea non vede il professionista lavorare in isolamento con strumenti singoli. Invece, il workflow integra piattaforme multiple: ComfyUI come orchestratore visuale, Stable Diffusion come motore generativo, DALL-E per specifiche estetiche diverse, sistemi API per automazione su scala. A livello industriale, questa integrazione si estende a sistemi DAM (Digital Asset Management) e PIM (Product Information Management), che permettono l'automazione end-to-end dal concept alla pubblicazione. Comprendere come questi sistemi comunicano, quali output di uno alimentano input dell'altro, e come orchestrare flussi di informazione complessi diventa parte della competenza tecnica contemporanea (Style3D, 2026). Non è semplice mastery di un'applicazione singola, ma literacy di ecosistemi complessi dove la creatività si realizza attraverso coordinamento di strumenti multipli.

Per comprendere veramente il profilo di competenze richieste nel contesto odierno, è utile riconoscere che l'AI nella moda non rappresenta semplicemente una "nuova fotocamera" ma un vero e proprio cambiamento nel modo di concepire l'immagine. Se la fotografia tradizionale era basata sulla cattura (momento ottimale di luce, posa perfetta, composizione fortuita), la generazione AI è basata sulla specifica e iterazione (descrizione testuale di intenzione, regolazione di parametri, valutazione comparativa di output multipli).

Questo cambiamento produce figure professionali completamente nuove:

L'AI Creative Supervisor coordina l'utilizzo dell'IA garantendo coerenza estetica e narrativa attraverso progetti multipli. Non genera immagini direttamente, ma supervisiona la loro produzione, definendo linee guida creative, valutando output rispetto a vision strategica, guidando iterazioni verso obiettivi stilistici complessi.

Il Prompt AI Artist è specialista nella traduzione di visioni concettuali in output visivi precisi attraverso prompt engineering avanzato. Combinare sensibilità estetica profonda con comprensione tecnica di come gli AI models rispondono a specifiche linguistiche differenti. È una figura che richiede sia formazione artistica che tecnica.

Il Digital Texture & Light Designer modella materiali, riflessi, superfici nelle immagini ibride. Lavora su texture fotorealistiche, simulazioni di come la luce interagisce con tessuti differenti, creazione di effetti illusori in contesto digitale. È una sintesi tra direzione artistica e computer graphics.

Il Virtual Stylist & Asset Curator gestisce outfit e accessori per modelli digitali e avatar. Mantiene librerie di capi virtuali, costruisce look compositi, assicura coerenza stilistica tra innumerevoli variazioni. È simultaneamente curatore, stylist e asset manager.

L'AI Image Director dirige l'intero processo creativo AI, dirigendo il workflow dalla concezione al completamento, prendendo decisioni creative critiche analoghe a quelle di un fotografo tradizionale ma operando nel dominio del digitale puro. È forse la figura più prossima al ruolo del fotografo tradizionale, ma operante in contesto completamente diverso.

Ciascuno di questi ruoli richiede competenze multidisciplinari ibride che fondono creatività fashion, conoscenza tecnica AI, e sensibilità estetica. Nessuno di questi ruoli potrebbe essere descritto con accuratezza in termini di competenze che esistevano prima di qualche anno fa (Istituto Marangoni, 2025; Glam Aura Magazine, 2025).

3.2.2

Verso un nuovo equilibrio

Infine, è utile sintetizzare la traiettoria che emerge: la fotografia di moda non sta percorrendo una transizione lineare dove una metodologia sostituisce l'altra completamente ma sta invece sperimentando una riconfigurazione radicale dove il valore differenziale umano si sposta. Le competenze tradizionali come gestione della luce fisica, mastery tecnica fotocamera, logistica shooting complesso e post-produzione manuale sofisticata, non scompaiono completamente ma diventano piuttosto specialità di nicchia mantenute per applicazioni specifiche dove l'autenticità, la unicità, o il valore documentaristico giustificano i costi e i tempi significativi. Per la gran parte della produzione commercial, tuttavia, queste competenze si ridimensionano drasticamente.

Contemporaneamente emergono nuove competenze che, sebbene ricodifichino il lavoro, richiedono investimento formativo significativo e sviluppo professionale: prompt engineering come lingua creativa, dataset design come curatela consapevole, controllo ControlNet e LoRA come strumentazione tecnica avanzata. Nuovi ruoli professionali rappresentano carriere che non esistevano anni fa e richiedono competenze ibride che fondono creatività, tecnica, e business.

Il valore differenziale dell'intervento umano non risiede più in competenze tecniche riproducibili (illuminazione, esposizione, ritocco), ma in qualità irriproducibili per definizione: visione creativa consapevole, sensibilità emotiva e autenticità relazionale, judgment estetico contestuale, capacità di storytelling significativo e responsabilità etica nell'uso della tecnologia.

Tuttavia, questa transizione non è inevitabile né priva di scelta. La tecnologia crea possibilità ma non determina necessariamente come queste possibilità vengono implementate. Brand e studi creativi possono scegliere il livello di integrazione AI, la proporzione di workflow tradizionale vs. AI-driven, il tipo di valore etico che vogliono rappresentare. Il professionista contemporaneo, tuttavia, non può ignorare questa trasformazione. Può scegliere di abbracciarla consapevolmente e eticamente, resistere per principio sapendo che significa marginalizzazione progressiva, o navigare un percorso intermedio di ibridazione selettiva.

La vera sfida, sia individuale che collettiva, è assicurare che questa transizione verso l'ibridazione avvenga in modo che amplifica il valore umano piuttosto che annullarlo, che supporta dignità professionale per chi transaziona tra competenze, e che mantiene spazio per autenticità e significato in un'era dove l'efficienza algoritmica potrebbe sostenere la logica commerciale in modo univoco.

Il futuro della fotografia di moda nel contesto odierno non è definito dalla tecnologia ma è definito dalle scelte consapevoli che i professionisti e le istituzioni del settore faranno su come usarla, verso quali fini, e con quale attenzione alle dimensioni umane ed etiche che nessun algoritmo, per quanto sofisticato, può totalmente automatizzare (European Commision, 2024).

Nei capitoli successivi verrà approfondito il rapporto professionale e creativo tra il designer Gianfranco Ferrè e il fotografo Michel Comte, analizzandone l'operato con l'obiettivo di individuare e interpretare i codici estetici e stilistici in ambito moda. L'analisi si concentrerà inoltre sul quesito se sia possibile ricreare un determinato stile attraverso l'utilizzo dell'intelligenza artificiale e in che misura questa possa risultare fedele a un linguaggio visivo già consolidato, sviluppato secondo modalità produttive classiche e significativamente più articolate.

FERRÉXCOMTE

IL DIALOGO CREATIVO

La collaborazione tra Gianfranco Ferré e il fotografo svizzero Michel Comte rappresenta uno dei capitoli più significativi nella narrazione visiva della moda italiana degli anni Novanta, incarnando quel rapporto di “complicità” e “autonomia” che lo stilista considerava essenziale per tradurre in immagine la propria visione creativa. Tra il 1994 e il 2000, Comte firmò sedici campagne pubblicitarie per le collezioni prêt-à-porter Donna e Uomo di Ferré, sviluppando un linguaggio fotografico capace di catturare non solo l'architettura sartoriale dei capi, ma anche quella dimensione spirituale e dinamica che caratterizzava il lavoro dello stilista milanese.

Come già visto negli scorsi capitoli, Michel Comte giunse alla collaborazione con Ferré dopo un percorso formativo singolare: nato a Zurigo nel 1954, aveva iniziato la carriera come restauratore d'arte contemporanea, specializzandosi nelle opere di Andy Warhol e Yves Klein. Questa formazione gli fornì una solida base per non pensare di essere solo un fotografo di moda ma guardare alla moda e allo stile come una forma d'arte progressiva in continua evoluzione. Il 1979 segnò la svolta: scoperto da Karl Lagerfeld durante una cena al Museo d'Arte Moderna di Parigi, Comte ottenne il suo primo incarico internazionale per Chloé, cui seguì la collaborazione con Chanel. Da quel momento, costruì una carriera leggendaria collaborando con testate quali Vogue Italia, L'Uomo Vogue e Vanity Fair, fino a essere nominato “fotografo dell'anno” dalla rivista PHOTO nel 2000 (Comte, 2025). Comte era un fotografo autodidatta il cui stile si caratterizzava per un'incessante sperimentazione tecnica e un approccio che “reinterpreta continuamente la tecnica fotografica, trasformando la prevedibilità degli scatti in immagini dinamiche capaci di cogliere l'essenza del movimento stesso”. La sua poetica oscillava “tra scene altamente elaborate in stile cinematografico e momenti di grande intimità, di inaspettata penetrazione nelle anime degli esseri umani davanti alle sue lenti”, creando un alfabeto visuale personalissimo che esplorava le dimensioni tra reale e astratto, sempre con l'intento di “catturare emozioni ed esaltare la spiritualità e la fragilità dei soggetti ritratti” (Comte, 2018; Guy Hepner Gallery, 2023).

L'approccio di Comte alla fotografia di moda era fondato su principi metodologici rigorosi. Come egli stesso dichiarò: “Ricerca e preparazione sono tutto. È la base di ogni lavoro di squadra di successo. Preferisco collaborazioni durature così da poter sviluppare insieme un linguaggio visivo e un'immagine complessiva che sia più coerente rispetto a progetti occasionali”. Questa filosofia trovava perfetta corrispondenza nella visione di Ferré, che nelle sue *Lettres à un jeune couturier* (1995) aveva scritto: “Lo stilista non deve soltanto sapere con chiarezza ciò che vuole, ma anche scegliere l'interlocutore adatto, quello che darà corpo, colore, luce e magia alla sua idea. Deve comunicare col fotografo, stabilire una complicità, dargli autonomia, ma con la certezza di potersi riconoscere nell'immagine realizzata. È una questione di feeling, di intesa”. La formazione architettonica di Ferré, laureato al Politecnico di Milano nel 1969 con una tesi sulla metodologia della composizione, e il background artistico di Comte crearono le premesse per un dialogo profondo tra due linguaggi: l'architettura della moda e la narrazione fotografica. Entrambi condividevano un interesse per la composizione geometrica, per il rapporto tra rigore formale e tensione emotiva, per la capacità di tradurre il gesto e il movimento in forma visiva compiuta.



Figura 4.0
Michel Comte, 1994
Campagna P/E 1995 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano

4.1.1

Le collezioni

Tra le varie collezioni frutto della collaborazione tra Ferré e Comte, se ne citano alcune che esplicitano il loro rapporto. La prima collaborazione, per la collezione Primavera/Estate 1995, segnò immediatamente il tono del rapporto creativo. Comte concentrò la sua attenzione sul “cogliere l'attimo di un gesto, di una movenza”, comunicando “un'idea di glamour più moderno e consapevole” ed esprimendo “una nuova femminilità” (Airaghi, Bertola, Vacca, Trame, Zanichelli & Zucchetti, 2024). Gli scatti, realizzati a New York nel 1994, ritraevano modelle in composizioni che univano naturalezza e costruzione studiata, spontaneità e rigore compositivo. (Figura 4.0). Questa capacità di catturare l'istante senza rinunciare alla struttura formale rispecchiava perfettamente l'approccio progettuale di Ferré, che cercava sempre “un equilibrio perfetto tra il metodo scientifico e l'intuizione artistica e umanistica” (Airaghi, Bertola & Vacca, 2023).

La campagna Autunno/Inverno 1995-96 (Figura 4.1), fotografata a Parigi, rappresentò un momento di particolare maturità nella collaborazione. Comte costruì una “narrazione cinematografica” ambientata in “un mondo di gusto e gestualità di un passato-presente”, con supermodelle dell'epoca quali Christy Turlington, Simonetta Gianfelici, Lynne Koester e Antonia Dell'Atte (Airaghi, Bertola, Vacca, Trame, Zanichelli & Zucchetti, 2024). In particolare, gli scatti dedicati alla camicia “Libellula” catturavano “la dimensione spirituale e riflessiva esaltando l'impalpabilità del tulle stretch trasparente”, dimostrando come Comte fosse in grado di rendere visibile quella tensione tra materialità e immaterialità, tra struttura architettonica e leggerezza poetica, che animava il lavoro di Ferré (Airaghi, Bertola & Vacca, 2023; Airaghi, Bertola, Vacca, Trame, Zanichelli & Zucchetti, 2024).

La campagna Primavera/Estate 1998, fotografata a Venezia con Kylie Bax, Erin O'Connor e Warren Major, rappresentò forse il culmine di questa sinergia creativa. Comte creò “un'atmosfera azzurra e ovattata” fatta di “vapori bianchi, movimenti leggeri, figure pensose”, restituendo una “dimensione intima” che trasformava la moda in meditazione visiva, in esplorazione di stati d'animo (Figura 4.2). Qui si manifesta pienamente quella che Comte definiva la propria ricerca di “momenti di grande intimità”, capace di penetrare oltre la superficie glamour per toccare una dimensione spirituale ed emotiva (Airaghi, Bertola, Vacca, Trame, Zanichelli & Zucchetti, 2024).



Figura 4.1
Michel Comte, 1995
Campagna A/I 1995-96 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano



Figura 4.2
Michel Comte, 1997
Campagna P/E 1998 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano

4.1.2

Riconoscimento ed eredità

La profondità del rapporto tra Ferré e Comte trovò ulteriore riconoscimento nella doppia mostra “Ferré e Comte. DETTAGLI. Grandi interpreti tra moda e arte”, organizzata nel 2016 a Palazzo del Governatore di Parma in occasione del bicentenario dell’arrivo di Maria Luigia d’Asburgo-Lorena. L’esposizione, curata in collaborazione con la Fondazione Gianfranco Ferré, accostava gli abiti dello stilista, selezionati per le “inattese assonanze” con il gusto neoclassico e le passioni della “Buona Duchessa”, alle installazioni fotografiche di Comte intitolate “Neoclassic”, nelle quali il fotografo esplorava “la parabola neoclassica attraverso sculture, installazioni di luce e immagini fotografiche” (Il Corriere del Giorno, 2016). Questa giustapposizione evidenziava come entrambi gli artisti fossero accomunati da un dialogo costante con la storia e la cultura classica, reinterpretate attraverso linguaggi contemporanei.

Oggi, il lavoro fotografico di Michel Comte per Gianfranco Ferré è conservato in due archivi fondamentali: l’Edition Comte, che custodisce oltre 550.000 negativi e stampe originali del periodo 1979-2000, e l’Archivio Storico del Centro di Ricerca Gianfranco Ferré del Politecnico di Milano, da cui provengono le oltre novanta opere inedite esposte nella mostra “Gianfranco Ferré dentro l’obiettivo” al Forte di Bard (dicembre 2024 - marzo 2025).

La collaborazione tra Ferré e Comte si configura così come un esempio paradigmatico di quel “creare insieme, condividere le emozioni, fare lavorare insieme l’occhio e l’anima” che lo stilista riteneva indispensabile per evitare che “la fotografia sia vuota, fredda, inutile e falsa”. Comte, con il suo approccio cinematografico, la sua capacità di cogliere il movimento e il gesto, la sua tensione verso la dimensione spirituale dell’immagine, riuscì a tradurre in forma visiva quella sintesi tra rigore compositivo e afflato poetico, tra architettura e emozione, che definiva l’universo creativo di Gianfranco Ferré. Un dialogo tra maestri che ha lasciato un’eredità visiva capace di attraversare i decenni, testimoniando come la fotografia di moda possa elevarsi a linguaggio artistico quando nasce da una vera complicità intellettuale e creativa.

Di seguito verrà fatto un focus specifico dedicato alla collezione Autunno/Inverno 1998–99, per la quale il Centro di Ricerca Gianfranco Ferré ha concesso un numero maggiore di immagini, permettendo così un’analisi completa e approfondita dell’intera collezione.

AUTUNNO/INVERNO 1998-99

DI GIANFRANCO FERRÉ

Prima di procedere con l'analisi metodica degli scatti, risulta opportuno soffermarsi sulla collezione che verrà principalmente presa in esame, l'Autunno/Inverno 1998-99, al fine di comprenderne in modo più approfondito gli scenari, il concept e lo storytelling narrativo che si celano dietro le immagini e le creazioni presentate.

La collezione rappresenta un momento peculiare nella produzione dello stilista milanese, caratterizzata da un'interpretazione visionaria del tema della donna guerriera attraverso il filtro culturale della figura di Giovanna d'Arco. Questa collezione si inserisce in un periodo di profonda trasformazione della moda italiana e internazionale, alla fine degli anni Novanta, quando il concetto di femminilità e potere veniva radicalmente ripensato.

Il cuore concettuale della collezione trova la sua massima espressione nella campagna pubblicitaria fotografata da Michel Comte a Parigi nel 1998. Il fotografo svizzero, collaboratore di lungo corso di Ferré, interpreta la visione dello stilista attraverso immagini descritte nel catalogo come rappresentanti una "Giovanna d'Arco futuribile", una figura che sovverte norme e stereotipi, così come la collezione stessa (Figura 4.3). Questa definizione è fondamentale per comprendere l'approccio di Ferré: non una semplice rievocazione storica, ma una proiezione futuristica che utilizza l'archetipo della guerriera medievale per esprimere una "nuova femminilità". La scelta di Giovanna d'Arco come ispirazione non è casuale: nel 1999, l'anno immediatamente successivo alla presentazione della collezione, usciva nelle sale cinematografiche *"The Messenger: The Story of Joan of Arc"* di Luc Besson, con Milla Jovovich nel ruolo della protagonista (Besson, 1999; Wikipedia – The Messenger: The Story of Joan of Arc, s.d.). Il film ritraeva Giovanna come una figura complessa: adolescente visionaria che diviene salvatrice della Francia, condottiera militare che guida gli eserciti francesi contro gli inglesi durante la Guerra dei Cent'anni, vestita di armatura. La coincidenza temporale suggerisce che Ferré, noto per seguire "con grande attenzione i fatti e gli avvenimenti del suo tempo" e per condurre "profonde ricerche in tutti i campi (letteratura, musica, film, arte)", stesse dialogando con l'immaginario culturale contemporaneo.

Michel Comte porta alla campagna il suo linguaggio distintivo: ha definito l'estetica visiva degli anni Novanta con il suo approccio caratterizzato da "cinematic quality, dramatic lighting, narrative tension, unexpected intimacy". Il suo stile fotografico, definito da una "deep sensitivity to form, light, and emotion", si manifesta nella capacità di essere "a storyteller at heart", muovendosi fluidamente tra i mondi della moda e delle preoccupazioni umanitarie (Guy Hepner Gallery, 2023; Wikipedia, Michel Comte, s.d.). Questa dualità tra glamour e impegno, estetica e sostanza, risuona perfettamente con l'intenzione di Ferré di creare una Giovanna d'Arco che non fosse mera celebrazione estetica ma dichiarazione di principio. La collaborazione tra Ferré e Comte era consolidata: il fotografo aveva lavorato per multiple campagne del brand e nel 1995 aveva realizzato una celebre fotografia ironica dello stilista stesso mentre si faceva il nodo alla cravatta. Questo rapporto di fiducia reciproca permetteva a Comte di interpretare liberamente la visione di Ferré, il quale affermava che lo stilista "deve comunicare col fotografo, stabilire una complicità, dargli autonomia, ma con la certezza di potersi riconoscere nell'immagine realizzata".

Ferré opera attraverso quella che potremmo definire una “semplicità sovversiva”. La collezione non proclama il potere femminile attraverso elementi visivamente aggressivi o esplicitamente militareschi sulla passerella, ma lo incarna in una modernità rigorosa e consapevole. Lo stilista, che era stato “da sempre affascinato dalle grandi donne della storia”, non lavorava “sull’insieme, ma sui particolari che, destoricizzati, vengono esaltati e resi contemporanei”. In questo senso, la “Giovanna d’Arco futuribile” non è riconoscibile attraverso armature letterali o riferimenti medievali espliciti, ma attraverso un’attitudine: quella della “donna sicura del proprio charme” che non ha bisogno di ostentare la propria forza.

Gli anni Novanta rappresentano un momento cruciale nella ridefinizione della femminilità: il decennio si caratterizza per una “moda più minimalista e individualista, riflettendo l’idea di una donna indipendente che non aveva bisogno di ‘uniformarsi’ per avere successo”. Le top model dell’epoca, Naomi Campbell, Linda Evangelista, Claudia Schiffer, Cindy Crawford, erano “più famose dei brand che indossavano” e incarnavano una visione di “donna-dea, regina in passerella, intoccabile ma terribilmente reale” (Rebecchi, 2025)

Il power dressing, fenomeno dominante degli anni Ottanta caratterizzato da giacche con spalline e completi strutturati, negli anni Novanta evolve verso forme più sottili. Non si tratta più di imitare il guardaroba maschile per ottenere autorità, ma di esprimere un potere intrinseco attraverso scelte personali (Ratti, 2012; Sartoria Leonardo, 2022). Ferré, con la sua donna sicura del proprio charme, interpreta perfettamente questa transizione (Figura 4.4).

Per comprendere pienamente la collezione AI 98-99, è essenziale considerare l’approccio metodologico di Ferré: come descritto nei materiali d’archivio, la “logica di base che guida il processo di costruzione dell’abito è quella dell’elaborazione di semplici forme geometriche in forme complesse e sviluppate nella tridimensionalità”. La “composizione è forse il tratto più caratterizzante del modo di progettare di Gianfranco Ferré”, manifestandosi come “sapiente combinazione di forme geometriche con la volontà di scoprirne le infinite possibilità di relazione con il corpo”.

Questo metodo si traduce in una continua dialettica tra “ricalibrare le proporzioni” (esasperando dimensioni e proporzioni per creare “intenzionali dismisure”) e ricercare l’“abitabilità” del capo.

La scelta della semplicità nella collezione AI 98-99 può essere letta come una dichiarazione radicale in un momento in cui la moda italiana celebrava “il ritorno della moda intensa e fantasiosa, sensuale negli intenti”. Mentre Versace esplorava “stampe sgargianti” e “erotismo come elemento chiave”, e Dolce & Gabbana proponevano uno “stile intrinsecamente italiano” che evocava “un senso di sensualità decadente”, Ferré sceglie una via diversa.

La sua “Giovanna d’Arco futuribile” si manifesta non attraverso l’eccesso ma attraverso l’essenzialità, bluse morbide, gonne nere al ginocchio con “un leggero effetto lucido”, una palette cromatica ridotta a bianco, nero e argento. È una visione di potere che rifiuta la teatralità per abbracciare una modernità sobria e consapevole.

Questa scelta risuona con il concetto di “ragione-sentimento” che Ferré considerava la sua “guida creativa”. Come spiegava l’ultima lezione tenuta alla facoltà di architettura di Milano: “da un lato vi dev’essere la ragione, fatta di regole precise, dall’altro il sentimento, con le



Figura 4.3
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998-99 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano



sue ispirazioni, ricerche, mutamenti e sogni". La collezione AI 98-99 incarna perfettamente questa dualità: razionale nelle forme geometriche e nella semplicità compositiva, emotiva nel suo riferimento all'archetipo eroico di Giovanna d'Arco.

La collezione Autunno/Inverno 1998-99 di Gianfranco Ferré rappresenta un momento di straordinaria sintesi tra metodo progettuale, intuizione poetica e dialogo con il tempo storico. La "Giovanna d'Arco futuribile" di Ferré non è una guerriera che ostenta armature o brandisce armi ma è una donna moderna che combatte le sue battaglie attraverso la consapevolezza, l'eleganza e la sicurezza interiore.

In un'epoca in cui il femminismo stava ridefinendo i propri confini e la moda interrogava i codici del potere femminile, Ferré propone una visione che anticipa sensibilità contemporanee (Rebecchi, 2025). La sua guerriera combatte non imitando il linguaggio maschile dell'aggressività militare, ma affermando una femminilità forte e autonoma che non ha bisogno di travestimenti (Figura 4.5).

Come nota il catalogo dell'archivio Ferré, le campagne fotografiche dello stilista testimoniano "la capacità di comunicare uno stile vissuto" e la collezione AI 98-99, con la sua apparente semplicità che nasconde una carica rivoluzionaria, ne è esempio emblematico. È una collezione che sovverte "norme e stereotipi" non attraverso la provocazione esplicita, ma attraverso la proposta di un modello di donna che è, semplicemente e potentemente, "sicura del proprio charme".

Questa donna, moderna interprete di un'eroina medievale, guerriera silenziosa vestita di tubini neri e cappotti geometrici, rappresenta forse la più efficace risposta di Ferré alla domanda su cosa significhi essere una donna forte alla fine del Novecento: significa non dover gridare il proprio potere, ma incarnarlo con grazia, rigore e consapevolezza.

Nel capitolo successivo verranno analizzati alcuni scatti focus sulla collezione appena descritta, con l'obiettivo di individuare e comprendere i codici visivi del fotografo e quelli stilistici del designer. Tutte le immagini analizzate sono state gentilmente concesse dal Centro di Ricerca Gianfranco Ferré.

Figura 4.4
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998-99 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano



Figura 4.5
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998–99 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano

RICODIFICARE L'ESTETICA

METODOLOGIA DI RICERCA

I livelli di uso dell'intelligenza artificiale

	LIVELLI	INTELLIGENZA ARTIFICIALE	INTERVENTO UMANO
00	REVERSE ENGINEERING Analisi collezione A/I 1998-99 ed estrazione dei codici Ferré x Comte	ChatGPT Analisi immagini Estrazioni dei codici	Selezione foto Analisi preliminare Valutazione critica Costruzione matrice
01	PROMPT ENGINEERING & GENERATIVE OUTPUT Traduzione dei codici in prompt e tre generazione di immagini (prompt base, prompt specifico e prompt specifico + riferimento)	ChatGPT + Midjourney Traduzione codici in prompt 3 generazioni immagini	Costruzione prompt Scelta dei parametri Analisi comparativa Validazione dei risultati
02	STATIC PROMPT VARIATION Variazione del codice luce e due generazione di immagini (luce morbida / luce dura)	Midjourney/ Nanobana (Gemini) 2 generazioni immagini con codice luminoso variato (luce morbida / luce dura)	Variazione parametro nel prompt Analisi comparativa Validazione dei risultati
03	DYNAMIC PROMPT VARIATION Variazione del codice luce e due generazione di video (luce morbida / luce dura)	Runway 2 generazione di video con codice luminoso variato (luce morbida / luce dura)	Variazione parametro nel prompt Adattamento prompt Analisi comparativa Validazione dei risultati

Tabella 5.0 - Metodologia progettuale della sperimentazione con supporto dell'intelligenza artificiale.

Il presente capitolo si propone di analizzare il linguaggio visivo e stilistico sviluppato nella collaborazione tra Gianfranco Ferré e Michel Comte, con particolare attenzione alla collezione Autunno/Inverno 1998-99, assunta come caso studio principale.

L'obiettivo dell'analisi non è una semplice descrizione delle immagini di campagna, ma un'operazione di "reverse engineering visivo", finalizzata all'individuazione dei codici estetici, narrativi e compositivi che ne determinano l'identità. Per reverse engineering si intende, in ambito progettuale e archivistico, un processo analitico che, partendo dal risultato finale, ne decostruisce forma e struttura per risalire alle logiche compositive, ai principi e alle tecniche che ne hanno guidato la costruzione (Vandi, Bertola & Vacca, 2024). Applicato all'ambito visivo e fotografico, tale metodo consente di scomporre l'immagine nei suoi elementi costitutivi, quali spazio, luce, corpo, posa e atmosfera, al fine di comprenderne la logica interna e la coerenza stilistica. Con l'espressione "reverse engineering visivo" si intende una procedura analitica che non si limita alla lettura delle immagini attraverso l'ausilio dell'intelligenza artificiale, ma integra tale processo con lo sguardo critico dell'osservatore umano. L'intelligenza artificiale, interrogata tramite immagini e prompt specifici orientati all'analisi, restituisce una serie di interpretazioni e scomposizioni dell'immagine che vengono successivamente verificati, validati e problematizzati da chi può effettivamente osservare e contestualizzare l'immagine. Tale procedura si configura quindi come una collaborazione metodologica: un lavoro critico umano supportato da un sistema algoritmico che, secondo logiche computazionali, tenta di individuare strutture, relazioni e pattern ricorrenti nelle immagini. Non si tratta quindi di una delega interpretativa alla macchina, ma di un processo in cui l'intelligenza artificiale diventa strumento di supporto.

All'interno di questo percorso analitico, l'intelligenza artificiale scelta come supporto per l'analisi delle foto di collezione è ChatGPT. Rispetto ad altri strumenti di analisi o ad altri Large Language Model (LLM), ovvero machine learning in grado di comprendere e generare testo, Chat GPT basato su GPT-4/GPT-4o è stato selezionato perché combina in un'unica interfaccia capacità multimodali avanzate (testo + immagine), elevata accuratezza su compiti visivi e testuali e una forte capacità di instruction following, risultando particolarmente adatto a tradurre descrizioni anche informali in codici visivi coerenti (OpenAI, 2023). Si è visto come GPT-4o ottenga prestazioni superiori in compiti complessi che richiedono ragionamento contestuale, anche rispetto ad altri modelli di LLM come Gemini o Claude (Encord, 2025). Questa caratteristica lo rende uno strumento di supporto ottimale per individuare pattern ricorrenti, verificare coerenze e supportare la sistematizzazione di materiali iconografici. Inoltre, la natura conversazionale e la possibilità di costruire sessioni di lavoro persistenti consentono di adattare progressivamente il modello al caso studio (in questo caso il linguaggio visivo della collezione AI 98-99), mantenendo memoria delle categorie sviluppate e favorendo una forma di co-codifica iterativa difficile da ottenere con software specialistici e di uso più ingegneristico non basati su LLM.

Nello specifico il lavoro svolto con l'ausilio di ChatGPT si basava su un dataset di immagini tratte dalla collezione A/I 98-99. La prima fase ha previsto una selezione preliminare della fotografia di campagna, individuando quelle che, attraverso un'analisi visiva condotta dall'occhio umano, evidenziassero in maniera più significativa le caratteristiche formali e

narrative ricorrenti. Sono state selezionate complessivamente 18 immagini: 8 foto in bianco e nero della collezione donna, 8 foto in bianco e nero della collezione uomo e 2 immagini a colori della collezione donna. La scelta non è stata casuale, ma motivata dalla volontà di rappresentare in modo coerente l'impianto visivo narrativo della campagna.

Dal punto di vista fotografico, la collezione si caratterizza per una costruzione narrativa precisa: le figura maschili e femminili superano la dimensione del semplice "manichino" per assumere una presenza monumentale e quasi scultorea. I movimenti appaiono trattenuti, incompiuti, sospesi. Emerge un senso di alienazione e isolamento della figura che, tuttavia, si integra profondamente con lo spazio circostante. Gli ambienti che appaiono austeri, industriali o naturali, non fungono da semplice sfondo, ma anzi contribuiscono a costruire un'atmosfera di sacralità e atemporalità. La luce svolge un ruolo centrale: scolpisce i corpi e gli abiti generando una teatralità drammatica incisiva ma sottile che rafforza la tensione espressiva dell'immagine. Il tutto dettato dall' assenza di glamour o "pose da copertina" tipico delle campagne moda.

Dal punto di vista stilistico, come abbiamo già visto nel capitolo precedente, gli abiti non sono concepiti per enfatizzare sensualità la femminilità in senso convenzionale. Al contrario, i materiali e le forme della sartorialità classica, reinterpretata secondo il linguaggio di Ferré, esaltano la monumentalità ella figura all'interno della composizione fotografica. Anche qui, la luce, che incide sui volumi e sulle texture, rende ancora più evidenti e rilevanti i dettagli costruttivi, valorizzando la complessità sartoriale.

La maggior parte delle foto selezionate, oltre a presentare un'elevata risoluzione, erano accomunate da un rapporto d'aspetto verticale di circa 3:4, elemento che contribuisce alla coerenza formale del dataset e che facilita anche l'analisi alla macchina.

Successivamente alla selezione preliminare, le immagini sono state sottoposte all'analisi tramite ChatGPT. Per ciascun gruppo fotografico sono stati elaborati due prompt distinti: il primo finalizzato all'analisi dei codici visivi della fotografia di Michel Comte; il secondo orientato all'analisi dei codici stilistici relativi alla costruzione sartoriale di Gianfranco Ferré.

Prompt 1 - Analisi codici visivi della fotografia

"Analizza le seguenti immagini della campagna Autunno /Inverno 1998-99 del punto di vista dei codici visi e fotografici. In particolare: uso della luce, composizione, postura e movimento, relazione tra soggetto e ambiente, atmosfera generale, uso del bianco e nero come scelta narrativa, eventuali ricorrenze formali o pattern presenti. Evidenzia quali elementi visivi contribuiscono alla costruzione del significato e dell'identità della campagna."

Prompt 2 - Analisi cidici stilistici relativi alla costruzione sartoriale

"Analizza le stesse immagini della collezione Autunno/Inverno 1998-99 concentrandoti ora sui codici stilistici e sartoriali. In particolare: silhouette e volumi, materiali e texture, costruzione sartoriale, rapporto abito-corpo, rapporto abito-luce, eventuali elementi ricorrenti che definiscono la progettualità della collezione. Evidenza come la sartorialità contribuisca alla costruzione di un'immagine simbolica distinguendo gli aspetti stilistici da quelli fotografici."

Risultano quindi due astrazioni di codici che verranno poi meglio esplicitate e fuse per arrivare ad avere dei codici comuni che racchiudano la collaborazione Ferré x Comte. Questa metodologia consente di costruire una base strutturata e coerente che, nelle fasi successive della ricerca, verrà tradotta in prompt testuali per sistemi di generazione d'immagini. In tal modo, l'intelligenza artificiale diventa uno strumento utile a verificare fino a che punto un linguaggio visivo complesso e storicamente definito possa essere reinterpretato e simulato attraverso processi di generazione assistita.

Inoltre, questo livello è stato volutamente denominato "zero" in quanto rappresenta il punto di partenza fondamentale su cui si basa lo sviluppo successivo dello studio, strutturato su altri tre livelli di utilizzo dell'intelligenza artificiale.



Figura 5.1
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998–99 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano

5.1.1

Codici visivi di Michel Comte

Nella collezione Autunno/Inverno 1998–99, il linguaggio fotografico di Michel Comte si caratterizza per una costruzione dell'immagine fortemente narrativa, in cui il corpo, lo spazio e la luce concorrono alla definizione di un immaginario coerente e riconoscibile. La fotografia non si limita a documentare il capo di moda, ma diventa strumento di racconto e tensione visiva. Di seguito vengono riportati e rielaborati in forma sintetica e discorsiva i risultati ottenuti da ChatGPT attraverso l'applicazione del primo prompt relativo all'analisi dei codici visivi delle immagini precedentemente selezionate.

Spazio e ambientazione

Gli ambienti scelti (strutture industriali, ponti metallici, paesaggi naturali spogli) appaiono come luoghi reali ma privati della loro funzione originaria. Lo spazio non assume mai il ruolo di semplice sfondo: al contrario, diventa parte attiva della composizione, dialogando con il corpo del modello e contribuendo alla costruzione di un'atmosfera di sospensione e isolamento. Questi luoghi evocano una dimensione confinale, in bilico tra natura e artificio, passato industriale e presente immobile (Figura 5.1, 5.3).

Luce e trattamento fotografico

L'uso quasi esclusivo del bianco e nero accentua il carattere scultoreo delle immagini. La luce è spesso direzionale, laterale o zenitale, e costruisce forti contrasti chiaroscurali che modellano il corpo e ne enfatizzano i volumi. Le ombre risultano profonde e cariche di significato, contribuendo a una sensazione di drammaticità e intensità emotiva. La presenza ricorrente di fumo o nebbia introduce un ulteriore livello atmosferico, sfumando i contorni e rafforzando l'idea di sospensione temporale (Figura 5.2).

Composizione e inquadratura

Comte predilige inquadrature decentrate e composizioni dinamiche, in cui le linee architettoniche guidano lo sguardo dello spettatore. L'alternanza tra campi lunghi, che collocano il corpo all'interno di uno spazio narrativo ampio, e primi piani ravvicinati, di forte intensità psicologica, contribuisce alla costruzione di una narrazione visiva frammentata ma coerente. Ogni immagine sembra essere un fotogramma estratto da una sequenza più ampia, suggerendo un prima e un dopo mai esplicitati (Figura 5.2).

Codici visivi – Donna

Nelle immagini femminili, il corpo appare slanciato, verticale e controllato. La figura femminile non è mai rappresentata in chiave decorativa o seduttiva, ma assume una presenza strutturata e quasi architettonica. Le pose risultano statiche solo in apparenza: la tensione interna del corpo, la posizione delle mani e l'atteggiamento dello sguardo suggeriscono una forza latente, trattenuta. La donna diventa una figura divina, quasi sacra, in cui convivono fragilità apparente e potenza simbolica (Figura 5.3).

Codici visivi – Uomo

Nel caso delle immagini maschili, il corpo è trattato come massa e forza fisica in relazione diretta con lo spazio. Le pose sono spesso instabili o dinamiche: camminate interrotte, salti, piegamenti, gesti sospesi. L'uomo appare come una figura solitaria, impegnata in un confronto fisico e simbolico con l'ambiente circostante. L'androginità dei tratti, accentuata dallo styling e dall'uso del bianco e nero, contribuisce a scardinare una rappresentazione tradizionale della mascolinità (Figura 5.6, 5.7).

Dall'analisi delle immagini emerge quindi un linguaggio visivo fondato su:

- centralità della luce come strumento scultoreo,
- costruzione precisa dello spazio,
- staticità controllata della figura,
- tensione tra corpo e architettura,
- atmosfera austera,
- riduzione cromatica e valorizzazione dei contrasti
- inquadratura verticale e composizione verticale

In sintesi, dai risultati emersi attraverso l'applicazione del primo prompt di analisi dedicato ai codici visivi/fotografici, ChatGPT evidenzia che, nel lavoro di Michel Comte, il corpo diventa elemento drammaturgico, lo spazio assume valore narrativo e la moda si integra all'interno dell'immagine senza mai imporsi come protagonista indipendente. La fotografia si colloca in un territorio ibrido tra scultura, cinema e immagine editoriale, costruendo un linguaggio visivo riconoscibile e fortemente coerente.

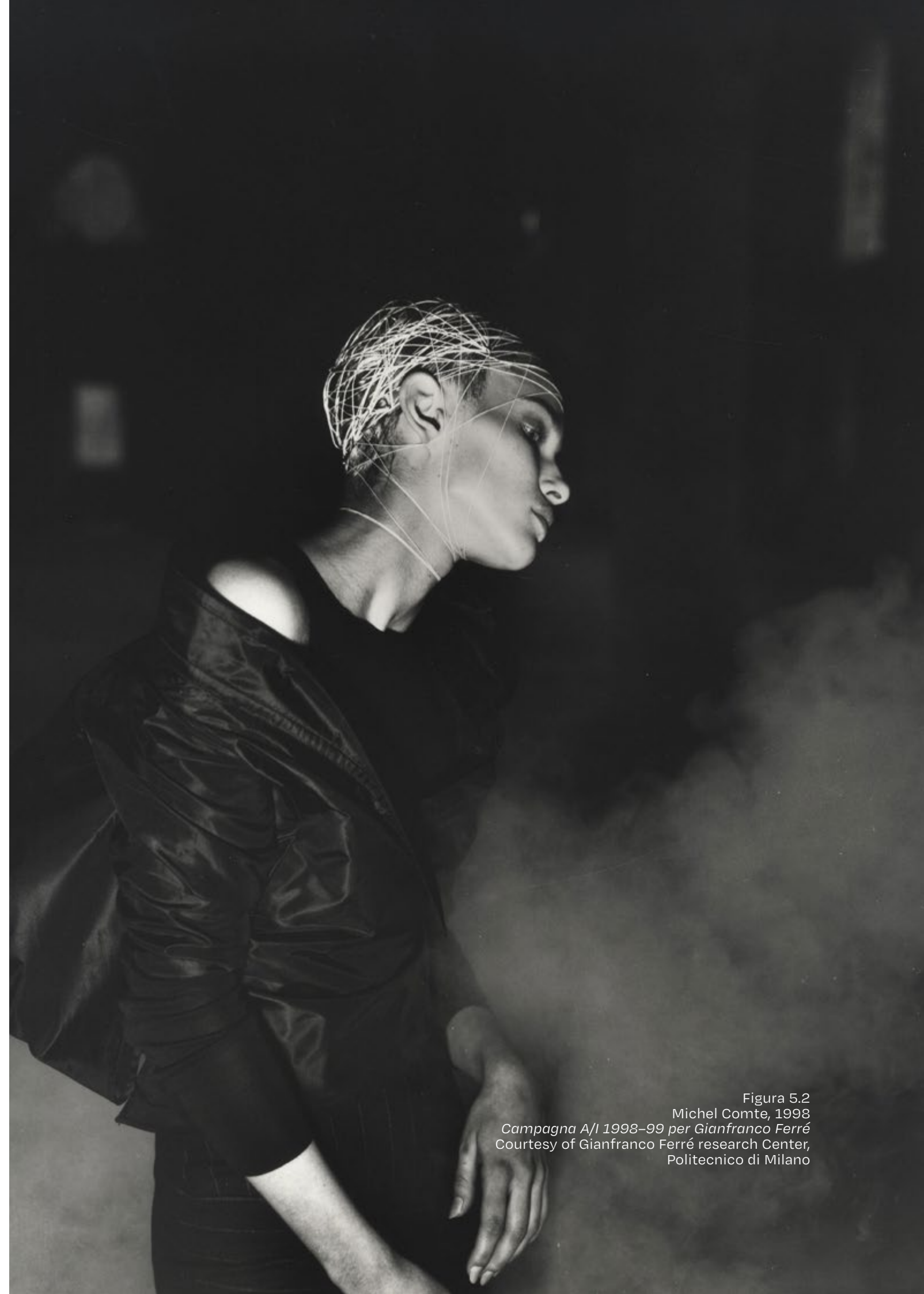


Figura 5.2
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998–99 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano



Figura 5.3
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998–99 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano

5.1.2

Codici stilistici di Gianfranco Ferré

Dopo aver isolato i codici visivi della fotografia di Michel Comte, l'analisi si concentra ora sui codici stilistici di Gianfranco Ferré, così come emergono dalle immagini della collezione Autunno/Inverno 1998–99. Anche in questo caso, l'approccio adottato è di tipo reverse engineering: i capi vengono letti non come singoli oggetti di moda, ma come sistemi formali complessi, osservati attraverso il filtro della fotografia. L'immagine diventa quindi un dispositivo interpretativo che consente di individuare le scelte progettuali del designer, mettendo in relazione forma, costruzione, materiali e corpo.

Architettura del capo e rapporto con il corpo

Uno dei tratti distintivi più evidenti del linguaggio di Ferré è la concezione del capo come struttura architettonica. Gli abiti non seguono passivamente l'anatomia, ma la ridefiniscono, la guidano e, in alcuni casi, la costringono. Linee nette, tagli precisi e volumi controllati costruiscono una silhouette che appare solida, quasi monumentale. Il corpo non è mai lasciato libero di esprimersi in modo spontaneo: al contrario, viene disciplinato attraverso la forma. Questo atteggiamento progettuale è particolarmente evidente nei capi aderenti ma strutturati, nei cappotti, nelle giacche e negli abiti lunghi, che trasformano la figura in una presenza statica e autorevole (Figura 5.3, 5.4).

Materiali, superfici e texture

I materiali giocano un ruolo centrale nella definizione del linguaggio stilistico di Ferré. Tessuti lucidi, opachi, trasparenti o fortemente materici vengono accostati per creare contrasti visivi e tattili. Nelle immagini, queste superfici rispondono alla luce in modo diverso, amplificando il carattere scultoreo del capo. La trasparenza, soprattutto nella collezione donna, non è mai decorativa o sensuale in senso tradizionale: è utilizzata come strumento di stratificazione e di tensione visiva. Il corpo è visibile, ma sempre mediato da una struttura che ne controlla l'esposizione (Figura 5.3).

Tempo, classicità e sospensione

Un altro codice fondamentale del linguaggio di Ferré è la sospensione temporale. I capi non rimandano a una moda contingente o stagionale, ma sembrano appartenere a un tempo altro, indefinito. Questa qualità emerge sia nella scelta delle forme (spesso classiche,

ma reinterpretate) sia nella loro resa fotografica. Ferré costruisce un dialogo costante tra passato e futuro: l'eredità della sartoria e dell'architettura classica convive con materiali e soluzioni che appaiono contemporanee, se non anticipatorie (Figura 5.4).

Codici stilistici – Donna

Nella collezione femminile AI 98–99, il corpo della donna viene trasformato in una figura potente, verticale e distante da una femminilità convenzionale. Gli abiti lunghi, le aperture profonde ma controllate, le spalle definite e le linee rigorose costruiscono una silhouette quasi rituale. La donna di Ferré non è fragile né decorativa: è una presenza autonoma, spesso isolata nello spazio, che comunica forza attraverso il controllo. Anche nei capi più leggeri o trasparenti, la costruzione resta dominante, suggerendo una tensione costante tra esposizione e protezione (Figura 5.3, 5.4).

Codici stilistici – Uomo

Nel guardaroba maschile, Ferré lavora su un equilibrio tra rigore sartoriale e sperimentazione formale. I completi, i cappotti e i capi outerwear mantengono una base classica, ma vengono alterati attraverso proporzioni allungate, volumi inusuali, materiali tecnici o lucidi e dettagli che rompono la linearità tradizionale. La figura maschile appare spesso androgina, slanciata, distante da un'idea di virilità aggressiva. Il corpo è avvolto, protetto, a volte quasi isolato all'interno del capo, rafforzando un'immagine di controllo e introspezione (Figura 5.5, 5.7).

Dall'analisi delle immagini emerge quindi un linguaggio stilistico fondato su:

- centralità della costruzione,
- controllo del corpo,
- monumentalità della silhouette,
- uso concettuale dei materiali,
- tensione tra visibilità e protezione.

Il capo non è mai un semplice oggetto estetico, ma uno strumento attraverso cui il corpo viene ridefinito, reso simbolico e inserito all'interno di una narrazione visiva più ampia.



Figura 5.4
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998–99 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano

5.1.3

Sintesi dei codici Ferré x Comte

Dopo aver isolato separatamente i codici visivi del fotografo e i codici stilistici del designer, il passaggio successivo consiste nell'individuare i punti di convergenza tra i due linguaggi. Questa fase non mira a sovrapporre forzatamente due poetiche differenti, ma a comprendere come l'interazione tra fotografia e moda produca un sistema visivo autonomo, riconoscibile e coerente. I codici comuni non vengono scelti a priori, ma emergono dall'osservazione ripetuta delle immagini della collezione attraverso un confronto costante tra composizione fotografica, costruzione dell'abito e comportamento del corpo nello spazio.

1. Il corpo come struttura portante dell'immagine

Il primo codice comune individuato riguarda il trattamento del corpo, che in entrambe le pratiche non viene concepito come soggetto espressivo o narrativo, ma come elemento strutturale dell'immagine.

Nelle fotografie, il corpo non comunica emozioni immediate né instaura un rapporto diretto con l'osservatore; al contrario, appare trattenuto, composto, spesso inserito in posture che suggeriscono equilibrio instabile o tensione controllata (Figura 5.1, 5.6).

Questa scelta visiva risulta coerente sia con l'approccio fotografico di Comte, che utilizza il corpo come fulcro drammaturgico all'interno dello spazio, sia con il linguaggio stilistico di Ferré, che concepisce l'abito come una struttura capace di disciplinare e ridefinire la fisicità. Il corpo diventa così il punto di intersezione tra fotografia e moda: non è mai protagonista autonomo, ma supporto formale e simbolico su cui si costruisce l'immagine.

2. Controllo e tensione come principi compositivi

Un secondo codice condiviso è rappresentato dal concetto di tensione permanente.

Nelle immagini non si assiste mai a un gesto risolto o a una posa rilassata: ogni elemento appare sospeso in una condizione di attesa, come se l'azione fosse stata interrotta nel momento di massima concentrazione formale. Dal punto di vista fotografico, questa tensione è costruita attraverso inquadrature decentrate, gesti incompiuti e relazioni instabili tra corpo e spazio. Dal punto di vista stilistico, essa si manifesta nel rigore della costruzione sartoriale, nei volumi controllati e nella rigidità delle silhouettes. La coincidenza di questi due approcci genera immagini in cui il controllo non è mai ostentato, ma percepibile in modo sottile e costante (Figura 5.2, 5.6, 5.7).

La scelta di individuare questo codice deriva dalla sua ricorrenza trasversale: esso si manifesta tanto nelle immagini femminili quanto in quelle maschili, e rimane costante indipendentemente dal contesto spaziale o dalla specificità del capo (Figura 5.5).

3. Lo spazio e l'abito come dispositivi di contenimento

Un ulteriore punto di incontro tra Ferré e Comte è il ruolo attribuito allo spazio.

Nelle fotografie, l'ambiente non è mai neutro né decorativo: strutture industriali, architetture essenziali e paesaggi naturali spogli agiscono come elementi di pressione sul corpo, limitandone il movimento e definendone la posizione.

Parallelamente, l'abito progettato da Ferré svolge una funzione analoga su scala ridotta: attraverso la costruzione, i materiali e le proporzioni, il capo avvolge, protegge e contiene il corpo. L'immagine risultante è quindi il prodotto di una doppia azione di contenimento, esterna e interna, che rafforza la sensazione di controllo e disciplina.

Questo codice è stato individuato perché emerge in modo evidente dall'analisi visiva: il corpo appare costantemente collocato tra due strutture, lo spazio e l'abito, che ne determinano la postura e la presenza (Figura 5.4, 5.5).

4. Monumentalità silenziosa e assenza di glamour

Le immagini Ferré x Comte condividono una qualità di monumentalità non spettacolare. Non vi è ricerca di glamour, seduzione o teatralità immediata; al contrario, le figure appaiono austere, isolate, spesso immerse in un'atmosfera di silenzio e immobilità (Figura 5.3). Dal punto di vista fotografico, questa scelta si traduce nell'assenza di pose editoriali convenzionali e di un'estetica patinata. Dal punto di vista stilistico, essa si riflette in capi che privilegiano la presenza e il peso formale piuttosto che l'ornamento. La monumentalità che ne deriva non è retorica, ma trattenuta, e contribuisce a rendere l'immagine densa e autorevole.

La selezione di questo codice è giustificata dalla sua funzione sistemica: esso sintetizza l'effetto complessivo prodotto dalla combinazione di corpo strutturato, spazio contenitivo e controllo formale (Figura 5.6).

5. Sospensione temporale e atemporalità

Infine, un codice fondamentale riguarda la percezione del tempo.

Le immagini non rimandano a un contesto temporale preciso né a una moda stagionale riconoscibile. L'assenza di riferimenti espliciti al presente, unita alla scelta di ambienti e costruzioni formali non databili, contribuisce a creare una sensazione di atemporalità.

Questa sospensione temporale nasce dall'incontro tra la fotografia di Comte, che costruisce immagini come fotogrammi isolati da una narrazione più ampia, e il design di Ferré, che dialoga costantemente con la classicità senza mai aderire completamente al contemporaneo. Il risultato è un'immagine che sembra collocarsi in un tempo altro, né passato né futuro, ma continuamente attuale (Figura 5.1).



Figura 5.5
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998-99 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano



Figura 5.6
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998–99 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano

La Tabella 5.1 di seguito evidenzia come i codici comuni non derivino da una semplice somma di linguaggi, ma da una vera intersezione strutturale. Il punto di contatto tra fotografia e moda non è l'estetica superficiale, bensì il modo in cui corpo, spazio e forma vengono concepiti come elementi di controllo, tensione e costruzione.

Questa convergenza produce un’immagine che non è illustrativa della moda, non è narrativa in senso tradizionale e non è glamour, ma anzi, si configura come sistema visivo autonomo, riconoscibile e coerente.

PARAMETRO	CODICI VISIVI COMTE	CODICI STILISTICI FERRÈ	CODICI COMUNI FERRÉXCOMTE
Corpo	Corpo come elemento drammaturgico; postura controllata; gesto sospeso; assenza di espressività emotiva diretta	Corpo disciplinato dalla costruzione; silhouette guidata; controllo della fisicità	Corpo come struttura portante dell'immagine , non espressiva ma formale
Postura / Gesto	Azione incompiuta; equilibrio instabile; immobilità carica di tensione	Linee rigide e verticali; posture sostenute dall'abito	Tensione permanente , mai risolta né narrativa
Spazio	Ambienti industriali e naturali ostili; spazio come pressione visiva	Abito come micro-architettura; funzione di contenimento e protezione	Contenimento del corpo tra spazio esterno e struttura dell'abito
Luce / Materia	Bianco e nero ad alto contrasto; luce scultorea; fumo come elemento atmosferico	Materiali strutturati, opachi/lucidi; superfici che reagiscono alla luce	Scultura visiva del corpo e del capo
Composizione	Inquadrature decentrate; figure isolate; linee architettoniche dominanti	Costruzione rigorosa; centralità della forma	Monumentalità silenziosa , non spettacolare
Narrazione	Ambiguità narrativa; immagini come fotogrammi isolati	Classicità non illustrativa	Sospensione temporale , immagine fuori dal tempo
Estetica generale	Rifiuto del glamour; austerità; isolamento	Anti-decorativismo; rigore progettuale	Austerità formale condivisa

Tabella 5.1 - Analisi comparativa e riassuntiva tra codici stilistici Ferré e codici visivi Comte.

Come riportato nella Tabella 5.1, i codici comuni individuati (struttura del corpo, tensione controllata, contenimento spaziale, monumentalità silenziosa e sospensione temporale) sono stati selezionati perché ricorrono in modo sistematico e coerente all'interno del corpus analizzato.

Essi emergono dall'osservazione umana delle immagini e l'analisi computazionale della macchina, confermandosi come elementi fondanti del linguaggio visivo prodotto dalla collaborazione tra Ferré e Comte.

Proprio questa coerenza rende tali codici particolarmente adatti a essere successivamente tradotti in istruzioni operative, aprendo alla fase di sperimentazione con sistemi di generazione d'immagini basati su intelligenza artificiale.



Figura 5.7
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998-99 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano

PROMPT ENGINEERING & GENERATIVE OUTPUT

Traduzione di codici in prompt e generazione di immagini

Livello 01

Una volta individuati i codici visivi e stilistici comuni emersi dalla collaborazione tra Ferré e Comte, si rende necessario un ulteriore passaggio metodologico: la traduzione di tali codici in un linguaggio operativo comprensibile da un sistema di GenAI. Questo passaggio rappresenta il punto di transizione tra l'analisi visiva e la fase sperimentale di generazione delle immagini. I codici individuati fino a questo momento sono formulati come concetti analitici e descrittivi, adatti a interpretare le immagini ma non direttamente utilizzabili come input testuali. Per questo motivo, essi vengono qui riformulati sotto forma di frasi di prompt, ovvero istruzioni linguistiche che descrivono in modo esplicito e osservabile ciò che caratterizza l'immagine a livello formale, compositivo e atmosferico (Oppenlaender, J., Linder, R., & Silvennoinen, J., 2025).

Facendo riferimento ai risultati della Tabella 5.1, la Tabella 5.2 che segue ha quindi una funzione di mediazione: non introduce nuovi significati, ma rende esplicito il passaggio dall'astrazione concettuale alla descrizione operativa. Ogni codice visivo viene messo in relazione con il suo riscontro nell'immagine e con una formulazione testuale sintetica, pensata per orientare il processo di generazione senza ricorrere a riferimenti diretti a stili, autori o contesti storici specifici. Questo approccio consente di mantenere il processo sperimentale controllato e replicabile, chiarendo in modo trasparente come i risultati dell'analisi visiva vengano trasformati in istruzioni testuali. La tabella non costituisce dunque un elenco di prompt definitivi, ma una struttura intermedia necessaria per verificare se e in che misura un linguaggio visivo complesso possa essere tradotto e interpretato da un'intelligenza artificiale.

CODICI COMUNI FERRÉXCOMTE	Cosa si vede nelle immagini	Traduzione codice in prompt
Corpo come struttura	Corpo controllato, rigido, non espressivo	<i>rigid posture, controlled body, sculptural human figure</i>
Tensione permanente	Gesto sospeso, azione incompiuta	<i>suspended movement, restrained gesture, no relaxed pose</i>
Contenimento	Corpo compresso tra spazio e abito	<i>body constrained by space, enclosed architectural environment</i>
Spazio dominante	Ambiente che sovrasta la figura	<i>industrial or brutalist environment, space dominating the subject</i>
Monumentalità silenziosa	Presenza forte ma non spettacolare	<i>austere mood, monumental presence, no glamour</i>
Assenza di glamour	Nessuna seduzione o posa editoriale	<i>no beauty lighting, no fashion pose, editorial realism</i>
Sospensione temporale	Nessun riferimento storico chiaro	<i>timeless atmosphere, non-contemporary setting</i>
Isolamento	Figura sola, mai in gruppo	<i>single subject, isolated figure</i>
Scultura visiva	Corpo e abito modellati dalla luce	<i>sculptural lighting, strong contrast, deep shadows</i>

Tabella 5.2 - Traduzione in prompt dei codici comuni risultati dall'analisi.

Tradotti i codici visivi comuni in descrittori operativi, il processo sperimentale entra nella fase di generazione delle immagini. Questa fase non ha come obiettivo la produzione di immagini definitive o esteticamente belle, ma la verifica della traducibilità dei codici visivi in un linguaggio testuale interpretabile da un sistema di intelligenza artificiale generativa.

Il primo strumento impiegato in questa fase rimane ChatGPT, utilizzato per la sintesi e l'organizzazione delle frasi di prompt derivate dalla tabella di traduzione. In questa fase ChatGPT agisce come mediatore linguistico, consentendo di trasformare un insieme di istruzioni frammentate in una struttura testuale coerente e controllata.

Solo successivamente, il prompt così costruito viene utilizzato all'interno di Midjourney, piattaforma di generazione di immagini basata su modelli di diffusione, scelta per la sua capacità di interpretare prompt complessi e restituire immagini ad alta definizione visiva. Midjourney è stata selezionata come piattaforma generativa principale in quanto, tra i modelli text-to-image più diffusi (come Stable Diffusion o Leonardo AI), offre un equilibrio particolarmente favorevole tra qualità visiva, coerenza stilistica e capacità di costruire immagini fashion “pronte per la campagna”. Midjourney si configura quindi come la scelta più matura e accessibile nell'ambito della fotografia di moda, con una sintassi di prompt che integra in modo naturale riferimenti a tagli di luce, inquadrature, materiali dei capi e codici estetici di brand e stili. In questo lavoro, Midjourney viene quindi adottata non solo per la sua resa “fotografica” in termini di texture, profondità di campo e gestione della luce, ma anche vasta disponibilità di risorse didattiche, preset e prompt engineering dedicati alla fotografia di moda che facilitano la costruzione di serie coerenti e visivamente omogenee, requisito centrale per la simulazione di una campagna moda. La scelta di Midjourney rispetto ad altre alternative più aperte o orientate all'illustrazione è dunque motivata dalla priorità data alla qualità percettiva, alla coerenza narrativa e alla rapidità di interazione creativa, tutti aspetti che risultano determinanti in un contesto di ricerca focalizzato sulle potenzialità dell'intelligenza artificiale nella produzione di immagini moda destinati alla comunicazione (oh, ok., 2024; eWeek, 2025; Titan XT, 2025).

5.2.1

Il prompt BASE

Il prompt base rappresenta il primo livello di sperimentazione. Esso è concepito come uno strumento neutro e controllato, privo di riferimenti diretti a specifiche collezioni, autori o periodi storici. La sua funzione è quella di costituire una baseline, ovvero un punto di partenza rispetto al quale confrontare successivamente prompt più specifici.

Attraverso il prompt base si intende verificare:

- quali codici visivi l'intelligenza artificiale riesce a recepire correttamente,
- quali elementi vengono semplificati o reinterpretati,
- quali aspetti del linguaggio visivo risultano più difficili da tradurre in istruzioni testuali.

Il prompt base non mira quindi a riprodurre fedelmente l'immaginario Ferré × Comte, ma a testarne la struttura formale.

In questa fase, il processo di generazione si articola su due livelli distinti:

1. ChatGPT

utilizzato per la traduzione dei codici visivi in linguaggio testuale strutturato, favorendo la chiarezza, la coerenza e la replicabilità del prompt.

2. Midjourney

utilizzato come strumento di verifica visiva, attraverso il quale osservare come un sistema di intelligenza artificiale generativa interpreta e restituisce i codici tradotti.

Questa distinzione consente di mantenere il controllo metodologico del processo, separando la fase di elaborazione concettuale da quella di produzione dell'immagine.

1° GENERAZIONE DI IMMAGINI

prompt base

CORPO PRINCIPALE

Editorial fashion photography, single subject,
rigid posture, controlled body, sculptural human figure,
light movement blocked, restrained gesture, no relaxed pose,

body constrained by space, enclosed architectural environment,
industrial or brutalist setting, space dominating the subject,

sculptural lighting, strong contrast, deep shadows,
austere mood, monumental presence, no glamour,

timeless atmosphere, non-contemporary setting,
editorial realism, no beauty lighting, no fashion pose

PARAMETRI DI GENERAZIONE

--style raw
--stylize 40
--chaos 6
--ar 3:4
--v 6

NEGATIVE PROMPT

--no glamour, beauty photography, fashion pose, expressive emotion,
smiling, cinematic storytelling, soft lighting, romantic mood,
contemporary fashion trends

Il testo di prompt qui presentato costituisce la traduzione operativa dei codici visivi precedentemente analizzati (Tabella 5.2). Tale traduzione è stata elaborata con l'ausilio di ChatGPT, impiegato come strumento di mediazione linguistica per trasformare elementi formali, compositivi e atmosferici in istruzioni testuali strutturate, coerenti e replicabili. Il prompt è costruito secondo una struttura tripartita, volta a garantire chiarezza metodologica e controllo del processo generativo:

Corpo principale : contiene la descrizione sintetica ma densa dei codici visivi tradotti in linguaggio descrittivo funzionale alla generazione dell'immagine.

Parametri di generazione: includono le specifiche tecniche proprie della piattaforma di generazione (aspect ratio, qualità, versione del modello, eventuali controlli stilistici), utili a standardizzare l'output e a rendere il processo confrontabile. Di seguito vengono descritti i principali parametri utilizzati nel corso della sperimentazione:

Versione del modello (--v)
Il parametro --v indica la versione del modello di generazione utilizzato. Versioni più recenti offrono una maggiore capacità di interpretazione semantica e una resa visiva più complessa. L'uso di una versione specifica consente di rendere il processo replicabile e confrontabile nel tempo.

Rapporto di aspetto (--ar)
Il parametro --ar definisce il rapporto tra larghezza e altezza dell'immagine. Nel contesto della fotografia di moda, l'utilizzo di rapporti verticali (come 3:4) permette di avvicinarsi alle proporzioni tipiche dell'editoriale fotografico, favorendo una lettura del corpo più simile a quella delle immagini di riferimento.

Livello di stilizzazione (--stylize)
Il parametro --stylize regola il grado di libertà estetica concessa all'algoritmo. Valori più bassi limitano l'interpretazione creativa, favorendo una resa più controllata e aderente al prompt, mentre valori più elevati aumentano la componente estetizzante. Nel presente lavoro, questo parametro viene mantenuto su valori moderati per evitare derive decorative.

Livello di casualità (--chaos)
Il parametro --chaos influisce sulla variabilità dei risultati generati a partire dallo stesso prompt. Valori contenuti permettono di mantenere una coerenza visiva tra le immagini, mentre valori più alti introducono variazioni più marcate. L'uso controllato di questo parametro consente di testare la stabilità del linguaggio visivo tradotto in istruzioni testuali.

Stile grezzo (--style raw)
Il parametro --style raw riduce l'intervento stilistico automatico del modello, limitando l'enfasi estetica tipica delle immagini generate e favorendo una resa più neutra e analitica. Questo risulta particolarmente utile quando l'obiettivo non è la spettacolarizzazione dell'immagine, ma la verifica della sua struttura formale.

L'integrazione tra prompt testuali e parametri di generazione consente di trasformare il processo di produzione delle immagini in un campo di sperimentazione controllata, in cui ogni variazione può essere osservata, confrontata e analizzata criticamente. In questo modo, l'intelligenza artificiale diventa parte integrante del processo di ricerca, non come sostituto dell'autorialità fotografica, ma come strumento analitico capace di mettere

in evidenza la complessità, la coerenza e i limiti di un linguaggio visivo storicamente consolidato.

Negative prompt: Accanto al prompt principale, viene utilizzato un negative prompt, ovvero un insieme di istruzioni che indicano esplicitamente all'AI cosa non deve essere incluso nell'immagine. Il negative prompt svolge una funzione fondamentale di controllo, poiché limita le interpretazioni indesiderate e impedisce all'algoritmo di ricorrere a soluzioni estetiche stereotipate.

L'uso del negative prompt consente di:

- evitare pose seducenti o espressive,
- ridurre l'estetica patinata tipica della fashion photography commerciale,
- limitare la deriva narrativa o cinematografica,
- mantenere un'atmosfera austera, controllata e non spettacolare.

In questo senso, il negative prompt non è un elemento accessorio, ma parte integrante del processo sperimentale, poiché contribuisce a definire i confini entro cui l'immagine può essere generata.

Una volta definita la struttura del prompt e stabiliti i suoi elementi costitutivi è possibile passare alla fase di verifica visiva.

Le immagini generate attraverso Midjourney, a partire da questa traduzione controllata dei codici, diventano quindi il terreno di osservazione empirica dell'esperimento: non come esiti autonomi, ma come manifestazioni concrete di come il sistema recepisce, interpreta e restituisce le istruzioni testuali fornite.

L'analisi che segue si concentra pertanto sulla corrispondenza tra i codici individuati nella fase teorica e la loro traduzione visiva, mettendo in luce coerenze, semplificazioni e scarti interpretativi emersi nel confronto con le immagini originali.



Figura 5.8
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt base



Figura 5.9
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt base



Figura 5.10
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt base



Le immagini generate tramite il prompt base (Figura 5.8, 5.9, 5.10, 5.11) mostrano fin da subito una forte aderenza ad alcuni dei codici visivi individuati nell'analisi delle campagne Autunno/Inverno 1998–99. In particolare, emerge una coerenza evidente nella costruzione dello spazio e nella relazione tra il corpo e l'architettura: le figure sono collocate all'interno di ambienti severi, caratterizzati da strutture monumentali in cemento, geometrie nette e volumi imponenti che sovrastano la presenza umana.

Dal punto di vista compositivo, l'intelligenza artificiale tende a riprodurre una disposizione frontale o rigidamente assiale del soggetto, spesso isolato e statico, rafforzando l'idea di una figura scultorea più che narrativa. Questo aspetto richiama direttamente l'approccio fotografico di Michel Comte, in cui il corpo non agisce lo spazio, ma lo abita in modo silenzioso e controllato (Figura 5.8, 5.11).

Anche il trattamento della luce risulta coerente con i riferimenti originali: la prevalenza di contrasti netti, ombre profonde e illuminazioni direzionali contribuisce a costruire un'atmosfera drammatica e sospesa, in cui il tempo sembra cristallizzato. Tuttavia, rispetto alle immagini originali, le immagini generate appaiono più uniformi e meno ambigue: la luce, pur efficace, tende a essere più "pulita" e meno imprevedibile (Figure 5.9 e 5.11).

Per quanto riguarda la rappresentazione del corpo e dell'abbigliamento, il prompt base riesce a restituire una certa idea di rigore formale e di verticalità, ma non sempre riesce a cogliere la complessità sartoriale tipica del lavoro di Ferré. I capi risultano spesso semplificati, ridotti a volumi essenziali e superfici compatte, suggerendo più un'interpretazione concettuale dello stile che una sua trasposizione fedele (Figure 5.8 e 5.10).

Questo primo confronto mette quindi in evidenza un aspetto centrale del progetto: l'intelligenza artificiale è in grado di riconoscere e riprodurre con efficacia i codici spaziali, atmosferici e compositivi, mentre incontra maggiori difficoltà nella restituzione dei codici materici e costruttivi, che richiedono un livello di precisione e consapevolezza progettuale più elevato.

Inoltre, il confronto in questa fase non ha lo scopo di valutare la "qualità" delle immagini generate, ma di osservare come l'intelligenza artificiale interpreta un linguaggio visivo quando viene fornita una struttura generale.

Questa analisi preliminare costituisce quindi la base critica necessaria per affinare successivamente il prompt, introducendo elementi più specifici legati alla collezione Autunno/Inverno 1998–99 e verificando se un maggiore livello di dettaglio testuale produca un avvicinamento più profondo allo stile originale.

Figura 5.11
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt base

La Tabella 5.3 che segue esplicita meglio quest’analisi preliminare mettendo a confronto le immagini originali con quelle generate basandosi sui criteri di valutazione estratti dalla Tabella 5.1.

PARAMETRO	IMMAGINI ORIGINALI AI 1998-99	IMMAGINI GENERATE PROMPT BASE	OSSERVAZIONI CRITICHE
Corpo/Postura	Pose controllate, rigide, scultoree; il corpo agisce come volume architettonico	Pose statiche e frontali, con rigidità accentuata	Coerenza formale, ma perdita di ambiguità e di tensione narrativa
Relazione corpo-spazio	Il corpo è subordinato allo spazio, spesso isolato, inglobato o schiacciato dalle strutture	Il soggetto è isolato e collocato in posizione centrale o assiale	La relazione è presente ma semplificata: meno tensione fisica, più staticità
Spazio	Architetture monumentali, industriali o naturali; lo spazio domina il corpo e ne condiziona la presenza	Spazi architettonici coerenti, spesso in cemento e con geometrie nette	L'AI riconosce correttamente il ruolo dello spazio come elemento attivo e dominante
Luce	Contrasti forti, luce direzionale, ombre profonde e imprevedibili	Illuminazione drammatica e contrastata	La luce è coerente ma più "pulita" e meno accidentale
Materialità	Forte attenzione a texture, pesi, costruzione del capo	Superfici uniformi, matericità suggerita ma non specifica	L'AI tende a ridurre la materia a un effetto visivo
Abbigliamento/ Forma	Capi strutturati, sartoriali, complessi; dialogo tra rigore e materia	Volumi essenziali, silhouette semplificate	Qui emerge il limite principale: perdita della complessità sartoriale
Atmosfera	Sospesa, atemporale, carica di tensione e silenzio	Atmosfera cupa, minimale, rarefatta	L'atmosfera viene riconosciuta, ma risulta più generica
Tensione narrativa	Presenza di una tensione narrativa latente, mai esplicita	Narrazione quasi assente	Il prompt base privilegia la forma rispetto alla narrazione

Tabella 5.3 - Analisi comparativa tra foto originali e immagini generate con prompt base.



Figura 5.3
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998–99 per Gianfranco Ferré
Courtesy Fondazione Gianfranco Ferré



Figura 5.2
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998–99 per Gianfranco Ferré
Courtesy Fondazione Gianfranco Ferré



Figura 5.8
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt base



Figura 5.9
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt base

5.2.2

Il prompt SPECIFICO

Una volta definito il prompt base e analizzati i primi risultati generativi, il processo entra in una fase più avanzata di affinamento.

Il prompt specifico per la collezione Autunno/Inverno 1998–99 è costruito a partire dai codici comuni individuati nell’analisi visiva delle immagini originali. A differenza del prompt base, qui il linguaggio viene reso più preciso e selettivo, con l’obiettivo di ridurre l’ambiguità interpretativa del sistema generativo.

In particolare:

- la centralità dell’architettura brutalista orienta la composizione spaziale;
- la descrizione del corpo come volume scultoreo traduce la rigidità e il controllo tipici delle pose;
- l’uso del bianco e nero ad alto contrasto richiama la fotografia di Comte e rafforza la tensione visiva;
- il riferimento a sartorialità strutturata e costruzione couture tenta di reintrodurre la complessità del design di Ferré;

Il prompt specifico rappresenta dunque il primo vero tentativo di simulazione dello stile Ferré × Comte, e costituisce un passaggio chiave per valutare fino a che punto un sistema generativo possa reinterpretare un linguaggio visivo complesso e storicamente definito.

Nel prompt specifico la collezione Autunno/Inverno 1998–99 viene esplicitamente nominata non come riferimento storico in senso stretto, ma come etichetta concettuale che sintetizza un insieme di codici visivi precedentemente estratti attraverso il processo di reverse engineering. In altre parole, il nome della collezione non sostituisce la descrizione dei codici, ma funziona come ancoraggio semantico del prompt, come rinforzo contestuale per orientare la generazione e per ridurre l’ambiguità interpretativa del sistema.

Poiché l’intelligenza artificiale non “conosce” la collezione come farebbe uno storico della moda, il riferimento testuale agisce come un contenitore simbolico che accompagna e rafforza le istruzioni visive già esplicitate (spazio, luce, postura, atmosfera, costruzione dell’abito).

2° GENERAZIONE DI IMMAGINI

prompt specifico

CORPO PRINCIPALE

Editorial fashion photography inspired by Ferré x Comte Autumn/Winter 1998-99, single model, monumental brutalist concrete architecture, industrial and austere environment, the human body as a sculptural volume, rigid and controlled posture, static and solemn presence, architectural composition dominating the figure,

strong directional lighting with deep shadows, high contrast black and white photography,

minimal and severe atmosphere, timeless and suspended mood, tailored garments with sharp lines and structured silhouettes, couture-inspired construction, precise and disciplined elegance, fashion as architecture, body integrated into space

PARAMETRI DI GENERAZIONE

--style raw
--stylize 80
--chaos 10
--ar 3:4
--v 6

NEGATIVE PROMPT

--no soft lighting, casual poses, dynamic movement, smiling expressions, colorful tones, romantic mood, decorative backgrounds, streetwear, oversized garments, flowy fabrics, cinematic effects, fantasy aesthetics



Figura 5.12
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico



Figura 5.13
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico



Figura 5.14
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico



Figura 5.15
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico

Le immagini generate attraverso il prompt specifico (Figura 5.12, 5.13, 5.14, 5.15) dedicato alla collezione Autunno/Inverno 1998–99 rappresentano una fase avanzata del processo di verifica del reverse engineering visivo precedentemente condotto. A differenza delle immagini ottenute mediante il prompt base, in questo caso l'intelligenza artificiale viene guidata non solo da codici astratti e generali, ma da riferimenti espliciti a un preciso contesto progettuale e stilistico, con l'obiettivo di testarne la capacità di riconoscere, interpretare e riformulare un linguaggio visivo complesso e storicamente situato.

Dal punto di vista compositivo, le immagini mostrano una forte coerenza con i codici individuati nell'analisi delle fotografie originali di Michel Comte per Gianfranco Ferré. La relazione tra corpo e spazio risulta centrale: le figure sono collocate all'interno di architetture monumentali in cemento, caratterizzate da geometrie rigide, angoli netti e volumi sovradimensionati. Lo spazio non funge da semplice sfondo, ma assume un ruolo strutturante, imponendo una verticalità e una tensione formale che dialogano direttamente con la costruzione sartoriale degli abiti (Figura 5.13, 5.15).

La postura dei soggetti appare controllata, quasi scultorea. I corpi sono eretti, statici, spesso isolati, con un atteggiamento che comunica distanza emotiva e autorità. Questo elemento richiama direttamente il linguaggio fotografico di Comte, in cui il dinamismo è ridotto al minimo, quasi congelato, a favore di una rappresentazione sacra del corpo, e al tempo stesso riflette la visione di Ferré, per il quale l'abito agisce come dispositivo architettonico capace di disciplinare la figura (Figura 5.13, 5.14, 5.15).

Dal punto di vista stilistico, l'abbigliamento generato rispecchia con buona precisione alcuni tratti distintivi della collezione AI 1998–99: silhouette allungate, spalle strutturate, vita segnata, prevalenza di capi sartoriali rigorosi e monocromatici. La palette cromatica, ridotta quasi esclusivamente al bianco e nero, contribuisce a rafforzare l'idea di astrazione e di atemporalità, accentuando il carattere austero e monumentale delle immagini (Figura 5.12).

Particolarmente significativa è la resa della relazione tra luce e materia. L'illuminazione è netta, direzionale, spesso proveniente dall'alto o lateralmente, creando forti contrasti e zone d'ombra profonde. Questo trattamento della luce non ha una funzione naturalistica, ma scultorea: modella i volumi, enfatizza le superfici del cemento e degli abiti, e contribuisce a costruire un'atmosfera sospesa e severa, coerente con l'immaginario della collezione ispirata a Giovanna d'Arco (Figura 5.15).

Nonostante l'elevato grado di coerenza visiva, emergono tuttavia anche alcuni limiti intrinseci alla traduzione operata dall'intelligenza artificiale. In particolare, l'AI tende a semplificare la complessità simbolica e narrativa presente negli scatti originali, privilegiando una lettura formale e stilistica più immediata. La tensione concettuale tra sacralità, forza e fragilità, centrale nella collezione originale, risulta attenuata, mentre viene enfatizzata una dimensione estetica più controllata e "pulita".

Questa fase di generazione dimostra quindi come l'intelligenza artificiale, se opportunamente guidata attraverso prompt specifici e strutturati, sia in grado di avvicinarsi in modo significativo a un linguaggio visivo preesistente, riconoscendone e ricombinandone i codici principali. Allo stesso tempo, evidenzia come tale processo non si configuri come una riproduzione fedele, ma come una reinterpretazione filtrata, in cui alcuni elementi vengono rafforzati mentre altri vengono inevitabilmente semplificati o perduti.

La Tabella 5.4 che segue mostra il secondo confronto tra le immagini originali e quelle generate con il prompt specifico per esplicitare meglio cosa è migliorato, invariato o rimasto uguale. I riferimenti alle aree di interesse sono le medesime della Tabella 5.3.

PARAMETRO	IMMAGINI ORIGINALI AI 1998-99	IMMAGINI GENERATE PROMPT SPECIFICO	OSSERVAZIONI CRITICHE
Corpo/Postura	Pose controllate, rigide, scultoree; il corpo agisce come volume architettonico	Pose statiche e disciplinate; maggiore rigidità e controllo rispetto al prompt base	Miglioramento evidente nella costruzione del corpo come volume; ancora meno tensione interna rispetto agli originali
Relazione corpo-spazio	Il corpo è subordinato allo spazio, spesso isolato, inglobato o schiacciato dalle strutture	Il corpo appare integrato nello spazio, spesso centrato o allineato agli assi architettonici	La subordinazione allo spazio è più convincente rispetto al prompt base; resta una composizione più “ordinata” e meno drammatica
Spazio	Architetture monumentali, industriali o brutaliste; lo spazio domina il corpo e ne condiziona la presenza	Spazi coerenti con l'estetica brutalista, geometrie nette e volumetrie imponenti	L'AI interiorizza il codice spaziale in modo efficace; lo spazio diventa elemento strutturale stabile
Luce	Contrasti forti, luce direzionale, ombre profonde e imprevedibili	Luce controllata e coerente con le indicazioni del prompt (direzionale, contrastata)	La luce è più coerente rispetto al livello base, ma meno “accidentale” e meno drammatica
Materialità	Forte attenzione a texture, pesi, costruzione del capo	Maggiore percezione della struttura dei capi e delle superfici	Miglioramento nella resa materica, ma ancora prevale l'effetto visivo rispetto alla costruzione sartoriale reale
Abbigliamento/ Forma	Capi strutturati, sartoriali, complessi; dialogo tra rigore e materia	Silhouette più strutturate, linee nette, volumi disciplinati	L'AI recepisce il concetto di “fashion as architecture”, ma semplifica la complessità costruttiva
Atmosfera	Sospesa, atemporale, carica di tensione e silenzio	Atmosfera austera, minimale, coerente con il mood indicato	Coerenza atmosferica rafforzata; la tensione narrativa resta più superficiale
Tensione narrativa	Presenza di una tensione narrativa latente, mai esplicita	Narrazione ridotta, prevale l'impostazione formale	L'AI privilegia la struttura visiva rispetto alla dimensione simbolica

Tabella 5.4 - Analisi comparativa tra foto originali e immagini generate con prompt specifico.



Figura 5.3
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998–99 per Gianfranco Ferré
Courtesy Fondazione Gianfranco Ferré



Figura 5.2
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998–99 per Gianfranco Ferré
Courtesy Fondazione Gianfranco Ferré



Figura 5.15
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6,
prompt specifico



Figura 5.14
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6,
prompt specifico

Dopo la fase di generazione basata esclusivamente su prompt testuali, il processo viene ulteriormente raffinato introducendo l'uso di un'immagine originale della collezione Autunno/Inverno 1998–99 come riferimento visivo diretto (Figura 5.16).

Questa fase rappresenta un passaggio metodologico intermedio tra l'astrazione completa del linguaggio visivo e una sua reinterpretazione guidata, in cui l'intelligenza artificiale non lavora più soltanto su descrizioni verbali, ma viene orientata da un input iconografico concreto.

L'immagine di riferimento non viene utilizzata con l'obiettivo di ottenere una replica dell'originale, bensì come ancoraggio visivo capace di rafforzare la coerenza formale, cromatica e compositiva della generazione. In questo senso, l'AI opera una sintesi tra:

- i codici visivi precedentemente estratti (Ferré × Comte),
- il prompt specifico elaborato sulla collezione principale,
- e le informazioni implicite contenute nell'immagine a colori (materiali, volumi, rapporto tra figura e spazio).

riferimento

Figura 5.16
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998–99 per Gianfranco Ferré
Courtesy of Gianfranco Ferré research Center,
Politecnico di Milano

3° GENERAZIONE DI IMMAGINI

prompt specifico + immagine originale di riferimento (Figura 5.16)

CORPO PRINCIPALE

Editorial fashion photography inspired by Ferré x Comte Autumn/Winter 1998-99, single model, monumental brutalist concrete architecture, industrial and austere environment, the human body as a sculptural volume, rigid and controlled posture, static and solemn presence, architectural composition dominating the figure,

strong directional lighting with deep shadows, high contrast black and white photography,

minimal and severe atmosphere, timeless and suspended mood, tailored garments with sharp lines and structured silhouettes, couture-inspired construction, precise and disciplined elegance, fashion as architecture, body integrated into space

PARAMETRI DI GENERAZIONE

--style raw
--stylize 80
--chaos 10
--ar 3:4
--v 6

NEGATIVE PROMPT

--no soft lighting, casual poses, dynamic movement, smiling expressions, colorful tones, romantic mood, decorative backgrounds, streetwear, oversized garments, flowy fabrics, cinematic effects, fantasy aesthetics



Figura 5.17
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico + riferimento immagine originale (Figura 5.16)



Figura 5.18
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico +
riferimento immagine originale (Figura 5.16)



Figura 5.19
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico +
riferimento immagine originale (Figura 5.16)



Dal punto di vista dei risultati, le immagini generate con prompt specifico + immagine originale come riferiemnto (Figura 5.17, 5.18, 5.19, 5.20) mostrano un ulteriore aumento della fedeltà atmosferica rispetto alle fasi precedenti. La presenza dell'immagine di riferimento contribuisce a stabilizzare il rapporto tra corpo e architettura, rendere più coerente la gestione dei materiali (pellicce, superfici lucide, tessuti strutturati) e rafforzare il dialogo tra luce, volume e monumentalità dello spazio.

A differenza delle generazioni basate unicamente sul prompt testuale, qui l'AI dimostra una maggiore capacità di mantenere continuità stilistica, evitando deviazioni eccessive verso estetiche generiche o non pertinenti. L'immagine di riferimento funziona dunque come un vincolo progettuale, che riduce l'ambiguità interpretativa e indirizza la macchina verso una lettura più aderente allo stile originale.

Questa fase evidenzia come l'intelligenza artificiale non operi in modo neutro o autonomo, ma risponda in maniera sensibile al tipo e alla qualità degli input forniti. L'integrazione tra testo e immagine permette di osservare più chiaramente il comportamento dell'AI nel bilanciamento tra imitazione, reinterpretazione e astrazione, rendendo il processo di generazione più controllabile e analizzabile.

Successivamente, i risultati ottenuti dalle immagini generate attraverso le tre fasi di generazione (prompt base, prompt specifico e prompt specifico integrato con immagine originale di riferimento) insieme alle immagini originali della collezione A/I 98-99, verranno messi a confronto all'interno di una tabella riassuntiva dedicata al confronto finale (Tabella 5.5), al fine di evidenziarne analogie, differenze e livelli di coerenza rispetto ai codici visivi individuati.

Figura 5.20
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico +
riferimento immagine originale (Figura 5.16)

5.2.3

Il confronto finale

Al termine delle diverse fasi di generazione, si rende necessario un confronto finale tra i risultati ottenuti e il materiale visivo originale, al fine di valutare in che misura l'intelligenza artificiale sia in grado di interpretare, ricostruire e simulare un linguaggio visivo complesso come quello sviluppato nella collaborazione tra Gianfranco Ferré e Michel Comte.

La tabella seguente mette a confronto quattro livelli di produzione:

- le immagini originali della collezione Autunno/Inverno 1998–99,
- le immagini generate tramite prompt base,
- le immagini generate tramite prompt specifico sulla collezione principale,
- le immagini generate tramite prompt specifico con l'ausilio di un'immagine di riferimento a colori.

L'obiettivo non è stabilire una gerarchia di qualità estetica, ma osservare come varia il comportamento dell'AI al modificarsi degli input e dei vincoli progettuali.

PARAMETRO	IMM. ORIGINALI AI 98-99	1° GENERAZIONE (prompt base)	2° GENERAZIONE (prompt specifico)	3° GENERAZIONE (prompt spec. + imm)
Coerenza stilistica complessiva	Massima: linguaggio originale, autoriale	Media: linguaggio coerente ma generico	Alta: stile riconoscibile e mirato	Molto alta: stile stabilizzato e coerente
Relazione corpo-spazio	Complessa, narrativa, gerarchica	Presente ma semplificata	Strutturata e leggibile	Stabile e fortemente coerente
Corpo/Postura	Controllata, scultorea, carica di tensione	Rigida ma statica	Rigida e consapevole	Rigida, scultorea e meglio integrata
Abbigliamento / Forma	Sartoriale, complesso, architettonico	Volumi generici	Silhouette strutturate	Maggiore precisione formale e coerenza
Materialità	Ricca, stratificata, concettuale	Accennata, visiva	Più definita ma ancora semplificata	Più credibile e coerente
Luce	Drammatica, direzionale, espressiva	Coerente ma uniforme	Più controllata e intensa	Più vicina alla resa originale
Atmosfera	Austera, sospesa, simbolica	Cupa ma generica	Austera e atemporale	Più fedele e coerente
Tensione narrativa	Alta, implicita	Bassa	Media	Media-alta
Grado di controllo dell'autore	Totale (autore umano)	Basso	Medio	Alto
Livello di interpretazione dell'AI	-----	Elevato (astrazione)	Bilanciato	Guidato e vincolato

Tabella 5.5 - Confronto analitico tra immagini originali e le 3 generazioni di immagini.



Figura 5.3
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998-99 per Gianfranco Ferré
Courtesy Fondazione Gianfranco Ferré



Figura 5.2
Michel Comte, 1998
Campagna A/I 1998-99 per Gianfranco Ferré
Courtesy Fondazione Gianfranco Ferré



Figura 5.9
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt base



Figura 5.15
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico



Figura 5.17
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico + riferimento immagine originale (Figura 5.16)

Dal confronto finale emerge come il comportamento dell'intelligenza artificiale vari in modo significativo in relazione alla qualità, alla quantità e alla tipologia degli input forniti. Il processo di generazione non risulta infatti uniforme, ma risponde in maniera progressiva e differenziata ai vincoli testuali e visivi introdotti nelle diverse fasi sperimentali. Inoltre, è opportuno precisare che, nel corso delle diverse fasi sperimentali, gli unici input forniti al sistema sono stati i prompt testuali elaborati per la ricerca, differenziati esclusivamente attraverso la variazione di specifici parametri (in particolare --chaos e --stylize) tra prompt base e prompt specifico. Tale scelta metodologica è stata adottata con l'obiettivo di osservare in modo controllato il comportamento della macchina e valutarne il grado di coerenza rispetto alla struttura semantica e stilistica del prompt. Non sono stati effettuati interventi di editing o post-produzione sulle immagini generate, al fine di non alterare o condizionare l'esito restituito dall'intelligenza artificiale. Questa decisione ha consentito di evidenziare con maggiore chiarezza non solo le potenzialità del sistema, ma anche i suoi limiti interpretativi, che emergono frequentemente nei dettagli di natura sartoriale, come si nota nella resa imprecisa di elementi come i bottoni delle giacche o altre componenti costruttive del capo.

Nel caso del **prompt base**, l'AI tende a operare prevalentemente per astrazione, generando immagini visivamente suggestive ma caratterizzate da una coerenza stilistica ancora parziale. In questa fase il linguaggio visivo risulta riconoscibile solo a livello generale: il rapporto tra corpo e spazio è presente ma non sempre strutturato, mentre la resa dell'abbigliamento e della materialità appare semplificata e generica. Il prompt base si conferma quindi efficace come strumento di verifica preliminare, ma insufficiente per una simulazione stilistica approfondita.

L'introduzione di un **prompt specifico**, costruito a partire dai codici visivi e stilistici precedentemente estratti, consente un primo e significativo salto qualitativo. In questa fase l'intelligenza artificiale dimostra di saper interiorizzare alcune regole compositive fondamentali del linguaggio Ferré x Comte, quali la monumentalità dello spazio, la rigidità e il controllo delle pose, nonché la centralità della figura umana come elemento architettonico all'interno dell'immagine. La coerenza stilistica e atmosferica risulta sensibilmente rafforzata, pur mantenendo alcuni limiti nella restituzione della complessità sartoriale e simbolica delle immagini originali.

Il livello più avanzato di controllo e coerenza viene raggiunto con **l'integrazione di un'immagine di riferimento originale**. In questo caso, l'AI non solo mantiene i codici già definiti a livello testuale, ma riesce a stabilizzare ulteriormente la resa atmosferica e il dialogo tra corpo, abito e architettura. L'immagine di riferimento agisce come un vero e proprio vincolo visivo, riducendo l'ambiguità interpretativa e trasformando la generazione in un processo più controllato, vicino a una simulazione stilistica consapevole piuttosto che a una semplice rielaborazione estetica.

Nel suo complesso, questo confronto evidenzia come l'intelligenza artificiale non sia in grado di "comprendere" uno stile in senso autoriale o progettuale, ma possa tuttavia riprodurre alcune caratteristiche in modo progressivamente più accurato, a condizione che il processo di input venga progettato e strutturato in maniera rigorosa. La qualità dell'output risulta quindi direttamente proporzionale al grado di controllo esercitato a monte dal progettista, confermando il ruolo centrale dell'intervento umano nella definizione del processo.

In seguito verrà analizzato come, attraverso l'intelligenza artificiale, sia possibile modificare e controllare i codici visivi individuati per ottenere risultati differenti. In questa fase verranno messi a confronto due sistemi di generazione (Midjourney e NanoBanana su Gemini) al fine di osservare come differenti modelli di intelligenza artificiale reagiscano al variare degli stessi codici emersi dall'analisi iniziale.

La scelta di mettere in dialogo questi due sistemi non è casuale: Midjourney rappresenta un modello ampiamente utilizzato nell'ambito della generazione visuale per la sua forte capacità di produrre immagini ad alta intensità estetica, mentre Nanobanana, integrato all'interno dell'ecosistema Gemini, si configura invece come un modello orientato a una gestione più analitica delle informazioni testuali. Il confronto tra i due consente quindi di verificare come differenti architetture e logiche generative incidano sull'interpretazione dei medesimi codici visivi (Ramesh, A., Dhariwal, P., Nichol, A., Chu, C., & Chen, M., 2022).

5.3

STATIC PROMPT VARIATION

Manipolazione statica dei codici

Livello 02

Dopo aver individuato e formalizzato i principali codici visivi e stilistici che caratterizzano il linguaggio Ferré × Comte, la ricerca entra in una fase sperimentale successiva, finalizzata a verificare se tali codici possano essere modificati, controllati e manipolati attraverso l'utilizzo dell'intelligenza artificiale.

In questa fase, l'AI non viene più utilizzata esclusivamente come strumento di analisi o simulazione stilistica, ma come dispositivo progettuale, capace di rispondere in modo differenziato alla variazione intenzionale di singoli parametri all'interno del prompt.

L'obiettivo non è ottenere immagini "migliori" o più realistiche, ma osservare come le macchine interpretano e prioritizzano i codici visivi quando questi vengono isolati e modificati.

Per questo motivo, l'esperimento viene condotto utilizzando due diverse intelligenze artificiali generative al fine di confrontarne il comportamento e valutare quale delle due dimostri una maggiore sensibilità e coerenza nella gestione dei codici individuati.

5.3.1

La luce

Per garantire la leggibilità dei risultati, si è scelto di intervenire su un solo codice visivo, mantenendo invariata la struttura generale del prompt specifico. In questo modo, ogni variazione osservata nelle immagini generate può essere attribuita in modo più diretto alla modifica del parametro selezionato, riducendo l'ambiguità interpretativa.

Il codice scelto per questo primo test è quello della luce e la scelta di intervenire su questo codice come primo parametro di variazione non è casuale, ma risponde a precise motivazioni teoriche e metodologiche.

In primo luogo, la centralità della luce trova una giustificazione già a livello etimologico: il termine fotografia, come accennato nel primo capitolo, assume il significato di "scrittura con la luce" o "disegno della luce". Nel senso comune è la luce stessa a scrivere l'immagine, a costruirne la forma e a renderla visibile. Intervenire su questo parametro significa dunque agire sull'elemento fondativo del linguaggio fotografico. All'interno del linguaggio fotografico sviluppato da Michel Comte per Gianfranco Ferré, la luce svolge un ruolo centrale nella costruzione dell'immagine: non si limita a illuminare il soggetto, ma contribuisce attivamente alla definizione del rapporto tra corpo, abito e spazio architettonico. In particolare, nella collezione Autunno/Inverno 1998–99, la luce diventa uno strumento di modellazione plastica, capace di accentuare la monumentalità delle strutture brutaliste e di trasformare il corpo in un volume scultoreo integrato nell'ambiente.

Dal punto di vista metodologico, la variazione del parametro di luce consente di mantenere invariata la struttura compositiva dell'immagine, rendendo più chiaro il legame di causa-effetto tra modifica del prompt e risultato visivo. Diviene quindi utile utilizzare questo parametro al fine di analizzare il comportamento delle intelligenze artificiali, verificando fino a che punto esse siano in grado di interpretare non solo un'indicazione tecnica, ma anche una valenza espressiva e narrativa.

Per queste ragioni, la sperimentazione sulla luce rappresenta un passaggio iniziale strategico, funzionale a testare la capacità dell'intelligenza artificiale di gestire e rielaborare i codici visivi emersi dall'analisi preliminare.

A partire dal prompt specifico costruito sui codici Ferré × Comte, sono state generate due varianti principali:

- una variante con **luce morbida** (soft light), caratterizzata da illuminazione diffusa, basso contrasto e ombre attenuate;
- una variante con **luce dura** (hard light), definita da illuminazione direzionale, forte contrasto e ombre profonde.

Le due varianti sono state generate separatamente utilizzando MidJourney e Nanobanana (Gemini), mantenendo costanti composizione, soggetto, architettura, posa e atmosfera generale in modo da poter studiare non solo l'effetto della variazione luminosa sull'immagine, ma anche le differenze interpretative tra le due macchine lasciando invariata la struttura del prompt specifico.

L'analisi non si concentra più sulle immagini originali, ma sulle immagini generate dall'intelligenza artificiale nella fase precedente. Queste vengono utilizzate come materiale di lavoro per verificare se e in che misura i codici visivi possano essere modificati, controllati e manipolati attraverso l'uso consapevole dei prompt.

A woman with dark hair, wearing a black turtleneck and a long, light-colored fur coat, is sitting on a large, dark, industrial-looking concrete structure. She is looking off to the side with a serious expression. The background is a hazy, grey sky. The overall mood is dramatic and moody.

riferimento

Figura 5.17
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico +
riferimento immagine originale (Figura 5.16)

4° GENERAZIONE DI IMMAGINI (LUCE MORBIDA)

prompt specifico variato + immagine generata di riferimento (Figura 5.17)

CORPO PRINCIPALE

Editorial fashion photography inspired by Ferré x Comte Autumn/Winter 1998-99, single model, monumental brutalist concrete architecture, industrial and austere environment, the human body as a sculptural volume, rigid and controlled posture, static and solemn presence, architectural composition dominating the figure,

strong directional lighting with deep shadows, high contrast black and white photography,

minimal and severe atmosphere, timeless and suspended mood, tailored garments with sharp lines and structured silhouettes, couture-inspired construction, precise and disciplined elegance, fashion as architecture, body integrated into space

PARAMETRI DI GENERAZIONE

--style raw
--stylize 80
--chaos 10
--ar 3:4
--v 6

NEGATIVE PROMPT

--no deep shadows, harsh light, casual poses, dynamic movement, smiling expressions, colorful tones, romantic mood, decorative backgrounds, streetwear, oversized garments, flowy fabrics, cinematic effects, fantasy aesthetics



Figura 5.21
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Nanobanana, prompt specifico + riferimento immagine generata (Figura 5.17), Luce morbida



Figura 5.22
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico +
riferimento immagine generata (Figura 5.17), Luce morbida



Figura 5.23
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico +
riferimento immagine generata (Figura 5.17), Luce morbida

5° GENERAZIONE DI IMMAGINI (LUCE DURA)
prompt specifico variato + immagine generata di riferimento (Figura 5.17)

CORPO PRINCIPALE

Editorial fashion photography inspired by Ferré x Comte Autumn/Winter 1998-99, single model, monumental brutalist concrete architecture, industrial and austere environment, the human body as a sculptural volume, rigid and controlled posture, static and solemn presence, architectural composition dominating the figure,

strong directional lighting, high contrast, deep and sculptural shadows, dramatic chiaroscuro, sharp light edges, accentuated volumes, stark black and white photography,

minimal and severe atmosphere, timeless and suspended mood, tailored garments with sharp lines and structured silhouettes, couture-inspired construction, precise and disciplined elegance, fashion as architecture, body integrated into space

PARAMETRI DI GENERAZIONE

--style raw
--stylize 80
--chaos 10
--ar 3:4
--v 6

NEGATIVE PROMPT

--no soft lighting, diffused light, low contrast, flat illumination, casual poses, dynamic movement, smiling expressions, colorful tones, romantic mood, decorative backgrounds, streetwear, oversized garments, flowy fabrics, cinematic effects, fantasy aesthetics



Figura 5.24
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Nanobanana, prompt specifico + riferimento immagine generata (Figura 5.17), Luce dura



Figura 5.25
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico +
riferimento immagine generata (Figura 5.17), Luce dura

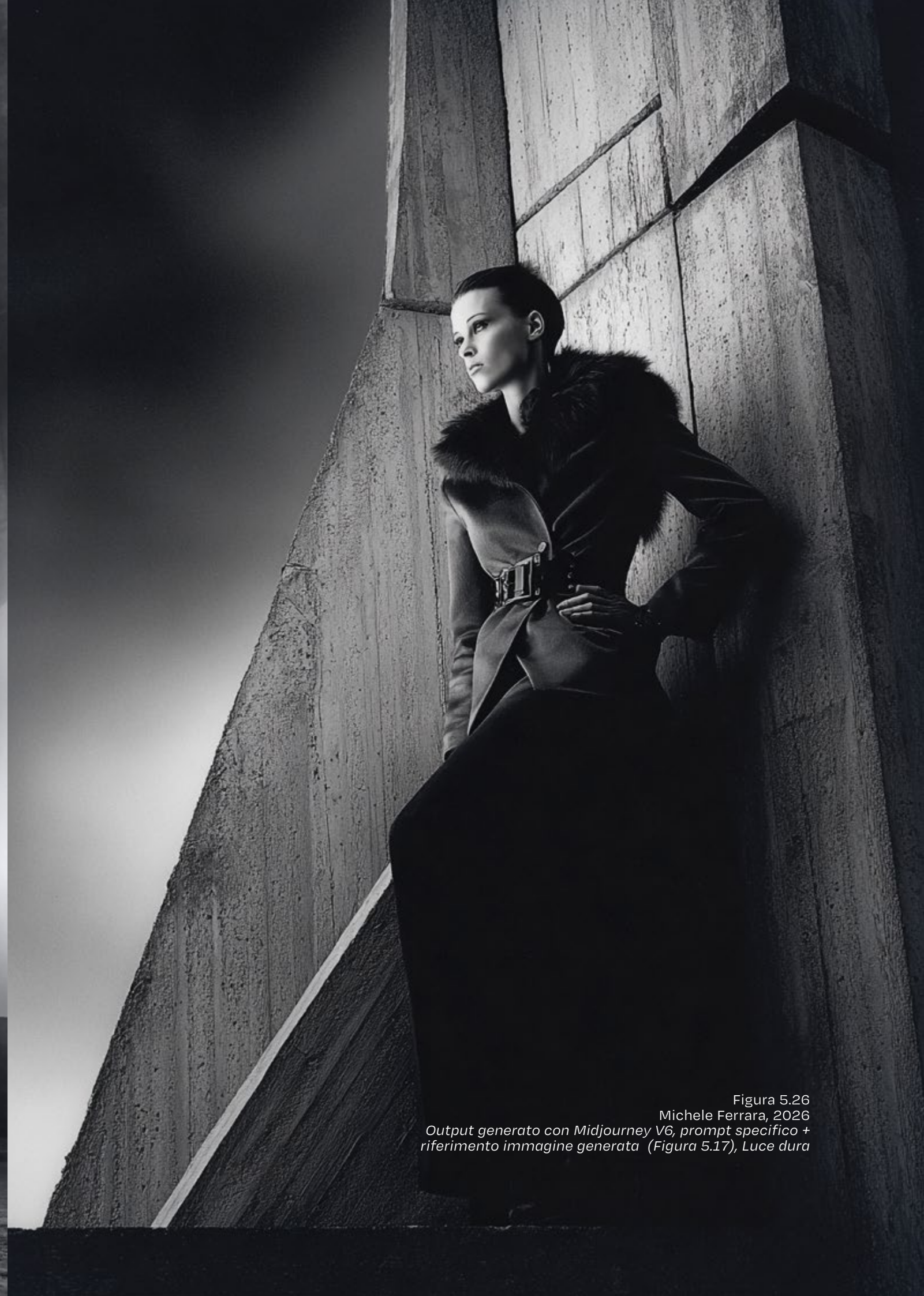


Figura 5.26
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico +
riferimento immagine generata (Figura 5.17), Luce dura

Il confronto con le immagini originali evidenzia come, nella fotografia di Comte, la luce assuma un ruolo strutturale e narrativo. La luce dura contribuisce a scolpire il corpo, rafforzando la monumentalità dell’architettura e generando una tensione visiva basata su contrasti netti e zone d’ombra irregolari. La luce morbida, pur più rara, introduce invece un’atmosfera sospesa, senza mai perdere la rigidità formale della composizione. In questo contesto, la luce non agisce mai isolatamente, ma in relazione a setting, posa e inquadratura che contribuiscono a definire il rapporto gerarchico tra corpo e architettura.

Nelle immagini generate tramite intelligenza artificiale, la luce viene invece interpretata come parametro controllabile, ma non sempre come dispositivo narrativo complesso. La variazione produce effetti visivi riconoscibili, ma tende a semplificare il comportamento della luce, rendendola più uniforme e prevedibile rispetto alle fotografie originali. Inoltre, pur mantenendo invariato il prompt relativo al contesto architettonico e alla postura del modello, si osservano variazioni anche nella posa e inquadratura: elementi che, se pur stabili, vengono in parte ricalibrati dal sistema in funzione della nuova configurazione luminosa.

MidJourney dimostra una maggiore reattività alla variazione del codice luminoso. Il passaggio da luce soft a luce hard produce un cambiamento netto nella percezione dell’immagine: aumentano il contrasto, la profondità delle ombre e la tensione tra corpo e architettura. Parallelamente, si riscontrano leggere modifiche nella postura del modello, della camera e nella gestione dello spazio architettonico, a conferma del fatto che la variazione di un singolo parametro può incidere sull’intero output. La luce viene utilizzata come elemento che ridefinisce l’equilibrio generale dell’immagine (Figura 5.22, 5.23, 5.25, 5.26).

Nanobanana (Gemini), al contrario, tende a mantenere una maggiore stabilità visiva. Anche in presenza di una richiesta esplicita di luce dura, il modello privilegia una distribuzione più uniforme dell’illuminazione, riducendo gli estremi di chiaroscuro. Le variazioni di setting, posa e inquadratura risultano essere più contenute tra loro, segnalando una tendenza del sistema a preservare una struttura compositiva più standard. La luce assume quindi una funzione più descrittiva che narrativa, garantendo leggibilità e coerenza formale ma limitando l’intensità espressiva (Figura 5.21, 5.24).

Parametro	Riferimento (Figura 5.17)	Midjourney	Nanobanana
Ruolo della luce	Narrativo e strutturale	Espressivo e interpretativo	Descrittivo e regolativo
Differenza soft/hard	Marcata	Molto evidente	Moderata
Contrasto	Alto e irregolare	Alto (hard) / medio (soft)	Medio
Chiaroscuro	Profondo	Drammatizzato	Contenuto
Corpo come volume	Scultoreo	Evidenziato	Più neutro
Controllabilità	Autoriale	Alta ma guidata dal prompt	Alta ma standardizzata

Tabella 5.6 - Confronto tra gli output delle due macchine al solo cambiamento del codice luminoso nel prompt.

Riferimento
(Figura 5.17)



Figura 5.17
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico + riferimento immagine originale (Figura 5.16)

Nanobanana



Figura 5.21
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Nanobanana, prompt specifico + riferimento immagine generata (Figura 5.17), Luce morbida

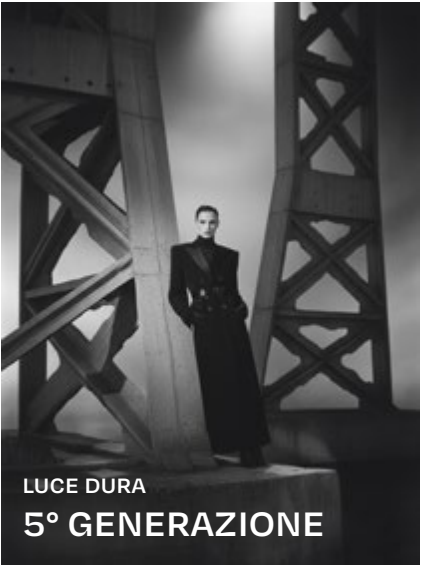


Figura 5.24
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Nanobanana, prompt specifico + riferimento immagine generata (Figura 5.17), Luce dura

Midjourney

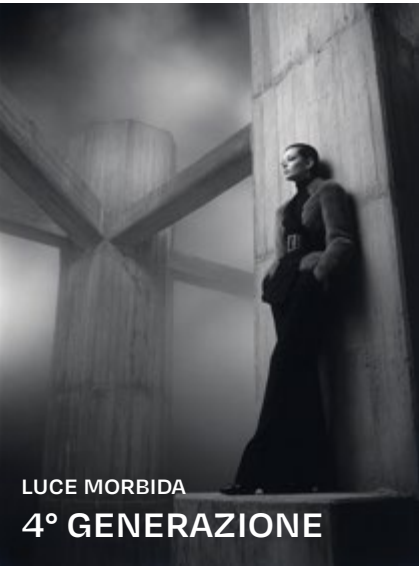


Figura 5.23
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico + riferimento immagine generata (Figura 5.17), Luce morbida

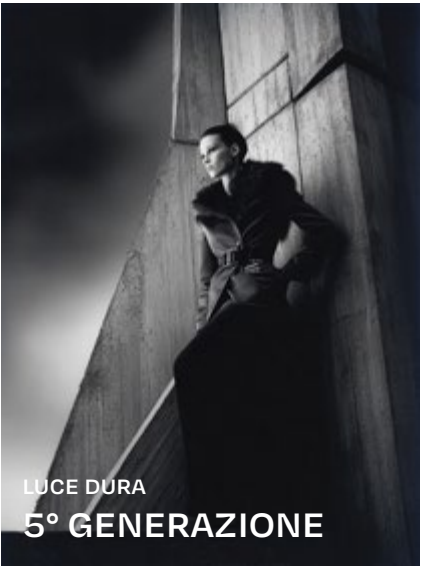


Figura 5.26
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6, prompt specifico + riferimento immagine generata (Figura 5.17), Luce dura

Questo livello della ricerca ha permesso di spostare l'attenzione dalla simulazione di uno stile alla verifica della sua controllabilità, utilizzando l'intelligenza artificiale come strumento di sperimentazione progettuale. Attraverso la variazione intenzionale di un singolo codice visivo è stato possibile osservare come le immagini generate reagiscano a modifiche puntuali del prompt, mantenendo invariato il contesto stilistico di riferimento ma ricalibrando, in misura diversa, altri elementi strutturali dell'immagine.

L'isolamento del codice luminoso ha consentito di mettere in evidenza il comportamento interpretativo delle macchine, mostrando come la luce incida in modo determinante sulla percezione del rapporto tra corpo, abito e architettura. Tuttavia, l'analisi ha evidenziato che la variazione luminosa non opera mai in modo completamente isolato: essa influenza anche la posizione del corpo nello spazio, la distanza della camera e l'organizzazione generale dell'immagine. Il confronto tra luce morbida e luce dura ha dimostrato che la variazione di questo parametro produce effetti visivi riconoscibili, ma non equivalenti alla complessità autoriale riscontrabile nelle fotografie originali. L'intelligenza artificiale tende, infatti, a razionalizzare la luce, trattandola come un parametro formale più che come un dispositivo narrativo e simbolico.

Il confronto (Tabella 5.6) tra MidJourney e Nanobanana (Gemini) ha ulteriormente chiarito come la capacità di gestione dei codici visivi non sia uniforme tra i sistemi. MidJourney si è dimostrato più reattivo ed espressivo, enfatizzando il chiaroscuro e la tensione drammatica e introducendo variazioni più evidenti anche nell'assetto compositivo generale, mentre Nanobanana (Gemini) ha privilegiato un approccio più controllato e descrittivo, limitando sia gli estremi luminosi sia le trasformazioni strutturali di posa e inquadratura. Questa differenza evidenzia come ogni intelligenza artificiale possieda una propria "grammatica visiva", che filtra e interpreta i codici secondo priorità interne al modello.

Questa fase intermedia rappresenta un passaggio fondamentale nel percorso di ricerca, in quanto evidenzia il ruolo del progettista come figura centrale nel definire, isolare e guidare i codici visivi anche attraverso macchine diverse che non lavorano allo stesso modo.

L'intelligenza artificiale si configura così non come generatore autonomo di stile, ma come dispositivo che rende visibile, misurabile e confrontabile il comportamento dei codici all'interno di un sistema controllato, mostrando come la modifica di un parametro possa produrre effetti sistematici sull'intera struttura dell'immagine.

5.4

DINAMIC PROMPT VARIATION

Manipolazione dinamica dei codici

Livello 03

Nel terzo livello della sperimentazione il lavoro si sposta dalla generazione di immagini statiche alla produzione di contenuti dinamici, attraverso l'utilizzo di Runway, una piattaforma di intelligenza artificiale orientata alla generazione e trasformazione video a partire da immagini statiche.

Runway è stato scelto come strumento per la produzione di contenuti dinamici perché nasce specificatamente per la generazione e l'editing creativo di video, integrando in un'unica piattaforma funzioni text-to-video, image-to-video e strumenti di post-produzione pensati per filmmaker, designer e visual artist (Runway, 2024; TechCrunch, 2024). Rispetto ad altri generatori video, privilegia il controllo sul linguaggio cinematografico: consente di dirigere in modo fine stile, movimento di camera, ritmo e coerenza visiva, trasformando immagini statiche in sequenza animate mantenendo continuità di inquadratura, luce e resa cromatica (Datacamp, 2024). I modelli più recenti sono ottimizzati per una comprensione dettagliata dei prompt e per la coerenza dei personaggi e stile sul tempo, rendendo il tool particolarmente adatto a progetti sperimentali in ambito moda dove è necessario dare movimento a stili fotografici senza stravolgerne l'estetica di partenza (Runway, 2024; AI Video Detector, 2025). Inoltre, diversi confronti tra tool di video generazione mostrano come runway venga spesso posizionato come soluzione "creativa" rispetto a piattaforme concorrenti quali Synthesia, Luma o Pika che accellono in contesti aziendali, mentre Runway offre un ecosistema di funzioni privilegiando sperimentazione formale, rapidità iterativa e possibilità di integrare più media (testo, immagini, audio) in un unico workflow (Alternates.ai, 2025). In questo senso, la scelta di Runway per il passaggio da immagine statica a contenuto dinamico non è solo tecnica, ma metodologica: la piattaforma viene adottata come ambiente progettuale che consente di esplorare il potenziale dell'intelligenza artificiale nella costruzione di un immaginario moda animato, mantenendo al centro la continuità stilistica con le immagini generate nei livelli precedenti della sperimentazione.

La scelta di rendere dinamica un'immagine nasce quindi dall'esigenza di interrogare il linguaggio visivo oltre la dimensione fotografica perché trasformare un'immagine statica in un contenuto temporale consente di comprendere se lo stile analizzato sia il risultato di una composizione isolata o se, al contrario, possieda una struttura sufficientemente solida da resistere all'introduzione del tempo, mantenendo coerenza, riconoscibilità e forza espressiva.

L'elemento centrale di questo livello è infatti l'introduzione della variabile tempo. A differenza dell'immagine statica, che concentra il linguaggio visivo in un singolo istante, il video estende l'immagine su una durata, anche minima. Questo passaggio introduce una nuova condizione di verifica: lo stile non viene più valutato esclusivamente nella sua forma istantanea, ma nella sua capacità di mantenere coerenza lungo una sequenza temporale. Il tempo non viene utilizzato in senso narrativo o cinematografico, ma come strumento di verifica della stabilità e della tenuta del linguaggio visivo.

L'immagine di partenza utilizzata in questa fase è la stessa usata nel secondo livello, ottenuta attraverso il prompt specifico e l'immagine originale di riferimento. Questa scelta metodologica garantisce un punto di partenza identico tra i due livelli, evitando che eventuali differenze nei risultati siano attribuibili a variazioni dell'immagine iniziale. In questo modo, l'attenzione viene concentrata esclusivamente sugli effetti prodotti dall'introduzione della dimensione dinamica.

Anche nel passaggio al video, il prompt stilistico rimane invariato rispetto al livello precedente. I codici visivi individuati (monumentalità dello spazio, relazione corpo–architettura, rigidità della posa, atmosfera severa e composizione scultorea) vengono mantenuti, mentre alcune variabili vengono adattate per risultare compatibili con il funzionamento di Runway. Il prompt viene quindi riformulato eliminando parametri tecnici specifici della generazione di immagini statiche e introducendo istruzioni legate alla temporalità, senza alterare l'impianto stilistico complessivo.

5.4.1

La luce nel tempo

Anche all'interno di questo quadro metodologico, viene scelta la medesima variabile da modificare: la luce. Tutti gli altri elementi rimangono invariati.

Questa scelta già stata utilizzata nel secondo livello della sperimentazione, permette un confronto diretto non solo tra output statici e dinamici, ma anche tra il comportamento delle diverse macchine generative coinvolte. Utilizzare lo stesso codice in più livelli consente infatti di osservare come strumenti differenti interpretino e gestiscano una medesima variazione, evidenziandone limiti, potenzialità e differenze operative.

La luce viene quindi utilizzata come codice di progetto isolato, consentendo di osservare come una singola variazione influenzi la percezione complessiva dell'immagine dinamica e la coerenza dello stile nel tempo.

La sperimentazione del terzo livello si articola quindi nel confronto tra due output video ottenuti dallo stesso input (Figura 5.) e dallo stesso prompt specifico, ma caratterizzati dalle medesime differenti condizioni luminose: luce morbida e luce dura. Questo confronto permette di verificare come, pur modificando un solo codice, l'immagine possa mantenere o meno la propria identità stilistica all'aggiunta della variabile temporale.

Nel prompt utilizzato per la generazione dei video non viene esplicitamente indicato il riferimento diretto a Ferré × Comte Autumn/Winter 1998–99 come per gli altri. Per motivi legati alle policy delle piattaforme di generazione video, i riferimenti diretti ad autori reali vengono sostituiti da una descrizione dei codici stilistici precedentemente analizzati, senza alterare l'impianto visivo del progetto e ciò consente di valutare in modo più critico la capacità dell'intelligenza artificiale di interpretare e rielaborare uno stile a partire dai suoi codici, piuttosto che dalla semplice associazione a un riferimento esplicito.

1° GENERAZIONE DI IMMAGINI DINAMICHE (LUCE MORBIDA)

prompt specifico variato + immagine generata di riferimento (Figura 5.17)

Editorial fashion imagery inspired by late-1990s avant-garde fashion photography. Single model placed within monumental brutalist concrete architecture, industrial and austere environment.

The human body is treated as a sculptural, architectural volume, with a rigid and controlled posture and a solemn, timeless presence.

Architectural composition dominates the figure, emphasizing scale, structure, and stillness.

High-contrast black and white imagery, minimal and severe atmosphere.

Tailored garments with sharp lines and structured silhouettes, couture-level construction, fashion conceived as architecture, body integrated into space.

Introduce a soft and diffused lighting condition that changes gradually over time: smooth light transitions, softened shadows, and reduced contrast, while preserving the static posture, fixed framing, and solemn, monumental quality of the scene. No body movement, no camera movement, no cinematic effects.



Figura 5.17
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6,
prompt specifico + riferimento immagine originale (Figura 5.16)



Figura 5.27
Michele Ferrara, 2026
Frame del video generato con Runway 4.5,
prompt specifico + riferimento immagine originale (Figura 5.16),
Luce morbida

2° GENERAZIONE DI IMMAGINI DINAMICHE (LUCE DURA)

prompt specifico variato + immagine generata di riferimento (Figura 5.17)

Editorial fashion imagery inspired by late-1990s avant-garde fashion photography. Single model placed within monumental brutalist concrete architecture, industrial and austere environment.

The human body is treated as a sculptural, architectural volume, with a rigid and controlled posture and a solemn, timeless presence.

Architectural composition dominates the figure, emphasizing scale, structure, and stillness.

High-contrast black and white imagery, minimal and severe atmosphere.

Tailored garments with sharp lines and structured silhouettes, couture-level construction, fashion conceived as architecture, body integrated into space.

Introduce a strong and clearly perceptible variation in lighting over time: dramatic shifts in light direction and intensity, alternating deep shadows and illuminated surfaces. The light actively reshapes the perception of the body and architecture while preserving a static posture, fixed framing, and solemn mood. No body movement, no camera movement, no cinematic effects.



Figura 5.17
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6,
prompt specifico + riferimento immagine originale (Figura 5.16)



Figura 5.28
Michele Ferrara, 2026
Frame del video generato con Runway 4.5,
prompt specifico + riferimento immagine originale (Figura 5.16),
Luce dura

L’analisi dei video generati evidenzia come la luce assuma un ruolo determinante nella percezione dell’immagine dinamica. Pur partendo dallo stesso input e dallo stesso impianto stilistico, le due condizioni luminose producono effetti significativamente diversi sulla lettura dei volumi, della composizione e della relazione tra corpo e spazio. In questo livello, a differenza dei precedenti, setting, posa della modella e inquadratura rimangono invariati: la variazione riguarda esclusivamente il codice luminoso, consentendo un isolamento più rigoroso del parametro analizzato.

Nel caso della luce morbida, la variazione temporale risulta poco percettibile. La diffusione luminosa tende a uniformare le superfici, riducendo il contrasto e smussando i volumi architettonici e corporei. Di conseguenza, l’introduzione del tempo non altera in modo evidente l’immagine, ma ne stabilizza la percezione complessiva. Lo stile rimane coerente, ma la monumentalità e la tensione formale risultano attenuate.

Al contrario, nella versione a luce dura, anche minime variazioni luminose diventano immediatamente leggibili. Il forte contrasto e la direzionalità della luce enfatizzano la tridimensionalità del corpo e dell’architettura, rendendo il passaggio temporale più percepibile pur in assenza di movimento corporeo o di camera. In questo caso, la luce non neutralizza l’immagine, ma ne rafforza il carattere scultoreo e monumentale, dimostrando una maggiore compatibilità con il linguaggio visivo codificato nei livelli precedenti. La stabilità di setting e posa rende più evidente come sia la sola luce a modificare la percezione dell’immagine, senza che intervengano variazioni strutturali sulla composizione generale dell’immagine.

Questo confronto evidenzia come la stessa variabile, applicata in modo controllato, possa produrre risultati profondamente diversi, e come la luce si configuri come uno dei codici più sensibili nel passaggio da immagine statica a dinamica. Ciò conferma che non tutte le variabili agiscono con la stessa efficacia nel passaggio da statico a dinamico e che la coerenza stilistica dipende dalla compatibilità tra il codice modificato e il linguaggio visivo di partenza.

In conclusione, il terzo livello dimostra che la dinamizzazione di un’immagine non rappresenta soltanto un’estensione tecnica, ma un passaggio concettuale fondamentale per valutare la solidità di un linguaggio visivo. L’introduzione del tempo consente di distinguere tra uno stile legato a una singola composizione e uno stile strutturato, capace di resistere a trasformazioni controllate e di mantenere coerenza anche oltre l’istante fotografico.

Questo ultimo livello consente quindi di ricondurre l’intera sperimentazione a una riflessione più ampia sul rapporto tra immagine, stile e intelligenza artificiale. I risultati ottenuti non si esauriscono nei singoli output generati, ma pongono le basi per una valutazione complessiva del metodo adottato, dei suoi limiti e delle sue potenzialità. A partire da queste considerazioni, il capitolo conclusivo raccoglie e sintetizza le evidenze emerse, offrendo una lettura critica del percorso svolto e delle implicazioni che esso apre in relazione all’uso dell’AI nei processi di analisi e progetto dell’immagine.



Figura 5.17
Michele Ferrara, 2026
Output generato con Midjourney V6,
prompt specifico + riferimento immagine originale
(Figura 5.16)

Figura 5.27
Michele Ferrara, 2026
Frame del video generato con Runway 4.5,
prompt specifico + riferimento immagine originale
(Figura 5.16), Luce morbida

Figura 5.28
Michele Ferrara, 2026
Frame del video generato con Runway 4.5,
prompt specifico + riferimento immagine originale
(Figura 5.16), Luce dura

Parametro	Luce morbida	Luce dura
Percezione del tempo	Poco percettibile	Chiaramente percepibile
Lettura dei volumi	Smussata e uniforme	Netta e scultorea
Contrasto	Ridotto	Elevato
Monumentalità	Attenuata	Rafforzata
Coerenza stilistica	Mantenuta ma neutralizzata	Mantenuta e amplificata
Ruolo della luce	Stabilizzante	Strutturante

Tabella 5.7 - Confronto tra gli output ottenuti con Runway al cambiamento del codice luminoso.

CONCLUSIONI

La ricerca ha indagato il rapporto tra l'intelligenza artificiale generativa e fotografia di moda assumendo come campo di prova un linguaggio visivo storico e fortemente autoriale, quello elaborato da Gianfranco Ferré e Michel Comte per la collezione Autunno/Inverno 1998-99 il cui materiale è stato gentilmente offerto dal Centro di Ricerca Gianfranco Ferré. Attraverso un percorso articolato in analisi visiva, traduzione dei codici in prompt e sperimentazione con diverse piattaforme d'intelligenza artificiale, il lavoro ha interrogato la possibilità di formalizzare uno stile complesso e di verificarne la tenuta all'interno di un apparato generativo (Oppenlaender, Linder & Silvennoinen, 2025; Scale AI, 2023).

L'impianto sperimentale di questa tesi si è fondata non solo sulla scelta di un caso studio storico e coerente, ma anche su un uso differenziato e consapevole dei diversi strumenti di intelligenza artificiale coinvolti nei vari livelli di lavoro. In particolare, ogni "macchina" è stata selezionata e impiegata in relazione a una funzione specifica all'interno del workflow: analisi dei codici visivi, tradizione dei codici in prompt, generazione controllata delle immagini e variazione sistematica dei singoli parametri.

Nel Livello 0 di Reverse Engineering, l'uso di ChatGPT come supporto per l'analisi delle fotografie di Ferré x Comte si è rivelato particolarmente efficace per strutturare e formalizzare i codici visivi indivisibili a partire dalle immagini originali. ChatGPT è stato impegnato sia per affinare la descrizione dei rapporti tra corpo, architettura, luce e atmosfera, sia per trasformare osservazioni visive intuitive in categoria più stabili e riutilizzabili nelle fasi successive. La scelta di un modello che combina in un'unica interfaccia capacità multimodali avanzate (testo + immagine), elevata accuratezza su compiti testuali e visivi ha reso il processo di analisi più comodo e intuitivo, permettendo di tradurre descrizioni anche informali in codici visivi coerenti con le immagini analizzate e soprattutto operativi (OpenAI, 2023).

Nel livello 1 di Prompt Engineering & Generative Outputs, ChatGPT è stato utilizzato come strumento di mediazione tra linguaggio descrittivo e linguaggio operativo dei prompt. A partire dai codici derivati dall'analisi visiva, il modello ha facilitato la riscrittura in forma di istruzioni sintetiche, modulabili e gerarchizzate, distinguendo tra elementi strutturali (ad esempio la relazione corpo-spazio o la geometria architettonica) ed elementi atmosferici (l'austerità della luce, la sospensione temporale, la rigidità delle posture). Questo passaggio ha permesso di costruire in modo progressivo sia un prompt base generale, sia un prompt specifico più aderente al linguaggio Ferré x Comte, riducendo le ambiguità lessicali e rendendo più controllabile il comportamento dei modelli generativi successivi (Oppenlaender, Linder & Silvennoinen, 2025). Per la generazione di immagini del livello 1, è stato adottato Midjourney come principale strumento di sintesi visiva. La piattaforma si è rivelata intuitiva nell'uso e reattiva rispetto alle variazioni di input, mostrando una buona sensibilità alle differenze tra prompt base, prompt specifico e prompt specifico associato all'immagine originale come riferimento visivo. Nelle fasi iniziali, le immagini prodotte si limitavano ad una ripresa generica di codici di fotografia moda, mentre, con l'aggiunta di indicazioni sempre più dettagliate su postura, composizione, rapporto tra corpo e architettura e trattamento della luce, il sistema ha progressivamente generato risultati più vicini allo stile riconoscibile del caso studio. Questo comportamento conferma che Midjourney può essere

ben "direzionato" quando l'input è progettato con intenzionalità. Questo a conferma che la qualità dell'aderenza stilistica non dipende solo dalla macchina, ma dalla capacità umana di selezionare, combinare e manovrare i codici all'interno del prompt (Better Studio, 2025; Titan XT, 2025).

Nel livello 2, dedicato alla Static Prompt Variation, è stata introdotta una comparazione diretta tra Midjourney e Nanobana, mantenendo invariato il prompt testuale per osservare come due modelli diversi interpretassero le stesse istruzioni. L'obiettivo non era solo verificare la capacità imitativa di ciascun sistema, ma chiarire in che modo l'"apparato" tecnico e culturale incorporato in ogni modello influisca sulla traduzione dei codici visivi in immagine generativa. Pur risultando entrambe le piattaforme intuitive, il confronto ha evidenziato che ogni macchina richiede di essere usata in coerenza con i parametri e le logiche per cui è stata progettata: differenze nella resa dei volumi, della luce e delle superfici mostrano come gli stessi prompt vengano "interpretati" in modi divergenti, rendendo evidente che non esiste una neutralità del modello ma un insieme di scelte che il progettista deve imparare a conoscere e gestire.

Questa consapevolezza ha guidato anche il livello 3, dedicato alla Dynamic Prompt Variation, in cui il prompt specifico utilizzato nelle fasi precedenti è stato adattato alla esigenza di Runway, pur mantenendo invariata la struttura concettuale delle indicazioni. In particolare, la variazione del codice luminoso, ossia del modo in cui venivano descritti intensità, direzione e qualità della luce, è stata calibrata per dialogare meglio con il sistema che ha dimostrato una buona capacità di rispettare la morfologia dell'immagine di partenza e di declinare nel tempo le modifiche richieste. Anche in questo caso, l'esperienza di uso ha confermato la natura "intuitiva" dello strumento, ma al tempo stesso ha mostrato come l'efficienza degli output dipenda dall'allineamento tra struttura del prompt, modello sottostante e obiettivi visivi del progettista (Stule3D, 2025; eWeek, 2025).

Nel complesso, l'approccio adottato nei diversi livelli non considera i modelli come identità intercambiabili, ma come apparati specifici che richiedono una negoziazione continua tra le loro logiche interne e l'intenzionalità del progettista. L'uso combinato di un modello multimodale orientato all'analisi e alla traduzione dei codici (ChatGPT) e di più modelli generativi focalizzati sulla produzione d'immagini (Midjourney, Nanobana e Runway) ha permesso di rendere esplicito il passaggio dalla lettura alla scrittura del linguaggio visivo, mostrando come l'intelligenza artificiale possa diventare uno strumento di chiarificazione e di stress-test dei codici, a condizione che l'autorialità umana rimanga centrale nella progettazione del processo.

In generale i risultati confermano che da un lato, le immagini generate mostrano una notevole capacità di gestione dei codici formali come la coerenza spaziale, la monumentalità architettonica, la rigidità delle posture e l'austerità atmosferica che caratterizzano il linguaggio Ferré x Comte, soprattutto quando il prompt viene progettato in modo progressivo e rigoroso e supportato da riferimenti visivi. Dall'altro, la complessità sartoriale, la tensione ambigua delle situazioni e la dimensione di rischio insita nella pratica fotografica tradizionale

vengono sistematicamente ridotte a soluzioni visivamente plausibili tra riconoscimento della grammatica e restituzione della profondità discorsiva (Muzzarelli, 2009).

Questa distanza conferma, in chiave contemporanea, la distinzione tra livello denotativo e livello connotativo dell'immagine di moda: se sul primo piano l'intelligenza artificiale dimostra di padroneggiare con efficienza il "codice" fatto di posture, volumi, rapporti corpo-spazio e schemi luminosi, sul secondo fatica a generare quella stratificazione di senso che autori come Barthes e Muzzarelli riconducono alla capacità della moda di trasformare l'abito in discorso, mito e significato culturale (Barthes, 1970; Muzzarelli, 2009). In questo senso, la sperimentazione suggerisce che i modelli generativi sono strumenti estremamente potenti per rendere esplicite e manipolabili la strutture sintattiche del linguaggio visivo ma, come già accennato, non sostituiscono l'intenzionalità autoriale che presiede alla costruzione dell'immaginario e alla sua dimensione ideologica (Sontag, 1977).

La differenza tra fotografia tradizionale e immagine generata non è quindi solo estetica, ma esistenziale. La fotografia di moda, anche nella sua versione più costruita e artificiale, rimane legata ad un evento reale, a un corpo che ha occupato uno spazio, ad una luce che ha colpito una superficie, in linea con la tradizione teorica che interpreta la fotografia come traccia, indizio, "scrittura con la luce" (Benjamin, 1966; Wikipedia, 2026). L'immagine generativa, al contrario, opera interamente nello spazio statistico dei dataset: non documenta un avvenimento ma sintetizza pattern visivi a partire da archivi di immagini preesistenti, spostando il focus dell'immagine di moda dalla testimonianza alla simulazione e rafforzando quella tendenza alla messa in scena che la letteratura critica aveva già individuato come tratto costitutivo del genere (Gernsheim & Gernsheim, 1969; Storia della fotografia – La fotografia di moda, 2025).

In questa prospettiva, l'introduzione dell'intelligenza artificiale non appare né come una rottura assoluta né come una semplice continuità tecnica rispetto al digitale, ma come un'intensificazione delle logiche di costruzione già proprie della fotografia di moda (Glam Aura Magazine, 2025). Se la fase digitale aveva incrinato l'idea di fotografia come pura registrazione, rendendo la post-produzione parte integrante del processo, la fase generativa radicalizza il passaggio dal reale al possibile, facendo dell'immagine un costrutto programmabile in cui la "realtà fotografica" retrocede a favore di una promessa estetica (Better Studio, 2025; Style3D, 2026).

La sperimentazione apre inoltre una riflessione sulla creatività e sull'autorialità nel sistema moda. La creatività generativa appare, nei fatti, come una forma di creatività combinatoria, fondata sulla ricombinazione di pattern appresi, mentre la creatività umana si misura nell'assunzione di rischio, nella gestione dell'imprevisto, nella capacità di introdurre scarti non riducibili a una media statistica (Cillo & Verona, 2008; Deng & Zhang, 2024). In questo senso, gli artefatti e le incoerenze prodotte dall'intelligenza artificiale come anatomie imperfette, superfici ambigue, luci eccessivamente regolari, non sono solo errori tecnici, ma sintomi di un sistema che tende a eliminare le eccezioni e a convergere verso configurazioni media, conferendo alle imperfezioni della fotografia tradizionale un nuovo valore di testimonianza di un processo situato e incarnato (Khan & Rahman, 2025; The Phoblographer, 2024).

Sul piano giuridico e professionale, il quadro normativo europeo e italiano conferma che l'autore può essere solo una persona fisica e che le immagini generate con l'ausilio dell'AI sono tutelabili solo una persona fisica e che le immagini generate con l'ausilio

dell'intelligenza artificiale sono tutelabili solo nella misura in cui incorporano un contributo creativo umano significativo (European Commission, 2024; Communia Association, 2025). La progettazione di workflow, la definizione dei prompt, la selezione critica degli output e l'eventuale post-produzione diventano quindi i luoghi in cui si concentra la responsabilità autoriale, spostando l'attenzione della mera esecuzione tecnica alla regia complessiva del processo (Caimera AI, 2026). Allo stesso tempo, il fatto che i modelli vengano addestrati su archivi di immagini spesso raccolte senza consenso esplicito solleva questioni aperte sul debito culturale ed economico verso i fotografi e i creativi i cui lavori alimentano, in forma anonima, nuove produzioni generative, imponendo alla comunità professionale una riflessione etica che va oltre la dimensione formale del copyright (Khan & Rahman, 2025; Schoenherr, 2025).

Un ulteriore nodo emerso riguarda il rischio di omologazione estetica. L'uso ricorrente delle stesse piattaforme e di prompt simili tende a produrre immagini convergenti verso canoni visivi ripetitivi, con la conseguente standardizzazione di corpi, pose e atmosfere al contrario di come la moda venga concepita come sistema capace di diffondere modelli di desiderio e identità (Muzzarelli, 2009; De Masi, 2021). La sperimentazione mostra tuttavia che questo rischio non è iscritto inevitabilmente nella tecnologia, ma dipende dall'uso che se ne fa: gli stessi strumenti che facilitano la ripetizione possono essere impiegati per spingere i codici oltre la loro soglia di riconoscibilità, per disarticularli, deformarli, ibridarli con altri linguaggi, a condizione che il progettista adotti un approccio consapevole e non meramente emulativo (Style3D, 2026; Titan XT, 2025).

In questo scenario, il ruolo del fotografo, del designer e del creative director non viene annullato ma ridefinito. La centralità si sposta dalla produzione materiale dell'immagine alla progettazione del processo: analisi dei linguaggi, definizione dei codici, controllo degli input, interpretazione critica degli output, curatela dei dataset e delle referenze visive (Khaled & Sharif, 2024; Istituto Marangoni, 2025). La figura autoriale si configura sempre più come progettista dell'immagine, qualcuno quindi che orchestra una costellazione di strumenti, competenze e apparati, piuttosto che come semplice operatore di un dispositivo, confermando la tendenza, già in atto nel sistema moda, a riconoscere l'autorialità in chi dirige e coordina il workflow più che in chi esegue materialmente il singolo gesto tecnico (System Magazine, 2015; Vacca, 2025).

In conclusione, l'intelligenza artificiale generativa non segna la fine della fotografia di moda, né può essere ridotta a una nuova fotocamera più efficiente: rappresenta l'ingresso in una condizione in cui l'immagine perde il suo legame necessario con il reale e diventa un costrutto altamente controllabile, programmabile e iterabile (Better Studio, 2025; Style 3D, 2026). In questa condizione, il valore del progetto umano non consiste nel competere con la macchina sulla velocità di produzione o sulla pulizia formale, ma nel definire cosa vale la pena generare, quali codici intensificare o mettere in crisi, quali compromessi accettare tra efficienza e responsabilità (Cillo & Verona, 2008; Nielsen Norman Group, 2024). La sfida che emerge da questa tesi non è dunque decidere se dottare o rifiutare l'intelligenza artificiale generativa (GenAI), ma imparare a utilizzarla come strumento critico e progettuale, mantenendo una consapevolezza vigile delle implicazioni estetiche, culturali ed etiche che ogni immagine, anche quando non ha mai avuto un referente reale, continua a produrre nel sistema moda e nell'immaginario collettivo. Si tratta quindi di una "ricodificazione" dell'estetica.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Accademia TF. (2022, 30 maggio). Fashion photography - la figura della stylist.
<https://www.accademiatf.eu/post/fashion-photography-la-stylist>

AI Video Detector. (2025, 30 agosto). AI video generation tools 2025: Sora vs Runway vs Pika.
<https://www.aivideodetector.org/blog/ai-video-generation-tools-comparison-2025>

AIToolsGuide. (2025, 21 dicembre). Leonardo AI vs Adobe Firefly 2026 comparison.
<https://aitoolsguide.in/leonardo-ai-vs-adobe-firefly/>

Airaghi, R., Bertola, P., & Vacca, F. (2023). Gianfranco Ferré. Design principles [PDF]. Corraini Edizioni.
https://corraini.com/media/wysiwyg/pdf/Gianfranco_Ferre_Design_Principles.pdf

Airaghi, R., Bertola, P., Vacca, F., Trame, I., Zanichelli, G., & Zucchetti, C. (2024). Gianfranco Ferré dentro l'obiettivo / Gianfranco Ferré within the lens [Catalogo digitale di mostra]. Centro di Ricerca Gianfranco Ferré; Forte di Bard.
https://re.public.polimi.it/retrieve/4592ef85-37dc-454e-a71d-1184ad5af44b/_CATALOGO%20DIGITALE.pdf

Alternates.ai. (2025, 24 settembre). AI video generation tools compared: Runway vs Synthesia vs Pika.
<https://www.alternates.ai/knowledge-hub/articles/ai-video-generation-tools-runway-vs-synthesia-vs-pika-2025>

Aperture Foundation. (2024, January 25). Juergen Teller on life, love, and three decades in fashion. Aperture.
<https://aperture.org/editorial/juergen-teller-on-life-love-and-three-decades-in-fashion/>

Artnet News. (2024). Swiss photographer Michel Comte's most famous series.
<https://news.artnet.com/art-world/editions-comte-michel-comte-2459798>

Barthes, R. (1970). Il sistema della moda (L. Lonzi, Trad.). Einaudi.

Barthes, R. (1980). Camera lucida: Reflections on photography (R. Howard, Trans.). Hill and Wang.
(Original work published 1980 as La chambre claire)

Benjamin, W. (1966). L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. Einaudi.
https://fontivisive.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/04/466-benjamin_opera_d_arte-1.pdf

Better Studio. (2025, July 17). AI fashion photography vs. traditional shoots. BetterStudio.
<https://www.betterstudio.io/resources/ai-fashion-photography-vs-traditional-shoots>

Caimera AI. (2026, January 6). AI-generated fashion imagery: Your complete legal and ethical guide. Caimera.
<https://www.caimera.ai/blogs/ai-generated-fashion-imagery-your-complete-legal-and-ethical-guide>

Caimera AI. (2026, February 9). The ethics of AI-generated human images in fashion. Caimera.
<https://www.caimera.ai/blogs/the-ethics-of-ai-generated-human-images>

Caleido / Airaghi, R. (2024, 13 novembre). Gianfranco Ferré: Eternal beauty. Caleido.
<https://caleidodiary.eu/en/caleido-interviews-rita-airaghi-gianfranco-ferre-foundation/>

Camera Nazionale della Moda Italiana. (2015, 2 ottobre). The white shirt according to me. Gianfranco Ferré.
<https://www.cameramoda.it/en/associazione/news/1455/>

Centro di Ricerca Gianfranco Ferré – Politecnico di Milano. (n.d.). Gianfranco Ferré Research Center.
<https://www.fashioninprocess.com/research-hubs/gianfranco-ferre-research-center/>

Cillo, P., & Verona, G. (2008). Search styles in style searching: Exploring innovation strategies in fashion firms. Long Range Planning, 41(6), 650–671.
<https://doi.org/10.1016/j.lrp.2008.08.001>

CNN Style. (2019, 25 gennaio). Michel Comte on photographing fashion and nature.
<https://www.cnn.com/style/article/michel-comte-photographer>

Communia Association. (2025). Italy updates its copyright law to address AI.
<https://communia-association.org/2025/10/01/italy-updates-its-copyright-law-to-address-ai/>

Comte, M. (2018, 26 aprile). Michel Comte – overview. Galerie Andres Thalmann.
<https://andresthalmann.com/artists/33-michel-comte/overview/>

Comte, M. (2020). Information. Studio Michel Comte.
<https://studiomichelcomte.com/Information>

Comte, M. (2025, 31 luglio). Biography. Éditions Comte.
<https://editionscomte.com/biography/>

Datacamp. (2024, 1 luglio). What is Runway Gen-3 Alpha? How it works, use cases.
<https://www.datacamp.com/blog/what-is-runway-gen-3>
De Masi, C. (2021). Moda e linguaggio visuale: Una analisi semiotico-sociale della fotografia degli anni '20. Alfa: Revista de Linguística.
<https://www.scielo.br/j/alfa/a/8Lm4JL8Pt45bzCghbHxVHrC>

Deng, J., & Zhang, K. (2024). AI models collapse when trained on recursively generated data. Nature, 630(8017), 1–8.
<https://doi.org/10.1038/s41586-024-07566-y>

Designity. (2025, 7 luglio). Leonardo AI vs. Midjourney: Which AI art generator reigns supreme?
<https://www.designity.com/blog/leonardo-ai-vs-midjourney-which-ai-art-generator-reigns-supreme>

DesignnBuy. (2026, 5 gennaio). Leonardo AI vs Midjourney: AI image generator for print?
<https://www.designnbuy.com/blog/leonardo-ai-vs-midjourney/>

Deutsche Welle. (2016, 29 novembre). 2017 Pirelli Calendar shows beauty doesn't expire.
<https://www.dw.com/en/2017-pirelli-calendar-shows-beauty-doesnt-have-an-expiration-date/a-36569895>

Domus. (2024, 30 giugno). Chi è Juergen Teller: irriverente, imprevedibile, provocatore. Domus.
<https://www.domusweb.it/it/progettisti/2024/07/01/juergen-teller.html>

European Commission. (2024). Generative AI in EU law: Liability, privacy, intellectual property, and cybersecurity [arXiv preprint].
<https://arxiv.org/pdf/2401.07348.pdf>

eWeek. (2025, May 4). Midjourney vs Stable Diffusion: 2025's creative clash.
<https://www.eweek.com/artificial-intelligence/midjourney-vs-stable-diffusion/>

Flusser, V. (2000). Towards a philosophy of photography (A. Mathews, Trans.). Reaktion Books.
(Original work published 1983 as Für eine Philosophie der Fotografie)

Gauci, K. (2019, 17 ottobre). Debussy of the camera: Fashion photographer Baron Adolph de Meyer.
<https://www.kathryngauci.com/blog-88-17-10-2019-debussy-of-the-camera-fashion-photographer-baron-adolph-de-meyer/>

Gernsheim, H., & Gernsheim, A. (1969). The history of photography: From the camera obscura to the beginning of the modern era (Rev. and enl. ed.) [PDF]. Thames & Hudson.
<https://archive.org/details/aa052-TheHistoryOfPhotography>

Gianfranco Ferré e Michel Comte grandi interpreti tra moda e arte. (2016, 27 settembre). Il Corriere del Giorno.
<https://www.ilcorrieredelgiorno.it/gianfranco-ferre-e-michel-comte-grandi-interpreti-tra-moda-e-arte/>

Glam Aura Magazine. (2025, December 6). Fotografia di moda 2026: Trend, AI e nuovi workflow. GlamAura.
<https://www.glamaura.it/i-trend-della-fotografia-di-moda-per-il-2026/>

Guy Hepner Gallery. (2023, 12 settembre). Michel Comte: Between glamour and wilderness. Guy Hepner.
<https://guyhepner.com/news/434-michel-comte-between-glamour-and-wilderness/>

Harper's Bazaar. (2007, 30 aprile). The Carmel Snow years – 1933–57.
<https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a92/bazaar-140-0507/>

Holden Luntz Gallery. (2023, 30 maggio). Horst P. Horst – En Vogue.
<https://www.holdenluntz.com/magazine/photo-spotlight/horst-p-horst-en-vogue/>

Inez & Vinoodh. (2018, 26 aprile). Inez & Vinoodh on 35 years of radical photography, being "two people in one" and the human side of digital. The Ravestijn Gallery.
<https://www.theravestijngallery.com/press/346-inez-vinoodh-on-35-years-of-radical/>

Im Firenze Digest. (2023, 29 giugno). Discovering the alchemy between Gianfranco Ferré and Gian Paolo Barbieri.
<https://imfirenzedigest.com/2023/06/30/discovering-the-alchemy-between-gianfranco-ferre-and-gian-paolo-barbieri/>

Istituto Marangoni. (2024). Fotografia di moda: Tra arte, storia, talento e tecnica.
<https://www.istitutomarangoni.com/it/tribune/storia-origini-fotografia-moda>

Istituto Marangoni. (2025). Fashion jobs 2026: Future careers in AI and sustainability.
<https://www.istitutomarangoni.com/en/maze35/industry/fashion-jobs-2026-ai-sustainability>

Khaled, A. M. S. M., & Sharif, N. M. (2024). A study of visual narrative in fashion photography production and styling. Quantum Journal of Social Sciences and Humanities, 5(6), 338–346.
<https://www.qjssh.com/index.php/qjssh/article/view/511>

Khan, S., & Rahman, A. (2025). The ethics of AI-generated images: What it means for authenticity and ownership in photography. International Journal of Research and Public Relations, 6(4), 1–12.
<https://ijrpr.com/uploads/V6ISSUE4/IJRP42583.pdf>

Kunst Haus Wien. (2025). Michel Comte.
<https://www.kunsthauswien.com/en/exhibitions/michel-comte/>

Learn3Dfashion. (2025). AI x 3D fashion timeline 2022–2025.
<https://learn3dfashion.com/ai-3d-fashion-timeline/>

Man Ray. (1926/2021, 11 settembre). Noire et Blanche by Man Ray, 1926.
<https://www.vintag.es/2021/09/noire-et-blanche.html>

Mangano, D. (2018). Che cos'è la semiotica della fotografia. Carocci.

Masoud Raoufi. (2024, October 22). Fashion photography: What it is and how it shapes a brand.
<https://masoudraoufi.ae/fashion-photography-what-it-is-and-how-it-shapes-a-brand/>

Martin Munkácsi. (2006, 24 gennaio). Martin Munkácsi. In Wikipedia.
https://en.wikipedia.org/wiki/Martin_Munkácsi

Michel Comte. (n.d.). In Wikipedia.
https://en.wikipedia.org/wiki/Michel_Comte

Muzzarelli, F. (2009). L'immagine del desiderio: Fotografia di moda tra arte e comunicazione. Bruno Mondadori.

Muzzarelli, F. (n.d.). Moderne icone di moda [Dispensa universitaria]. Università di Bologna.
https://virtuale.unibo.it/pluginfile.php/2515689/mod_unibores/content/0/Moderne%20icone%20di%20moda.pdf

Nielsen Norman Group. (2024, 24 aprile). The picture-superiority effect: Harness the power of visuals. Nielsen Norman Group.
<https://www.nngroup.com/articles/picture-superiority-effect/>

oh, ok. (2024, December 22). How does Stable Diffusion XL compare to Midjourney?
<https://ohok.org/how-does-stable-diffusion-xl-compare-to-midjourney/>

OpenAI. (2023). GPT-4 technical report [arXiv preprint].
<https://arxiv.org/abs/2303.08774>

Oppenlaender, J., Linder, R., & Silvennoinen, J. (2025). Prompting AI art: An investigation into the creative skill of prompt engineering. International Journal of Human–Computer Interaction, 41(16), 10207–10229.
<https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2431761>

PhotogPedia. (2021, 14 marzo). Peter Lindbergh: The man who changed the face of fashion photography.
<https://photogpedia.com/peter-lindbergh-the-man-who-changed-the-face-of-fashion-photography/>

Punya AI. (2024, 23 febbraio). [Guide] Train custom LoRA for fashion clothes in Stable Diffusion.
<https://punya.ai/blog/post/custom-lora-stable-diffusion-fashion-clothes-commercial>

Runway. (2024, 16 giugno). Introducing Gen-3 Alpha: A new frontier for multimodal video generation.
<https://runwayml.com/research/introducing-gen-3-alpha>

Runway. (2025, 24 luglio). AI image and video generator.
<https://runwayml.com/product>

Runway AI Video. (2025, 2 agosto). Runway AI video: The ultimate Runway Gen-4 AI video generator | Text & image to video.
<https://runwayai.video>

Sartoria Leonardo. (2022, 28 febbraio). POWER DRESSING, l'abito dell'emancipazione femminile.
<https://www.sartorialeonardo.it/power-dressing-abito-dell-emancipazione-femminile/>

Savkova, B. (2017). Subversive beauty: Reassessing the surreal in 1930s American Vogue. *Journal of Surrealism and the Americas*, 10(1), 1–34.
<https://jsa-asu.org/index.php/JSA/article/view/12>

Scale AI. (2023). Diffusion models: A practical guide.
<https://scale.com/guides/diffusion-models-guide>

Schoenherr. (2025). AI meets IP – generative creativity and licensing in the EU.
<https://www.schoenherr.eu/content/ai-meets-ip-generative-creativity-and-licensing-in-the-eu/>

Schramowski, P., Brugger, J., & Müller, K. (2024). A taxonomy of the biases of the images created by generative artificial intelligence [arXiv preprint].
<http://arxiv.org/pdf/2407.01556.pdf>

Sontag, S. (1977). On photography. Farrar, Straus and Giroux.
<https://writing.upenn.edu/library/Sontag-Susan-Photography.pdf>

Sontag, S. (2004). Sulla fotografia. Realtà e immagine nella nostra società (Ed. or. On photography, 1977). Einaudi.

Storia della fotografia – La fotografia di moda. (2025). La Storia della Fotografia.
<https://www.storiadellafotografia.com/la-fotografia-di-moda/>

Style3D. (2025, 3 novembre). How can you generate a fashion campaign with AI?
<https://www.style3d.com/blog/how-can-you-generate-a-fashion-campaign-with-ai/>

Style3D. (2026, 1 gennaio). How do AI fashion image generators transform design workflows?
<https://www.style3d.ai/blog/how-do-ai-fashion-image-generators-transform-design-workflows/>

Synthesia. (2026, 27 gennaio). The 13 best AI video generators (I've actually tested).
<https://www.synthesia.io/post/best-ai-video-generators>

System Magazine. (2015). Case study: Loewe x M/M (Paris). System, (7).
<https://system-magazine.com/issues/issue-7/mm-paris-jonathan-anderson-discuss-loewe>

TechCrunch. (2024, 16 giugno). Runway's new video-generating AI, Gen-3, offers improved controls.
<https://techcrunch.com/2024/06/17/runways-new-video-generating-ai-gen-3-offers-improved-controls>

Teller, J. (2019, 28 aprile). Juergen Teller: “You know when the work is good”. The Talks.
<https://the-talks.com/interview/juergen-teller/>

Testino, M. (2024, 25 aprile). Mario Testino – Biography. Mario Testino.
<https://mariotestino.com/biography>

The 1854 Media Group. (2017, November 14). “The feeling for light” – Paolo Roversi on photography. 1854 Photography / British Journal of Photography.
<https://www.1854.photography/2017/11/roversi-interview/>

The Art of Dress. (2015, 16 luglio). The art of imitation: Edward Steichen's modern fashion photographs of 1911.
<https://theartofdress.org/2015/07/16/the-art-of-imitation-edward-steichens-modern-fashion-photographs-of-1911/>

The Eye of Photography Magazine. (2018, 29 gennaio). The chronicle portraits of Michel Comte.
<https://loelidelaphotographie.com/en/the-chronicle-portraits-of-michel-comte/>

The messenger: The story of Joan of Arc. (n.d.). In Wikipedia.
https://en.wikipedia.org/wiki/The_Messenger:_The_Story_of_Joan_of_Arc

The Phoblographer. (2024, 8 settembre). 7 AI ethical issues to answer before using generative technology.
<https://www.thephoblographer.com/2024/09/09/ai-ethical-issues-artists-need-to-answer/>

The Talks. (2025, 5 agosto). Michel Comte.
<https://the-talks.com/interview/michel-comte/>

Titan XT. (2025, April 28). Guide to realistic fashion photography with Midjourney V6.
<https://www.titanxt.io/post/guide-to-realistic-fashion-photography-with-midjourney-v6>

Vacca, F. (2025). Fashioning cultural entrepreneurship: The role of heritage in fostering cultural and creative industries: The strategic model of the Gianfranco Ferré Research Center at Politecnico di Milano. *European Journal of Cultural Management and Policy*, 14, Article 13577. <https://doi.org/10.3389/ejcmp.2024.13577>

Vogue Czechoslovakia. (2022, November 29). Juergen Teller: I really don't want to repeat myself. Vogue CS.
<https://www.vogue.cz/clanek/vogue-cs-in-english/eva-herzigova-621490c/juergen-teller-i-really-don-t-want-to-repeat-myself>

Wikipedia. (2026). Fotografia. In Wikipedia.
<https://it.wikipedia.org/wiki/Fotografia>

Wikipedia contributors. (n.d.). Fotografia di moda. In Wikipedia.
https://it.wikipedia.org/wiki/Fotografia_di_moda