



PER UN MANIFESTO DELLA MODA INCLUSIVA:

Maranzano, Fulcro e Paltrinieri

Il 30 ottobre 2024, la casa editrice Franco Angeli pubblica "Tu es canon, manifeste de la mode inclusive", a cura di Elisa Fulco, Teresa Maranzano e Roberta Paltrinieri: un volume innovativo sul tema della moda inclusiva, che analizza i canoni del mondo odierno, la loro tentata disarticolazione, e la necessità di promuovere una tipologia di moda sempre più "adattiva". Gran parte del contributo per la nascita del progetto è da attribuire alla collaborazione con l'associazione ASA-Handicap Mental di Ginevra,

grazie alla quale sono state realizzate interviste con i propri pazienti, in merito alla questione dello stile per tutti. Le interviste, in seguito pubblicate sul volume, hanno evidenziato l'opinione comune fra i pazienti, secondo i quali il diritto allo stile dovrebbe essere considerato primario e universale. Il volume si trova online, in formato PDF, ed è gratuito, affinché chiunque voglia attingergli possa farlo in maniera accessibile e senza costi aggiuntivi.



Immagine di copertina del manifesto "Tu es canon"

La settimana del 10 novembre 2025, in occasione dell'iniziativa culturale di Bookcity a Milano, viene presentato il manifesto della moda "Tu es canon", nel corso di una conferenza durante la quale Massimiliano Pananari e Alessandra Micalizzi hanno avuto occasione di confrontarsi con le curatrici del volume, in merito ai temi trattati al suo interno, come, per l'appunto, quello dell'inclusività nel mondo della moda.

« Perché la traduzione? Cosa porta all'interno del dibattito culturale e della discussione sociologica? »

Roberta Paltrinieri risponde: « La traduzione dal francese all'italiano fornisce la possibilità di immedesimarsi con il carattere innovativo del libro, che si compone, oltre che della versatilità linguistica, ma anche del trattamento di temi, quali il progresso etico, o le politiche dell'immaginario ».

« Anni di studi sulla sociologia del consumo, hanno dimostrato come il sistema della moda sia una sorta di "riflesso" dei cambiamenti della società, generati da richieste, istanze sociali e cultura della responsabilità, che, a loro volta, danno il via ad un processo di "eticizzazione" vero e proprio. Ad oggi, però, si è compiuto un salto in avanti rispetto alla dimensione dell'etica dei consumi: la collana Franco-Angeli, dalla sua fondazione, si è sempre fatta carico della pubblicazione di testi e

volumi su temi come questo, assieme a quelli della comunicazione e dell'innovazione, sui quali, fino a soli quindici anni fa, ancora non si dibatteva abbastanza, né sul piano culturale, né su quello politico. Le discussioni che portavano al centro temi come questi, infatti, venivano tradotte unicamente all'interno di comunità adottatrici di paradigmi alternativi, e distanti dai canoni tradizionali.

Ma, con il passare del tempo, la possibilità di rilettura e la diffusione di fenomeni innovativi, ci hanno permesso di riformulare le nostre considerazioni, a partire da nuovi punti di vista: prendiamo come esempio proprio la moda. Da sempre, siamo stati abituati a pensarla unicamente in relazione a termini come "fashion", "glamour", oppure legata ad una cultura fondata su significati specifici, ad esempio lo status, la ricollocazione o il riconoscimento.

Ma, durante gli anni della pandemia, l'industria del fashion ha conosciuto un'importante fase di sviluppo, che, al contempo, ha portato ad una riflessione sugli impatti negativi riscontrati all'interno dell'ambito sociale. Dai dati ricavati viene messo in evidenza come il mondo della moda, soprattutto parlando di grandi marchi di lusso, sia riuscito ad ottenere una vera e propria "brandizzazione" della realtà, ignorando, invece, la crisi conosciuta da altri marchi, impossibilitati a rimanere all'interno dei margini di profitto ».

«La moda riflette la nostra realtà, in costante trasformazione, e che ci pone ogni giorno davanti a sfide differenti; essa incorpora e diventa incorporazione stessa dei cambiamenti all'interno delle nostre comunità.

Al di là delle tradizionali istituzioni che tengono in piedi una struttura di così grande importanza, spesso il mercato agisce secondo logiche e prospettive differenti: l'industria della moda, con il tempo, è riuscita a trasformarsi in un vero e proprio ambito lavorativo, all'interno del quale i meccanismi vengono sempre più condizionati dalle risposte alle richieste della società. Esse danno vita ad un prodotto il cui successo è strettamente connesso alla frequenza e al contenuto delle richieste dei consumatori, che, però, più che rispondere ad una necessità o ad un bisogno, danno credito ai propri desideri».

«“Oltre il canone, Manifesto della moda inclusiva”, quindi, propone e genera quadri di lettura alternativi ai modelli dominanti nella società odierna, partendo da una collaborazione con ASA-Handicap Mental, associazione svizzera che lavora con persone affette da disabilità mentali e che, tramite le loro testimonianze, è riuscita a dar vita ad una dimensione di vero e proprio attivismo.

Le interviste proposte all'interno del manifesto mostrano come la società e l'industria della moda, con l'aumento delle disuguaglianze, necessitino di una sempre maggiore preparazione e di una sempre più attenta riflessione sulle risposte alle istanze sociali, a cui è richiesto uno spostamento verso l'ambito pubblico, al fine che diventino vere e proprie manifestazioni e atti politici».



Immagine di un manichino dalla mostra “Nessuno è perfetto”, realizzata dall'associazione svizzera “Pro Infirmis”

« La moda, perciò, può far parte a tutti gli effetti di una dimensione della “cura” di tutto ciò che non rientra all’interno del canone. Spesso, nella sociologia moderna, si parla di taglie e misure come “modelli” preformati, ai quali i nostri corpi si devono adattare, generando così una tendenza all’“adattamento” e al “modellamento” in funzione di canoni estetici. Parallelamente, di conseguenza, va perciò a delinearsi una cultura fondata su strutture standardizzanti molto forti, in netta contrapposizione, invece, con quella della “moda adattiva”. Quest’ultima, infatti, non ci impone più modelli o condizioni di adattamento forzato, ma si sforza lei stessa di adattarsi ai nostri corpi, sempre diversi fra loro e in continuo cambiamento ».

« Come mai avete deciso di non vendere il libro, ma di esporlo gratuitamente online? »

« Il libro è gratuito e disponibile online, in quanto vi era il desiderio, da parte nostra, che divenisse oggetto di discussione e riflessione da parte di qualsiasi strato sociale, al fine di diffondere il concetto di “moda adattiva” ».

« Come nasce l’idea di pubblicare il manifesto? »

Elisa Fulco: « Teresa Maranzano vive a Ginevra, all’interno di uno stato (Svizzera), in cui non è mai stata troppo presente un’attrattiva di moda italiana, ma nel quale sono da sempre radicate politiche e ideali relativi al mondo dell’associazione, assieme ad una grande attenzione nei confronti dei bisogni dell’individuo. L’idea della pubblicazione di “Tu es canon” nasce dal confronto con i membri dell’associazione ASA-Handicap Mental di Ginevra a cui è stato domandato cosa rappresentasse per loro la moda, e da cui ne sono state ricavate numerose interviste pubblicate all’interno del manifesto. Queste, assieme al lavoro complesso e delicato per la lavorazione e la produzione del volume, hanno permesso di mettere in evidenza come nessuno di noi è, o sarà mai, nelle condizioni di parlare per conto di altri. Un tale cambiamento di prospettiva ha quindi facilitato la mediazione fra noi e le persone disabili, pazienti e membri dell’associazione ».

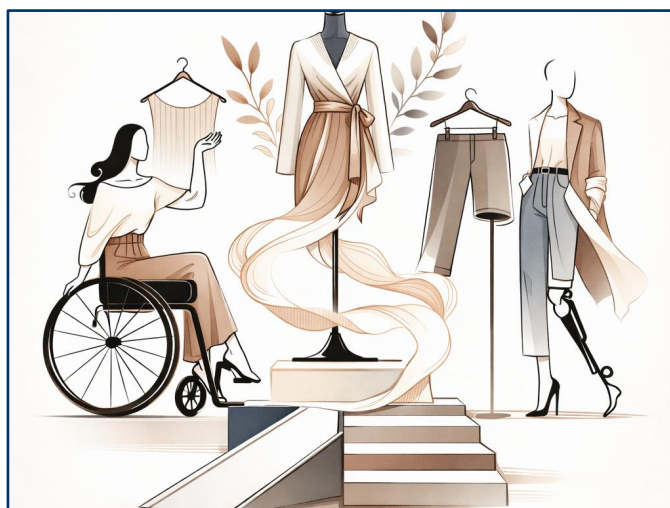


Immagine generata artificialmente

I sette punti per un manifesto inclusivo

Per la scrittura del manifesto, è stata necessaria la considerazione, da parte delle scrittrici, di sette punti chiave, fondamentali per la comprensione dei temi portati al centro del dibattito;

1. Libertà di scelta: ognuno di noi dovrebbe avere accesso a qualsiasi strumento, anche all'interno mondo della moda: persone soggette a difficoltà fisiche o mentali non dovrebbero ritrovarsi escluse da settori come il fashion o il design;

2. Stile: ognuno di noi ha diritto alla bellezza, alla realizzazione delle proprie idee, e alla rappresentazione della propria, e più sincera identità, attraverso qualsivoglia mezzo;

3. L'autonomia: ognuno di noi dovrebbe essere in grado di vestirsi autonomamente, aiutato anche da piccole modifiche ai propri capi (come aggiustamenti a cerniere o bottoni);

4. L'ergonomia: ognuno di noi ha il diritto di indossare ciò che vuole e, se per una persona disabile diviene più complesso, in quanto in possesso di capi che richiedono determinate caratteristiche fisiche

(es.: per aprire / chiudere una cerniera è necessario l'utilizzo di entrambe le mani), l'industria dovrebbe prestare più attenzione ad apportare piccoli aggiustamenti nella produzione dei capi di vestiario;

5. Formazione: la formazione di studenti e studentesse o la ri-formazione di insegnanti e professori sul tema della "moda inclusiva" dovrebbe essere necessaria e valida in ogni istituto;

6. Co-progettazione: "Nothing about us, without us": progettare capi di abbigliamento con la collaborazione di persone disabili, non solo porterebbe ad una maggiore inclusività nel mondo del lavoro, ma anche ad un notevole ri-adattamento del design di specifici prodotti, che diverrebbero accessibili anche a clienti affetti da disabilità fisiche o mentali;

7. Rappresentazione delle differenze: una maggiore inclusività di persone disabili all'interno del mondo della moda renderebbe buona parte della popolazione cosciente della necessità di estensione del diritto allo stile anche a persone affette da disabilità.