

ITINERA

⊗ Rivista di filosofia e teoria delle arti

Numero 29

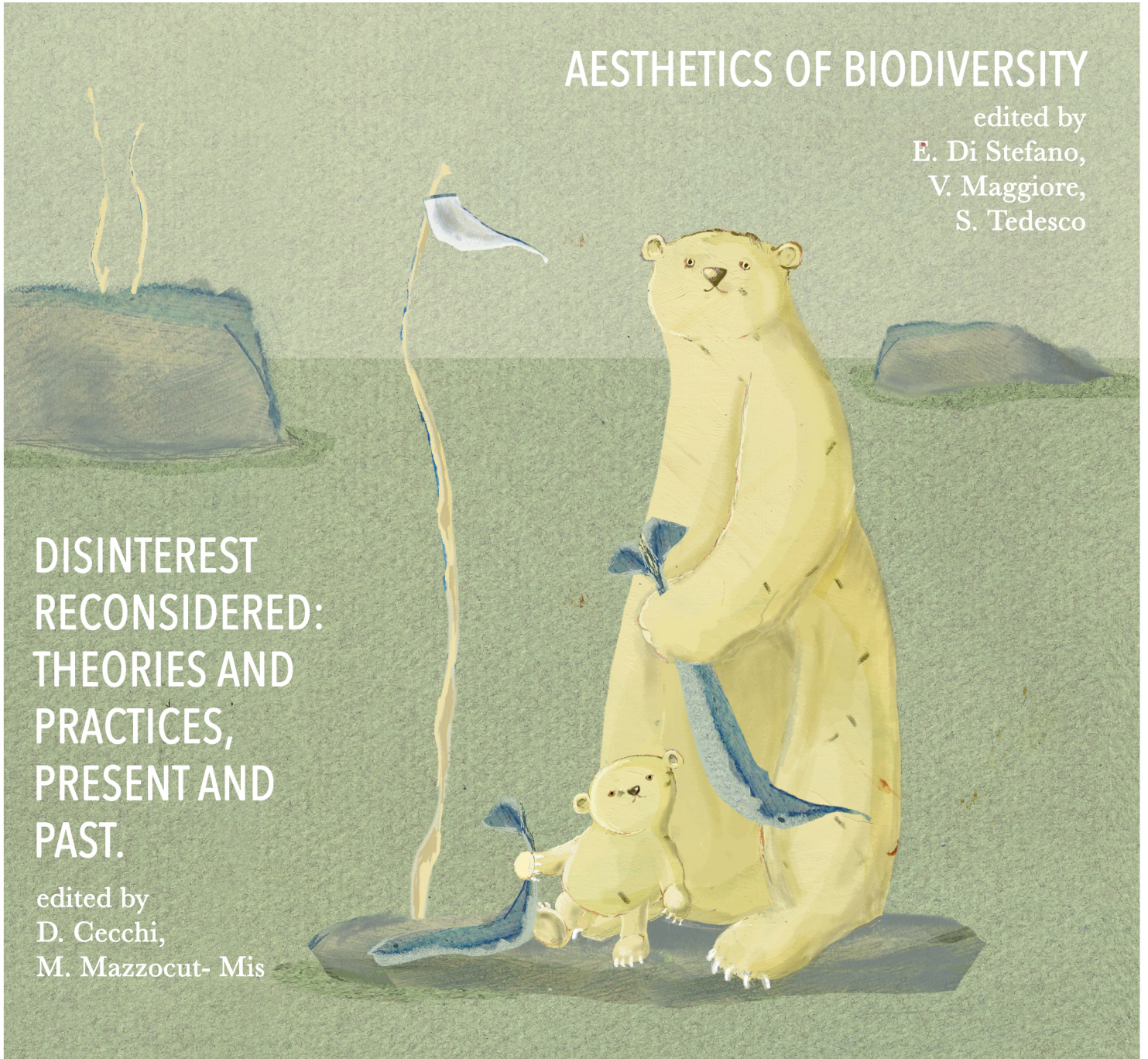
Anno 2025

AESTHETICS OF BIODIVERSITY

edited by
E. Di Stefano,
V. Maggiore,
S. Tedesco

DISINTEREST
RECONSIDERED:
THEORIES AND
PRACTICES,
PRESENT AND
PAST.

edited by
D. Cecchi,
M. Mazzocut- Mis



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

ISSN: 2039-9251

**VERSO UNA MODA ECOLOGICA:
LA LEZIONE DI EUGEN FINK E I NUOVI TESSUTI
CRUELTY-FREE**

Ivana Randazzo

 ORCID: 0000-0001-6260-4270

Università di Catania (03a64bh57)

Contacts: ivana.randazzo@unict.it

ABSTRACT

La moda viene paragonata da Eugen Fink ai fiori di ciliegio giapponesi, che, sebbene belli e luminosi, vengono rapidamente spazzati via dal vento: tradizionalmente considerata effimera e fugace, la moda è un fenomeno culturale da prendere sul serio. La sfida etica nella moda odierna è quella di salvaguardare il pianeta e rispettare l'ambiente. La rivoluzione verde nel settore della moda tende a sostituire i prodotti chimici con quelli naturali, tra cui i materiali vegani rivestono particolare importanza. Il saggio mostra come l'uso di tessuti eco-compatibili non riduca in alcun modo il valore estetico dei capi di moda e che i nuovi materiali riciclati, basati sull'economia circolare, consentano comunque di ottenere prodotti di alta qualità.

Parole chiave: sostenibilità, estetica, moda, nuovi materiali.**TOWARDS ECO-FRIENDLY FASHION: EUGEN FINK'S LESSON AND NEW CRUELTY-FREE FABRICS**

Fashion is compared by Eugen Fink to Japanese cherry blossoms, which although beautiful and bright the wind carries away quickly: traditionally considered ephemeral and fleeting, fashion is a cultural phenomenon to be taken seriously. The ethical challenge in fashion today is how to safeguard the planet and respect the environment. The green revolution in the fashion industry tends to replace chemical products with natural ones, among which vegan materials are of particular importance. The essay shows how the use of eco-friendly fabrics does not in any way reduce the aesthetic value of fashion items and that new recycled materials, based on circular economy, nevertheless make it possible to obtain high-quality products.

Keywords: sustainability, aesthetics, fashion, new materials.

1. FILOSOFIA DELLA MODA

Nel 1969 Eugen Fink affermava che il professionista di moda deve essere consapevole di «maneggiare un materiale che è più esplosivo della dinamite (piccole quantità possono produrre effetti dirompenti), una forza che può spingere gli amanti verso un abbraccio passionale, come l'onda d'urto di un'esplosione che li attraversa, che crepita negli abiti con fiammelle e bagliori, che alletta e può dar vita a qualcosa di seducente e brillante»¹. Oggi questa considerazione non solo si dimostra attuale ma si assiste ad un ampliamento della prospettiva proposta da Fink, il quale valorizza attraverso la fenomenologia l'esperienza della moda.

Fink non avrebbe infatti immaginato che le piccole quantità che possono produrre effetti dirompenti, sarebbero diventate anche quelle innovazioni che la sensibilità contemporanea lega ad un uso consapevole di nuovi materiali di origine non animale. Oggi nella moda che progetta e realizza abiti con tessuti tratti da scarti di frutta² o di verdura si concretizza il nesso tra estetica, etica ed ecologia che viene imposto dai gusti dei consumatori³ e prende forma nelle scelte dei produttori⁴.

A dimostrazione del fatto che il corpo si esprime non solo attraverso le parole e i gesti ma anche attraverso ciò che indossa: abiti e ornamenti diventano espressione del gusto, dello “stile”, della cultura di appartenenza e danno visibilità ai problemi del proprio tempo.

L'abbigliamento è infatti stato da sempre una forma di rappresentazione della cultura umana. Scrive sempre Fink, la moda è «un documento culturale di altissimo livello, un attributo dell'umanità, [...] strumento di protezione dalle intemperie in contesti di climi rigidi; l'abbigliamento come forma convenzionale di costume, così come stabilito da usi e convenzioni in una determinata comunità, indicante lo status, gli onori, i privilegi, i ruoli di chi lo indossa; l'abbigliamento conforme alle idee morali di un popolo o di un circolo culturale»⁵. L'abito dunque possiede a volte un linguaggio operativo a volte uno simbolico e misterioso e cambia in base alla moda⁶.

Per moda si intende un tipo di comportamento temporaneo in un contesto sociale, come il modo di vestirsi o di organizzare una festa. Il fatto che la moda sia un fenomeno transitorio e che duri poco, non significa che non rappresenti qualcosa di serio, anzi al contrario pur nel suo essere fugace ed effimero vive con l'uomo. A differenza dell'animale che vive con la sua nudità, il vestirsi e lo svestirsi appartengono all'essere umano e lo accompagnano in ogni momento della vita.

La moda viene paragonata da Fink ai fiori di ciliegio giapponesi, che seppur belli e luminosi il vento li porta via velocemente, cambia con il cambiare delle stagioni ma non come accade in natura rispettandone

¹ E. Fink, *Moda. Un gioco seduttivo*, Einaudi, Torino 2024, p. 48.

² Gli scarti della monocoltura delle banane nel progetto *From Plantation to Pavilion*, presente alla Biennale di Architettura Venezia 2025, rappresentano una risorsa anche per l'edilizia. Attraverso un processo di riuso delle fibre di banane, i rifiuti agricoli diventano materiale da costruzione: “Con 135 milioni di tonnellate all'anno, le banane sono il frutto più consumato al mondo. Tuttavia, ogni anno generano anche quasi 115 milioni di tonnellate di rifiuti agricoli [...] *From Plantation to Pavilion* immagina un futuro in cui l'architettura e le TEK favoriscano equità, equilibrio ecologico e sostenibilità”. In Ratti C., (a cura di), *Intelligens. Natural. Artificial. Collective*, La Biennale Venezia, Venezia, 2025, p. 146.

³ Cfr. L. Ciuni/ M. Spadafora, *La rivoluzione comincia dal tuo armadio. Tutto quello che dovrete sapere sulla moda sostenibile*, Solferino, Milano 2020.

⁴ F. R. Rinaldi/ S. Testa, *L'impresa moda responsabile. Integrare etica ed estetica nella filiera*, Egea, Milano 2022.

⁵ E. Fink, *Moda. Un gioco seduttivo*, cit., pp. 4-5.

⁶ Fink intende per moda «il modo in cui si parla, si pensa e si scrive, il modo in cui si costruisce, si abita, si arreda, il modo in cui ci si veste, ci si comporta, cosa si intende per buone maniere, come si trascorre il tempo libero, come si flirta e ci si presenta, come si organizza un banchetto o si assume un atteggiamento composti in presenza di un lutto [...] può anche stare ad indicare in senso generico, quello che si suole chiamare lo “stile” di un'epoca, uno spirito onnicomprensivo e globale che definisce e armonizza tutte le espressioni della vita”. *Ivi*, p. 19.

le leggi: al contrario la moda «modula il corso del sole attraverso cicli di giorni e di anni, adorna con le sue fantasie il naturale ritorno dell'eternamente identico»⁷.

2. NUOVI MATERIALI *CRUELTY-FREE* PER LA MODA

Coloro che si occupano di progettare, produrre e vendere abiti non solo devono considerare il potere attrattivo del corpo ma oggi più che mai devono fare i conti con la rispettabilità etica dei materiali. Non solo devono sposare le intuizioni dell'artista/designer in merito a forme, colori, alla sua capacità di riconoscere il linguaggio simbolico ma devono anche fare i conti con un mondo in cambiamento sempre più attento alla sostenibilità: “The role of the designer has always been to develop collections that are current and have the correct degree of innovation to serve the market they are intended for. Decisions the designer makes in product development have an influence on the materials (components) that are selected as well as the manufacturing process a product will go through. It is believed that approximately 8000 chemicals are used in the development of fabric, as well as high-energy consumption manufacturing processes [...] Developing eco fashion will put a far greater responsibility on the designer who has to contend with a whole range of challenges not usually encountered by other designers”.⁸ Si è infatti nel pieno di una rivoluzione green nel settore della moda, con ridotti costi per l'ambiente, dove si tende a sostituire prodotti chimici con prodotti naturali.

Un modello esemplare in questa direzione è la pelle realizzata con scarti di arance e ficodindia dalla startup siciliana *Ohoskin*, che ha brevettato un tessuto cruelty-free. Il nome fa riferimento alle parole Orange, *Opuntia* (che è il nome scientifico del ficodindia) e a Skin che sta per involucro che avvolge, come la pelle che copre il corpo. Del tutto simile alla pelle animale, è però sostenibile e vegana. Risparmia la vita degli animali e si basa su una economia circolare che evita sprechi e permette il riciclo dei materiali, producendo un prodotto di qualità, totalmente italiano. Dai sottoprodotti industriali di arance e ficodindia che l'industria alimentare e cosmetica produce annualmente in Sicilia, vengono trasformate tonnellate di materiale al fine di realizzare una pelle che ha trovato spazio nel mondo della moda, dell'arredamento e delle auto. Realizzata senza uccidere animali e senza processi inquinanti, *Ohoskin* è oggi la prima pelle artificiale *plant-based* e non fossile, disponibile per usi che riducono nei processi industriali l'impronta di carbonio e allungano il ciclo di vita dei prodotti, rispettando animali e pianeta⁹.

Il centro di lavorazione è a Butera, in provincia di Caltanissetta. Presso la Sicilbiotech Srl vengono trasformati gli scarti di arance e cactus in pelle vegana, da qui il semilavorato passa in Lombardia nell'azienda Novartiplast, in cui la pelle vegana prende l'aspetto che la fa apparire come se fosse cuoio animale, tanto alla vista che al tatto¹⁰. *Ohoskin* è stata premiata con la *Menzione Speciale Eni Joule for Entrepreneurship* per innovatività e sostenibilità, il 16 ottobre 2023 da ENI. La cerimonia al Palazzo del Quirinale ha visto la

⁷ *Ivi*, pp. 20-21.

⁸ D. Smal, *Eco fashion: fashion fad or future trend?* In *Image & Text*, 2008, p. 111.

⁹ L'imprenditrice siciliana Adriana Santanocito studia fashion design a Milano. Fonda Orange Fiber, creando filati tessili con gli scarti degli agrumi filati tessili. Nel 2019 brevetta *Ohoskin*, la pelle ecosostenibile, di origine vegetale. Collaborando con il chimico Roberto Merighi e l'azienda Novartiplast.

¹⁰ La passione per la Sicilia e per un pianeta migliore passa anche dall'educazione e dalla formazione e l'imprenditrice in prima persona scommette sotto questo aspetto. Lavorando non solo a livello internazionale, ma restando legata alla sua terra e lavorando con i giovani studenti di un liceo artistico di Giarre per trasmettere la passione per la moda e per l'ambiente, rendendosi disponibile e propositiva. L'imprenditrice per il secondo anno consecutivo ha lavorato con gli studenti del liceo artistico Guttuso di Giarre alla realizzazione di progetti con l'uso della pelle vegana, ecosostenibile. Ho reperito queste informazioni da una visita sul campo e dall'incontro con l'imprenditrice nell'ambito del PCTO *Ohoskin*. *L'importanza del designer: progettazione del pensiero per l'approccio alla moda sostenibile*, presso il Liceo Artistico “Guttuso” di Giarre.

partecipazione del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella che ha donato il premio all'azienda, che si è distinta per la sua soluzione circolare. Il tessuto nato nella terra siciliana si è contraddistinto per le sue prestazioni e qualità tattili, ideale per l'uso in numerosi settori dalla moda all'auto¹¹.

Questo cambiamento si inserisce in un processo di cambiamento che sta attraversando tutta l'industria tessile a livello globale: "Recent innovations in the textile industry illustrate a significant shift towards sustainability, driven by both technological advancements and eco-friendly practices that address a range of environmental and social concerns. This transformation reflects a growing recognition of the necessity to balance industrial production with ecological responsibility and social equity. Technological progress, in particular, has had a profound impact on the industry, enabling the development and implementation of more sustainable production methods. One of the key innovations is the introduction of new materials, such as recycled fibers derived from plastic waste and textile scraps, which help reduce the industry's reliance on virgin materials and decrease its environmental footprint. Prominent companies like Kvadrat and Orange Fiber are at the forefront of this shift, incorporating recycled and bio-based materials into their production processes. For instance, Orange Fiber utilizes citrus peel waste, a by-product of the agro-food industry, to create textiles. This process not only reduces waste but also offers significant social and economic benefits by addressing the environmental challenges faced by the food industry"¹².

Un esempio italiano di innovazione nel settore conciario che segue questo trend è l'*Activated Silk L1 Bio-finishing System*, una biotecnologia che sfrutta le proteine prodotte dal baco da seta per la finitura della pelle. Combinando prestazioni elevate, biodegradabilità e una notevole riduzione di CO₂, risponde agli obiettivi di sostenibilità per la salute delle persone e degli ecosistemi. Questa eccezionale innovazione ha trovato spazio in una azienda marchigiana, la Pellami DUE C, che si impegna a «mutare la pelle italiana nel segno di un'eleganza leggera come una farfalla che segue la traiettoria del comfort, della sicurezza, dell'etica»¹³.

L'azienda italiana Pellami DUE C crea tessuti simili ai tradizionali pellami ma con l'uso di nuove fibre eco-innovative in linea con gli obiettivi etici dell'ONU. La "formula EBN", nata dalla biocosmesi, (ecologica, biologica e naturale) sostituisce i prodotti petrolchimici con la sintesi dei cristalli dei bachi da seta, conferendo alla pelle una texture naturale e una finitura setosa. La forza della Pellami DUE C sta nel «rivoluzionare l'industria del pellame, realizzando prodotti sostenibili e performanti. Vogliamo essere pionieri nell'adozione di pratiche sostenibili e tecnologicamente avanzate, stabilendo nuovi standard di eccellenza e rispetto ambientale. Immaginiamo un futuro dove il bello sia una scelta consapevole, senza alcun compromesso per il nostro ambiente»¹⁴.

3. LA MODA ECOSOSTENIBILE TRA ETICA ED ESTETICA

L'attenzione prestata alla salvaguardia del pianeta, ai cambiamenti climatici, al rispetto dell'ambiente si ripercuote anche in un maggior valore attribuito alla moda tradizionalmente considerata mutevole e di

¹¹ *Ohoskin premiato dal Presidente della Repubblica Sergio Mattarella nell'ambito degli Eni Awards 2023* in <https://ohoskin.com/ohoskin-eni-awards/>

¹² C. Garofalo/C. G. Barale/ L. Parodi, *Aesthetics and Sustainability in Textile Design*. The Barcelona Conference on Arts, Media & Culture 2024, p. 119.

¹³ *Lineapelle, ecco la pelle al baco anti Co2: così il cuoio diventa seta* in https://www.lastampa.it/economia/2024/09/19/news/lineapelle_econceria_italiana-14645157/

¹⁴ *Formula EBN – Vision and Mission* in <https://www.duecspa.com/landing-ebn/>. Il sistema migliora la circolarità e riduce le emissioni di CO₂ fino all'82% grazie alla diminuzione dei polimeri e al risparmio energetico nella produzione.

scarsa importanza. Indossare abiti con pelle vegana, che inoltre non necessitano di essere lavati e che sono resistenti all'usura, rende evidente come i pregiudizi morali legati ai capricci della moda siano non solo molto lontani dall'importanza che gli riconosce Fink ma anche estranei alla sensibilità. Si parla spesso di consumismo quando si acquista un bene superfluo e non necessario, perché dal punto di vista ecologico rappresenta solo uno spreco.

Un abito green che possiede le caratteristiche di essere antimacchia, idrorepellente, traspirabile, antibatterico, anti smog, anti sporco, anti raggi UV, creato con materiali sostenibili, è ciò che si va diffondendo sempre più nel mercato della moda e sta cambiando anche il modo in cui vengono fatti gli acquisti; basti pensare ad una maglietta con il trattamento antispurco in cui restando gli indumenti puliti viene risparmiata acqua ed energia per i lavaggi frequenti. Tutto ciò consente agli acquirenti esperti di moda di investire in capi che dureranno nel tempo perché maggiormente utilizzabili¹⁵.

Nell'ambito della sostenibilità un valore che appare significativo è quello della longevità dei vestiti. Una particolare attenzione ad esempio è rivolta all'abbigliamento per l'infanzia. I bambini crescono in fretta e spesso gli abiti vengono utilizzati per pochi mesi o addirittura poche settimane. A tal fine le aziende cominciano a proporre il riutilizzo dei vestiti alla community dei loro clienti: "Babies grow with such a speed meaning that they rarely wear out the garments. Therefore, the company aims to increase the longevity of the garments by circulating it between the subscribers [...] It is more general in the sense that we set out to investigate ways in which design aesthetics, material and the senses have an impact on high use frequency aiming to understand longevity as a parameter for sustainability in textiles and clothing"¹⁶.

Come afferma Fink, la moda nasconde molte potenzialità, ricopre un ruolo non solo estetico ma anche sociale nella vita dell'uomo, ci parla di chi ognuno di noi è e non serve solo a proteggersi dal freddo o ad essere utile quando si lavora per muoversi comodamente¹⁷.

Ciò che l'ha resa un fenomeno giudicato culturalmente "inferiore" e negativo, come ad esempio sosteneva Rousseau, e quindi per certi aspetti sottovalutato, risiede nella convinzione che ciò che è valido dura nel tempo e forse proprio la moda green potrebbe portare a rivalutare la moda come qualcosa di serio e non di frivolo e superfluo (sebbene Oscar Wilde affermasse che nulla è più necessario del superfluo!¹⁸).

A differenza che nel passato in cui i vestiti erano segno di appartenenza ad un certo ceto sociale, oggi l'area di influenza della moda non riguarda più le occasioni e le cerimonie¹⁹ ed esprime con più evidenza le tensioni culturali, le preoccupazioni condivise e i valori in gioco. La moda *cruelty-free* fornisce un accesso a questa sensibilità, per un verso derivando da essa e per l'altro fornendole una risposta.

¹⁵ Cfr. I. Randazzo, *Smart Clothing* "between Fashion and Technology", in "Visual Culture Studies", numero monografico 8: *Wearable – I media di cui vestirsi*, pp. 163-172.

¹⁶ Cfr. L. Ravnløkke, A. Bang, *The Body Stocking: Design Aesthetics and Functionality as a Means for Sustainable Fashion and Textiles*, in *Celebration & Contemplation*, 10th International Conference on Design & Emotion, 27-30 September Amsterdam 2016, pp. 378-379.

¹⁷ Per Fink: "Il corpo non è il guscio della nostra vita, non è il suo involucro, non è la sua tana e non è nemmeno uno strumento per la mente e per la libertà: il corpo vivente è la nostra realtà terrena, al cui interno natura e libertà si pervadono a vicenda". E. Fink, *Moda. Un gioco seduttivo*, cit., p. 16.

¹⁸ "We live in an age when unnecessary things are our only necessities", O. Wilde, *The Picture of Dorian Gray*, Joseph Bristow (ed.), in *The Complete Works of Oscar Wilde*, vol. 3, Oxford University Press, Oxford 2005, p. 248.

¹⁹ Nel XVII e durante la prima metà del XVIII secolo, il fasto e la magnificenza della corte trovavano la loro più adeguata manifestazione nei materiali preziosi e nella perizia artigianale (sete broccate, complessi ricami metallici, profusione di gioielli, finissimi ed elaborati merletti ecc.), in armonia con il sontuoso apparato barocco di palazzi e residenze. E. Morini, *Storia della moda. XVIII-XXI secolo*, Skira, Milano 2010, p. 19. Cfr. M. Finaurini, *La grammatica dei tessuti*, Gribaudò, Milano 2022.

Il bisogno di coniugare bellezza ed etica, nel rispetto del vivente, ispira innovazioni tecniche che modificano la filiera produttiva assecondando un sentimento di ricerca per cui nel consumo il bello oggi deve essere anche buono. Da questo punto di vista, metodologicamente, si tratta allora di ampliare lo sguardo dei classici di riferimento per la filosofia della moda sino ad includere anche questo nesso etico-estetico nella ricognizione della moda contemporanea in rapporto alla crisi ecologica.

La moda abbraccia infatti un'ampia sfera che tocca quasi ogni ambito della vita quotidiana: dall'abbigliamento sportivo a quello di lavoro. Oggi tutto ciò che è *fashion design* appartiene anche agli adolescenti e ha sempre più un carattere internazionale grazie ai numerosi mezzi di comunicazione: «Non è necessario “essere presenti” alle sfilate, ai ricevimenti a corte, alle corse di cavalli, alle prime teatrali, ai festival del cinema, là la moda è “creata” nelle sofisticate poltrone delle sale da orchestra o nei lussuosi hotel sportivi, lì la telecamera è accesa e trasmette in ogni casa la visione di deliziosi e raffinati abiti firmati»²⁰.

Come aveva osservato già Simmel, la moda si caratterizza sempre per l'alternarsi tra pubblico e privato, tra seguire i gusti contemporanei e il distinguersi: «[La moda] non può mai distribuirsi in maniera uniforme, e questo carattere non generalizzabile è fonte di gratificazione per l'individuo, perché gli conferisce un tratto singolare che non passa inosservato, ma al tempo stesso gli procura la certezza interiore di poggiare sullo zoccolo di una collettività che condivide una stessa ambizione»²¹. Esprime una tensione tra l'impulso all'imitazione e quello alla differenziazione che contraddistingue la vita sociale dell'uomo, da una parte il sentirsi uguali agli altri offre un senso di sicurezza e di appartenenza ma dall'altro è forte il desiderio di distinguersi, di sentirsi unici. In questo schema va collocata anche la moda *cruelty-free*, dove la scelta del singolo consumatore si sviluppa nel doppio canone dello stile personale e della responsabilità collettiva.

Come afferma Barthes la moda è un fenomeno sociale: «è in effetti imitazione collettiva di una novità regolare; anche quando pone come proprio alibi l'espressione di un'individualità o, come si direbbe oggi, di una “personalità”, si tratta sempre di un fenomeno di massa, al quale i sociologi si sono spesso interessati, trovandovi l'esempio privilegiato di una dialettica pura tra l'individuo e la collettività»²².

4. CONCLUSIONI

Con la mondializzazione della produzione di abiti e tessuti, i capi diventano sempre più economici e una certa moda è quasi costretta a cambiare sempre più rapidamente (*fast fashion*) ma per contrasto tutto ciò promuove sempre più l'attenzione verso l'utilizzo di prodotti ben fatti ma realizzati con materiali sostenibili per l'ambiente e che rispettino la vita: “From the choice of materials, we give preference to the natural and pollution-free materials, take natural animal and plant materials as raw materials, such as cotton, hemp, silk, wool, leather and other non-chemical additive fabrics. Or use new high-tech fabrics, such as soy fiber fabrics, milk fiber fabrics, natural colored cotton fabrics and modal fabrics, which are less polluting to the environment. Material decomposition and reuse can promote material circulation”²³.

²⁰ E. Fink, *Moda. Un gioco seduttivo*, cit., p. 28.

²¹ G. Simmel, *Filosofia della moda* [1910], in Id., *Estetica Sociale*, a cura di A. Pinotti e B. Carnevali, Einaudi, Torino 2020 p. 209.

²² R. Barthes, *Il senso della moda. Forme e significati dell'abbigliamento*, Einaudi, Torino 2006, p. 19.

²³ W. Qiuhan, *Research on Contemporary Green Clothing Design Based on Ecological Aesthetics*, in *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 294, 2019, p. 486.

Nella sua attenzione alla realizzazione di un mondo più pulito e più sano la moda mostra tutta la sua seria ed effimera identità. L'uso di materiali innovativi, legati all'economia del riciclo, contribuisce alla salvezza del pianeta, al rispetto per gli animali, al benessere dell'uomo di oggi e del domani. Inoltre l'uso di tessuti *eco-friendly* non significa ridurne in nessun modo il valore estetico, basti pensare all'arredamento di lusso con uso di seta biologica sostenibile (la seta viene ottenuta raccogliendo i bozzoli dopo l'uscita delle farfalle)²⁴.

La moda è un continuo gioco senza fine: «Non appena le classi inferiori - afferma Simmel - cominciano ad appropriarsene, scavalcando i confini definiti dalle classi superiori e minacciando di annacquare l'unità di una reciproca coappartenenza che trovava un simbolo appunto nella moda, i privilegiati voltano le spalle alle tendenze in voga per adottarne subito delle altre, tornando così a differenziarsi dalle grandi masse - e il gioco può ricominciare»²⁵.

Anche per Fink la moda è un gioco: un gioco di seduzione: «la moda esagera e nasconde, esagera nascondendo e nasconde mettendo in evidenza, vistosamente, rivela coprendo, cela mentre accentua quel che è nascosto»²⁶.

Fondamentale il ruolo dell'educazione ad affinare il gusto, non solo in merito alle abitazioni, al cibo ma anche alla stessa moda: «è un compito culturale e pedagogico di prim'ordine far sì che l'essere umano raggiunga un'autoconsapevolezza in quanto giocatore che gode del vivere nel mondo incantato della bella apparenza come un mago dell'immaginazione, nel "tempo libero" e nel "gioco di società", cui appartiene anche la moda con i suoi sottilissimi oggetti color arcobaleno, che danzano come schiuma scintillante sulle onde pesanti e scure della corrente della vita»²⁷.

Produrre oggetti belli ma allo stesso tempo sostenibili, capaci di garantire un futuro concreto alle prossime generazioni diventa una vera e propria sfida. Educare al gusto ed educare al rispetto per l'ambiente possono diventare un'unica cosa perché come afferma Fink, «pensare in modo saggio non implica necessariamente solennità o altisonanza ed è anche possibile meditare sulla morte con leggerezza e riflettere con gravità su quel che, delicato e fugace, "sorge dalla schiuma del mare"»²⁸.

²⁴ Tra i più celebri produttori di seta biologica si ha il marchio *Peace Silk* in cui non viene utilizzata violenza verso nessun animale. Le falene sono considerate esseri fondamentali per il nostro ecosistema e vengono tutelate, infatti la delicata incisione sul bozzolo di seta permette il ciclo della vita di questi animali. Nonostante ne conseguano filamenti di seta più corti è stata sviluppata una tecnica per avvolgere i fili e filarli abilmente così da ottenere un filato continuo chiamato charmeuse, cfr. *La nostra storia* in <https://www.peacesilk.global/our-story>.

²⁵ G. Simmel, *Filosofia della moda* [1910], in Id., *Estetica Sociale*, cit., p. 204.

²⁶ E. Fink, *Moda. Un gioco seduttivo*, cit., p. 41.

²⁷ *Ivi*, p. 76.

²⁸ *Ivi*, p. 32.



Gioielli realizzati con pelle “ohoskin” da studenti del Liceo Artistico “Guttuso”, Giarre (CT).



Abito realizzato con pelle "ohoskin" da studenti del Liceo Artistico "Guttuso", Giarre (CT)

BIBLIOGRAFIA

- Barthes R., *Il senso della moda. Forme e significati dell'abbigliamento*, Einaudi, Torino, 2006.
- Ciuni L./ M. Spadafora, *La rivoluzione comincia dal tuo armadio. Tutto quello che dovrete sapere sulla moda sostenibile*, Solferino, Milano 2020.
- Finaurini M., *La grammatica dei tessuti*, Gribaudo, Milano 2022.
- Fink E., *Moda. Un gioco seduttivo*, Einaudi, Torino 2024.
- Formula EBN – Vision and Mission* in <https://www.duecspa.com/landing-ebn/>
- La nostra storia* in <https://www.peacesilk.global/our-story>
- Garofalo C./ Barale G./ Parodi L., *Aesthetics and Sustainability in Textile Design*. The Barcelona Conference on Arts, Media & Culture 2024, pp.
- Lineapelle, ecco la pelle al baco anti Co2: così il cuoio diventa seta* in https://www.lastampa.it/economia/2024/09/19/news/lineapelle_econceria_italiana-14645157/
- Morini E., *Storia della moda. XVIII-XXI secolo*, Skira, Milano 2010.
- Ohoskin premiato dal Presidente della Repubblica Sergio Mattarella nell'ambito degli Eni Awards 2023* in <https://ohoskin.com/ohoskin-eni-awards/>
- Qiuhan W., *Research on Contemporary Green Clothing Design Based on Ecological Aesthetics*, in *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 294, 2019, p. 485-488.
- Randazzo I., *Smart Clothing” between Fashion and Technology*, in “Visual Culture Studies”, numero monografico 8: *Wearable – I media di cui vestirsi*, pp. 163-172.
- Ratti C., (a cura di), *Intelligens. Natural. Artificial. Collective*, La Biennale di Venezia, Venezia, 2025.
- Ravnløkke L., Bang A., *The Body Stocking: Design Aesthetics and Functionality as a Means for Sustainable Fashion and Textiles*, in *Celebration & Contemplation*, 10th International Conference on Design & Emotion, 27-30 September Amsterdam 2016, pp. 378–386.
- Rinaldi F./ S. Testa, *L'impresa moda responsabile. Integrare etica ed estetica nella filiera*, Egea, Milano 2022.
- Simmel G., *Filosofia della moda* [1910], in Id., *Estetica Sociale*, a cura di A. Pinotti e B. Carnevali, Einaudi, Torino 2020.
- Wilde O., *The Picture of Dorian Gray*, Joseph Bristow (ed.), in *The Complete Works of Oscar Wilde*, vol. 3, Oxford University Press, Oxford 2005.
- Smal D., *Eco fashion: fashion fad or future trend?* In *Image & Text*, 2008, pp. 100-112.
- .