

# ATTIVISMO E VESTITI: DRESS TO PROTEST

E se i nostri abiti dicessero davvero chi siamo, cosa vorremmo che comunicassero? In un mondo in cui le battaglie per la giustizia sociale si svolgono tanto online quanto sulle strade, si apre un nuovo vibrante panorama

di Camilla Pietrapiana

Si parla di wearable activism quando messaggi sociali e politici vengono veicolati attraverso abiti ed accessori; si tratta di qualcosa di cui facciamo esperienza quotidianamente; quante volte ci imbattiamo in t-shirt con grafiche o slogan politici? Abiti o accessori con una specifica simbologia? D'altronde la storia della moda è ricca di esempi in cui le scelte di abbigliamento di determinate persone o gruppi sociali sono diventate manifesto delle cause per cui lottavano. Si pensi banalmente alle minigonne simbolo inequivocabile della battaglia femminista negli anni '60, al basco nero delle Black Panthers durante il movimento per i diritti civili, agli slogan provocatori sulle magliette di Vivienne Westwood durante gli anni '70. Insomma, durante la storia della moda, determinate mise di personaggi influenti o di interi gruppi sociali hanno assunto una potenza simbolica



@pinterest

che li ha resi uniformi di interi movimenti e sottoculture che hanno deciso di espri-mere le loro ideologie anche attraverso gli abiti.

Non diverso è il panorama culturale contemporaneo, gli abiti e gli accessori, come straordinari veicoli di informazioni, vengono utilizzati per la loro efficacia comunicativa. Ecco un'esplosione di t-shirt con slogan femministi, ambientalisti, pacifisti e molto altro ancora. Ecco che compaiono nuovi colori, nuovi simboli, nuove forme per manifestare le proprie convinzioni. È il caso del

fucsia che dipinge le strade delle manifestazioni di *Non una di meno* a dimostrare l'intensità e l'audacia delle rivendicazioni dei diritti delle donne. Non dissimile è il caso dei "pussyhat" delle e dei manifestanti statunitensi in occasione della Women's March del 2017 contro le politiche sessiste della nazione: il design del cappello con orecchie da gatto è diventato un modo visibile, irriverente ed ironico per veicolare la causa ed esprimere il proprio dissenso verso la legge e le amministrazioni, in particolare quella dell'allora presidente

## • ATTIVISMO E VESTITI: DRESS TO PROTEST

degli Stati Uniti, Donald Trump. Sempre per la causa femminista troviamo anche lo slogan "The future is female", riportato alla ribalta grazie a una paparazzata della supermodella Cara Delevingne nel 2015 ma con origini che la fanno risalire agli anni '70, e che è ora sicuramente una frase che compare sui corpi e cartelloni di attivisti in tutto il mondo.

Alla potenza comunicativa dei capi d'abbigliamento è ricorsa anche la protesta contro la violenza razzista con l'organizzazione della Million Hoodie March nel 2012, protesta in cui migliaia di attivisti hanno deciso di indossare una felpa come segno di solidarietà per la morte dell'adolescente afroamericano Trayvon Martin, ucciso da un vigilante di quartiere proprio con addosso una felpa con il cappuccio. Un'altra causa sociale nei cuori di numerosi manifestanti nel mondo è sicuramente quella ambientale.

talista, anche in questo caso sicuramente non mancano testimonianze di wearable activism come l'iniziativa "Vote the Asshole Out" lanciata da Patagonia nel 2020 con il relativo merchandising che aveva lo scopo di incoraggiare gli elettori americani a non votare per candidati che non avessero sostenuto misure per la protezione dell'ambiente e dei diritti umani.



foto dal sito di Ecoalf



Million Hoodie March', Union Square, New York City,  
21.03.2012, Photo by Shady Grove Oliver

Slogan impattanti sono comparsi anche grazie al marchio spagnolo di moda sostenibile Ecoalf impegnata nella creazione di capi di alta qualità realizzati con materiali riciclati e sostenibili e votata alla causa di ridurre l'impatto ambientale dell'industria della moda; compaiono così su t-shirt e accessori frasi come "Because there is no Planet B", "Wear the Change" e "Recycle the Future".

L'impegno nella battaglia per minimizzare l'impatto ambientale della filiera della moda e rendere etico il processo produttivo dell'industria nel pieno rispetto dei diritti dei lavoratori è la principale missione anche del movimento Fashion Revolution nato nel 2013 dopo il tragico crollo del Rana Plaza in Bangladesh, che ha causato la morte di oltre 1.100 lavoratori dell'industria dell'abbigliamento.

Il movimento ha scelto di veicolare la propria protesta proprio attraverso gli abiti stessi apponendo su di essi lo slogan "Who Made My Clothes?", inducendo nei consumatori la riflessione sul concetto di trasparenza e responsabilità dei grandi marchi.

Il wearable activism non si limita all'ambito dei movimenti di protesta, può sbocciare anche dall'ispirazione di individui, designer e cele-

## • ATTIVISMO E VESTITI: DRESS TO PROTEST

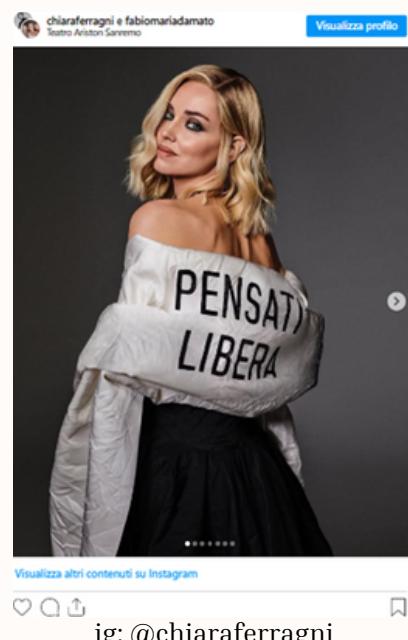


Vivienne Westwood nel febbraio 2018 a Londra, foto di Ki Price, presa dal profilo Pinterest di @vanityfair

brità, o da chiunque scelga di indossare con orgoglio il proprio impegno per le cause sociali. Tra i marchi attivi nel sociale che praticano esempi di wearable activism si può ricordare l'iniziativa di Dior: sotto la direzione creativa di Maria Grazia Chiuri la maison ha incluso nelle magliette e nelle collezioni lo slogan "We Should All Be Feminists" e nella collezione della Primavera/Estate 2017 ha esplorato il tema dell'emancipazione femminista. Vivienne Westwood invece ha fatto della campagna ambientalista e del tema della sostenibilità uno degli elementi chiave del suo design producendo t-shirt e borse con slogan come "Buy Less, Choose Well" per invitare i consumatori alla riflessione sulle proprie scelte di consumo, incorporando nelle sue creazioni simboli riconosci-

bili legati al tema del cambiamento climatico e dell'ambiente, come quello di Greenpeace, coinvolgendo nelle sfilate attivisti e cartelloni o striscioni che richiamassero l'attenzione sulle preoccupazioni ecologiche che sarebbe opportuno avere. Anche Gucci ha proposto in varie collezioni borse ed accessori con slogan potenti come "Gender Equality" e "My Body My Choice" trasformandoli in veri e propri manifesti di attivismo. Ma non è necessaria per forza la creatività di grandi designer e la produzione di massa, il wearable activism è un modus operandi accessibile a tutti, bastano piccoli dettagli come nastri o spille per rendere il proprio outfit espressivo ed impegnato. Spesso le celebrità manifestano il loro impegno proprio in questi termini durante e-

venti o comparizioni televisive: nel 2016 Emma Watson in occasione del Met Gala ha indossato un abito da sera realizzato da Calvin Klein con materiale riciclato che aveva cucito all'interno il messaggio "Times Up" sottolineando il sostegno al movimento contro le molestie sessuali; ma più banalmente si può pensare alla varietà di fiocchi colorati che si vedono apposti a giacche e abiti durante numerosi format televisivi: tra i "nastri della salute" troviamo il rosso per la lotta all'AIDS, il rosa per quella contro il cancro al seno, il lilla per l'anoressia e molti altri ancora. Riconducendoci al contesto italiano non è raro vedere nelle trasmissioni televisive questi nastri o altri segni di protesta o lotta, come spille o accessori, per esempio spesso con la bandiera arcobaleno per mo-



ig: @chiaraferragni

## • ATTIVISMO E VESTITI: DRESS TO PROTEST

strare il proprio sostegno alla comunità LGBTQ+, o altri modi creativi per lanciare messaggi sociali: la cantante BigMama durante la settantaquattresima edizione di Sanremo si è esibita sfoggiando degli audaci collant rossi con apposte le parole “queer” e “revolution”, i Måneskin durante le loro esibizioni agli Eurovision del 2021 spesso indossavano spille che riconducevano al tema dell’inclusività e libertà di espressione come cuori arcobaleno e simboli della pace, e come non ricordare il famoso “Pensati Libera” apposto su una stola manifesto indossata dall’influencer Chiara Ferragni durante la settantatreesima edizione della kermesse, così come

molti altri accessori inseriti nello stesso progetto e indossati sul palco dell’Ariston.

Insomma, il wearable activism si configura come una battaglia per tutti noi, una battaglia che possiamo iniziare a combattere semplicemente vestendoci, una battaglia collettiva di cambiamento sociale che rende gli abiti tele bianche da colare con messaggi di espressione e cambiamento sociale. È un modo adatto a tutti per affermare la propria identità, i propri valori, le proprie convinzioni, un modo per far sentire la propria voce, per manifestare la propria adesione e partecipazione alle cause sociali che ci stanno a cuore. E se i nostri

corpi, costantemente proiettati nello spazio, assumono le sembianze di cartelloni pubblicitari ambulanti, non potremmo forse noi ribaltare la logica anni ’80 che ci vede costretti a manifesti di griffe o brand e trasformarci piuttosto in pubblicità sociali? In dichiarazioni di intenti che testimonino i nostri valori e il nostro impegno sociale?

Il wearable activism ci invita a indossare non solo i nostri abiti ma anche i nostri sogni, le nostre speranze e credenze, a disegnare un mondo in cui ogni abito o accessorio è simbolo di resistenza, di espressione, un mondo in cui ci si veste con intenzione proiettando sui nostri corpi un inno al cambiamento.