

Think Pink !

Non è una novità che la moda si faccia portavoce dei cambiamenti sociali. Il rosa diventa simbolo di una moda fluida al passo con i tempi. Ma non è sempre stato così

L'artista Wassily Kandinsky riteneva che il colore avesse un potere tale da influenzare l'animo delle persone. Non bisogna stupirsi, dunque, se alcune nuance perdurano ancora oggi e sono diventate elementi distintivi dello stile di un designer, da rendere riconoscibile "in the blink of an eye" una sua creazione. Madame Jeanne Lanvin, Elsa Schiaparelli, Valentino Garavani, Giorgio Armani sono solo alcuni nomi di coloro i quali hanno individuato, o addirittura inventato, una precisa sfumatura per rappresentare la propria essenza, i propri valori, rendendola immortale. I colori non sono semplicemente colori: celano un significato più profondo che solo pochi attenti riescono a cogliere.

E il rosa? Uno dei colori più controversi, il cui valore simbolico è cambiato nel tempo. Fino a un po' di anni fa, un uomo o un modello vestito di rosa generava un po' di scompiglio. Questo perché si è sempre associato il colore rosa al genere femminile. Il motivo? Non c'è. Il rosa e il blu tra i bambini furono inseriti nell'abbigliamento solo nel Diciannovesimo secolo, senza però essere un'indicazione di genere. Anzi, secondo un'edizione del 1918 della rivista Earnshaw's Infants' Departmen, il colore blu/azzurro si addiceva maggiormente alla figura femminile poiché rimandava al velo della Vergine Maria, forte della sua innocenza. Al contrario, gli uomini erano soliti vestire di rosa. Basti pensare al famoso "pink

suit", l'abito rosa che indossa Jay Gatsby nel "Il grande Gatsby", capolavoro di F. Scott Fitzgerald (1925). Il colore, infatti, era sinonimo di passione e mascolinità, una variante del rosso più adeguata alla vita sociale, senza però il significato "combattivo" associato a quest'ultimo.

Ma come si è arrivati a trasformare il rosa nel colore che, più di ogni altro, è connaturato al genere femminile? Nel romanzo "Piccole Donne" di Louisa May Alcott, viene utilizzato un nastro rosa per identificare la

femmina e uno azzurro per il maschio secondo la moda francese del tempo. In secondo luogo, nella Germania nazista, gli uomini accusati di omosessualità e di essere effeminati, venivano ghettizzati da un triangolo rosa sulla giacca. Da lì in poi, i colori scuri vennero associati al mondo degli affari e quindi all'uomo, mentre le tinte più chiare, tra cui il rosa, rimandavano alla sfera domestica che



La scena "Think Pink"
dal film Funny Face di Stanley Donen, 1957

implicitamente riguardava le donne, diventando così il colore di un genere. Si raggiunse l'apice con l'iconica scena del musical degli anni Cinquanta "Funny Face" con Audrey Hepburn: la caporedattrice dedica al rosa un intero numero della sua rivista, definendolo il colore del momento. Marilyn Monroe nel film "Gli uomini preferiscono le bionde" del 1953 indossa un vestito avvolgente in raso di seta rosa shocking senza spalline e con solo due cuciture laterali.





Servizio fotografico per il lancio dell'album *Fine line* di Harry Styles

Oggi le cose sono decisamente cambiate. Gli uomini in primis si fanno protagonisti di una sovversione degli stereotipi di genere in nome di una moda fluida, libera: genderless. Dal color cipria, dallo shocking al ciclamino, le star di Hollywood hanno ufficialmente integrato queste nuance nei loro outfit. Jason Momoa è

da anni che sfoggia periodicamente look rosa, come in occasione degli Oscar 2019 con il suo tuxedo griffato Fendi. Ma non è sicuramente l'unico. Harry Styles, Timothée Chalamet, Damiano David dei Måneskin, John Legend, Armie Hammer, Ghali: la lista è infinita.



Valentino Pink PP Collection Fall/Winter 2022-2023, screenshot dal sito ufficiale

Dopo diverse stagioni dominate dai toni pastello, il fucsia si è ripreso la scena sulle passerelle. Pochi sanno che è stata Elsa Schiaparelli a inventare il Rosa Shocking, nuance che dava al rosa la forza del rosso. Un concentrato di energia, esotismo, sfrontatezza che portò sulle passerelle e sedusse la moda. “Il colore mi balenò davanti agli occhi come un lampo. Brillante, impossibile, sfrontato, piacevole, energico, un colore proveniente dalla Cina e dal Perù, non occidentale, un colore SHOCKING puro e non diluito”.

Nell’ultima sfilata parigina Autunno Inverno 2022-2023, lo stilista Pierpaolo Piccioli ha presentato una collezione (quasi) monocromatica. Questa volta però non è più l’iconico rosso Valentino il protagonista, ma a rubare la scena è proprio il rosa shocking, schietto, intenso e audace. È stata certamente una scelta coraggiosa, inaspettata, che ha lasciato tutti a bocca aperta. “Usare un solo colore varia la percezione di quello che vede il tuo cervello e sei costretto a osservare le superfici, i materiali e via dicendo. Tutto resta come sospeso. Non vedi i generi, ma l’autenticità delle persone.” dichiara lo stesso Piccioli. Nella Valentino Pink PP Collection i codici stilistici del guardaroba femminile si fondono con quello maschile, mantenendo un equilibrio autentico

e senza forzature. E proprio quando il rosa sembra essere infinito, il couturier stravolge tutto, passando a una tavolozza completamente nera. Si tratta di un contrasto efficace che ha dimostrato il perfetto controllo nell’uso del colore nonché della sua potenza espressiva: alla sofisticatezza dei tagli e dettagli è stata abbinata una palette cromatica minimalista. L’effetto è a dir poco “breathtaking”.

Il designer Jacquemus ha scelto Instagram per svelare le due nuove capsule “Pink” di capi basici allegri e accessibili, rigorosamente rosa. Per la Primavera Estate 2022 Chanel propone il classico tailleur in tweed con sfumature candy e Barbie, rendendolo più contemporaneo e spiritoso. Versace sceglie una tonalità fluo per completi giacca e pantaloni coloratissimi come nuova divisa dell’empowerment. Perfino re Giorgio sceglie il color bouganville per accendere morbidi pantaloni e leggerissime maglie crochet.

Gli stilisti si fanno portavoce del cambiamento, prima con collezioni unisex, ora con il total pink. La linea di divisione si fa sempre più sottile. What’s next?

di Martina Mondì