

Fashioning-CuSe

Moda e Sensibilità Culturale: Appropriazione, Stereotipi e Nuove Pratiche di Design

Abstract

Il progetto si propone di esaminare la sensibilità culturale nella moda globale, con l'intento di offrire una comprensione più approfondita dei meccanismi sottostanti all'appropriazione culturale e ad altre forme di insensibilità nel contesto della moda. L'obiettivo è di fare chiarezza sul tema della sensibilità culturale nella moda, mettendo a punto e implementando un modello e una piattaforma web, denominata *Fashioning-CuSe* per riconoscere le pratiche consolidate da parte dei gruppi del lusso e marchi mainstream che tendono a sfruttare suggestioni e imitare forme altrui senza consenso. Attraverso la mappatura e l'analisi delle tendenze creative nel settore della moda, sostenuta da dati derivati da analisi pregresse sulle sfilate (utilizzando il riconoscimento delle immagini basato sull'uso della IA) e dalla ricerca di fonti aggiuntive, si mira a evidenziare le forme di insensibilità culturale presenti nella moda, e le eventuali buone pratiche, favorendo discussioni riguardanti la decolonizzazione, l'inclusione e la promozione di atteggiamenti più sensibili verso le persone e le culture.

English Version

Fashioning-CuSe. Fashion and Cultural Sensitivity: Appropriation, Stereotypes, and New Design Practices

The project aims to examine cultural sensitivity in global fashion, with the intention of providing a deeper understanding of the underlying mechanisms of cultural appropriation and other forms of insensitivity within the fashion context. With the goal of clarifying the issue of appropriation, a model and a web platform (*Fashioning-CuSe*) will be implemented to recognize the established practices of dominant cultures that tend to exploit suggestions and imitate forms without consent. Through the mapping and analysis of creative trends in the fashion sector, supported by data derived from previous analyses of fashion shows (using image recognition based on AI) and additional source research, the aim is to highlight forms of cultural insensitivity present in fashion, fostering discussions regarding decolonization, inclusion, and the promotion of more sensitive attitudes towards individuals and cultures.

Progetto di ricerca

Assunti teorici

Da diversi anni, i movimenti sociali impegnati nella promozione della sostenibilità ambientale, sociale e culturale hanno suscitato un dibattito profondo sul ruolo della moda (Kaiser & Smelik, 2022). Questi movimenti, tra cui l'antirazzismo, i diritti dei disabili, il femminismo della quarta ondata, i diritti dei lavoratori e l'attivismo LGBTQ+, hanno sollevato questioni cruciali legate all'equità, al rispetto e all'impegno sociale in ogni ambito industriale e culturale, incluso quello della moda.

Oggi, il sistema della moda ha necessità di rendersi più consapevole in merito a pratiche consolidate che sfruttano suggestioni e tendono a imitare forme e assumere elementi stilistici che provengono da culture percepite come distanti. Tra queste pratiche vi è l'appropriazione culturale, che consiste nell'uso da parte delle culture dominanti di elementi culturali altrui senza un consenso formalizzato (Scafidi, 2005). Un processo frequente che riflette una scarsa sensibilità e attenzione verso la diversità culturale (Hogans e McAndrews, 2023: 501). L'interesse crescente per l'appropriazione culturale negli studi sulla moda rispecchia il desiderio di approfondire la comprensione delle dinamiche complesse che si manifestano nell'interazione tra cultura e moda. Tuttavia, nonostante i progressi nella ricerca, rimangono ancora molte questioni aperte da esplorare, che suscitano dibattiti significativi.

Nel contesto della moda, dove il confine tra appropriazione e apprezzamento culturale può essere sfumato, si rende necessaria un'analisi approfondita e contestuale dell'appropriazione culturale in tutte le sue sfaccettature (Kawamura e de Jong 2022). La ricerca proposta mira a esplorare gli aspetti legati all'insensibilità culturale, attraverso la mappatura e l'analisi delle tendenze creative nel mondo della moda. In un recente passato, infatti, stilisti e marchi hanno contribuito alla creazione di prodotti e immaginari che rafforzavano la contrapposizione tra l'Occidente e il resto del mondo. Questo ha perpetuato contrapposizioni sociali e culturali tra Nord e Sud, Est e Ovest, nonché divisioni pretestuose tra moda e costume, tra innovazione e folklore.

Per affrontare queste problematiche, è fondamentale approfondire i processi socioculturali che hanno contribuito a creare una rigida divisione tra moda occidentale e altri modelli al di fuori dell'occidente, e che hanno consolidato stereotipi orientalisti e pratiche generalmente riconosciute nell'ambito dell'insensibilità culturale. Questi temi hanno guadagnato un'importanza significativa all'interno degli studi di moda (Ling, Lorusso e Segre Reinach 2019), e hanno suscitato un dibattito intenso sia sul piano politico che su quello etico (Green & Kaiser 2017).

Assumendo le attuali prospettive offerte dalle ricerche sulla decolonizzazione nel campo degli studi sulla moda (Lorusso 2021), la ricerca proposta intende rileggere il rapporto tra moda e sensibilità culturale, interrogando le fonti con uno sguardo aggiornato alle nuove forme di comunicazione.

La ricerca proposta si allinea con le attività del Dipartimento delle Arti e riflette l'interesse

precedentemente manifestato per i temi sopracitati, i quali sono stati approfonditi durante il convegno "FASHION IN 3D, Decolonizing Deconstructing Decentering. ZoneModa International Conference 2023" organizzato da Mariella Lorusso e Simona Segre Reinach e tenutosi presso il campus di Rimini dal 19 al 21 ottobre 2023. Questo convegno culminerà nella pubblicazione di un libro nella nuova Serie Bloomsbury intitolata "Fashion, Media and Culture: Perspectives on Global Lifestyles", curata da Mariella Lorusso, Stefano Marino e Federica Muzzarelli.

Obiettivi

Partendo da questa fondamentale base teorica, il progetto si impegna a implementare il modello *Fashioning-CuSe* (Fashioning Cultural Sensitivity), mirato a identificare le influenze e le ispirazioni diffuse nel mondo della moda dal 2010 a oggi attraverso un'analisi delle tendenze creative presenti nelle riviste e nei periodici specializzati, oltre alla loro risonanza a livello globale. Questo approccio critico sarà esteso a contesti più inclusivi e ampi, come i musei e i social network, al fine di promuovere una maggiore consapevolezza e diffusione delle tematiche trattate. Il periodo di avvio dell'analisi, il 2010, è stato selezionato poiché rappresenta un momento emblematico per il tema di ricerca: da un lato, è stato identificato da Vogue come cruciale per i primi segnali di inclusione nell'industria della moda (Okwodu, 2019), che hanno spinto la ricerca di nuove strategie stilistiche e comunicative, con l'introduzione di nuove figure professionali come il "consulente per la diversità" (Vänskä & Gurova, 2021); d'altra parte, il 2010 è stato anche caratterizzato da numerosi scandali legati a discriminazioni e appropriazione culturale.

Metodologia

La ricerca mira a contribuire ai dibattiti contemporanei sulla decolonizzazione della moda e sull'istruzione di moda nelle università e nelle accademie (Beward, Lemire e Riello 2023; Gaugele e Titton 2019; Jansen 2020; Hogans e McAndrews 2023). Inizialmente, sarà effettuata una mappatura degli elementi stilistici proposti da marchi, stilisti e direttori creativi, al fine di individuare percorsi presenti e futuri nella creatività della moda. La ricerca esplorerà i processi di appropriazione e reinterpretazione delle influenze culturali nella moda contemporanea, considerando un arco temporale che va dal primo decennio del Duemila a oggi. L'analisi sarà basata su osservazioni su diversi canali di diffusione come cataloghi, mostre, collezioni di moda, riviste e *Social Network*. In modo tale da sviluppare e valorizzare dati raccolti da precedenti ricerche.

Particolare attenzione sarà dedicata all'esplorazione dei cataloghi delle mostre per comprendere più approfonditamente i rapporti di potere e le dinamiche coloniali che hanno influenzato la moda e le culture nel corso della storia. I musei etnografici, pur avendo inizialmente esposto i costumi tradizionali di varie culture, sollevano interrogativi critici riguardanti il sottile equilibrio tra "apprezzamento culturale" e "appropriazione culturale". L'analisi sarà integrata da una valutazione dei contenuti online,

privilegiando piattaforme come Instagram, per comprendere il ruolo dei media nella formazione degli immaginari sociali globali. Il/la ricercatore/ricercatrice condurrà le indagini seguendo gli approcci metodologici dei fashion studies, che si distinguono per la loro marcata transdisciplinarietà. L'obiettivo finale è l'implementazione del modello *Fashioning-CuSe*, mirante a identificare, raccogliere e analizzare le pratiche consolidate dalle culture predominanti nella moda contemporanea e a cogliere nuove tendenze. Si prevede la creazione di una piattaforma web dedicata alla ricerca, che consentirà la disseminazione e l'interazione con pubblici diversificati, favorendo comportamenti inclusivi e lo sviluppo di iniziative sensibili e rispettose nel campo della moda.

Risultati attesi

Durante il periodo di attività, il ricercatore/ricercatrice si impegnerà a completare in modo sostanziale i compiti delineati nel piano operativo. Inoltre, si prevede l'avvio e il mantenimento della raccolta dei dati necessari derivanti dalle mappature delle tendenze di moda, al fine di elaborare in modo accurato il modello *Fashioning-CuSe*. Questo processo coinvolgerà l'organizzazione dei materiali raccolti e indicizzati nel corso del progetto, che sarà facilitato dalla consultazione di servizi e articoli pubblicati su riviste scientifiche, nonché da documenti e immagini provenienti dai *Social Network* e da cataloghi di mostre museali. Tali risorse consentiranno di analizzare l'evoluzione e i cambiamenti degli studi sulla moda, promuovendo una migliore comprensione del tema oggetto della ricerca. È prevista la pubblicazione dei risultati su una piattaforma web dedicata alla ricerca, nel rispetto degli accordi e delle normative istituzionali, della privacy e dei diritti degli autori, delle immagini e delle fonti raccolte durante l'indagine sul riconoscimento delle influenze culturali nella moda contemporanea. Il ricercatore/ricercatrice avrà il compito di digitalizzare tali materiali, al fine di garantire la corretta conservazione e gestione delle risorse derivanti dalla ricerca. Questo processo contribuirà all'attuazione del modello *Fashioning-CuSe*. Si prevede la realizzazione di una piattaforma web, progettata per una disseminazione ampia e articolata della ricerca, al fine di favorire l'interazione con un pubblico diversificato professionalmente, culturalmente e geograficamente, composto sia da studiosi e studiose di moda, sia da operatori e comunicatori interessati a conoscere/praticare comportamenti inclusivi e consapevoli.

Piano delle attività

Il progetto mira all'implementazione operativa del modello (*Fashioning-CuSe*) per l'identificazione delle diverse influenze culturali nel contesto della moda globale, attraverso l'analisi delle tendenze creative presenti in pubblicazioni specializzate, collezioni museali e piattaforme social. L'obiettivo è contribuire al dibattito attuale sulla decolonizzazione, promuovendo una rappresentazione più equa delle estetiche. Il completamento di questo piano di ricerca contribuirà alla comprensione delle complessità culturali e

sociali della moda contemporanea. La pubblicazione dei risultati su una piattaforma web dedicata consentirà una disseminazione ampia e articolata della ricerca, evidenziando eventuali comportamenti rispettosi e inclusivi nell'industria della moda. Il piano delle attività si articola in:

Attività 1: Analisi delle Fonti

Sarà condotta una ricognizione dello stato dell'arte degli studi di moda internazionali in merito al tema della sensibilità culturale per individuare le criticità del dibattito attuale. Tale ricognizione contribuirà alla sistematizzazione terminologica, con particolare attenzione all'appropriazione culturale nel contesto della moda. L'obiettivo è individuare le linee di ricerca future, consentendo così una migliore comprensione delle complessità culturali e sociali legate alla moda e fornendo un quadro teorico e concettuale più completo per l'avanzamento degli studi in questo campo.

Attività 2: Mappatura

Il ricercatore/ricercatrice condurrà un'analisi esaustiva dei riferimenti culturali utilizzati dai marchi più rilevanti per definire le tendenze nel settore della moda, approfondendo dati acquisiti da ricerche pregresse. Contestualmente, verranno esaminati i seguenti aspetti al fine di integrare la prospettiva sulle tendenze di moda con altre prospettive. In questa fase verranno utilizzati strumenti/programmi di AI.

- Approfondimento sui musei: si condurrà uno studio (analisi del contenuto) dei cataloghi di alcune mostre chiave per comprendere i rapporti di potere e le dinamiche coloniali che hanno influenzato la moda. Questa indagine, basata sull'analisi di casi di rilevanza accademica, consentirà di valutare gli stereotipi legati alle tradizioni e agli stili provenienti da culture diverse. Le fonti iconografiche disponibili in questa fase della ricerca saranno utilizzate per sviluppare ulteriormente il punto 3.

- Analisi dei contenuti online: si procederà con un'analisi dei contenuti online, principalmente Instagram e altre rilevanti piattaforme. Questa analisi consentirà di esaminare criticamente il ruolo dei media digitali nel promuovere una comprensione più ampia della diversità culturale e nel sensibilizzare il pubblico sulla rilevanza delle diverse fonti nell'ispirare stili e comunicazione di moda. In questa fase saranno approfonditi alcuni casi studio.

Attività 3: Implementazione del modello *Fashioning-CuSe*

Sarà implementato il modello *Fashioning-CuSe*, con l'obiettivo di identificare, raccogliere e analizzare le pratiche consolidate dai protagonisti principali dell'industria della moda globale. Sarà sviluppata una piattaforma web dedicata per la diffusione della ricerca, agevolando l'interazione con pubblici diversificati e promuovendo comportamenti inclusivi nel campo della creatività e della comunicazione di moda.