

Parasuli come progetto di upcycling indipendente e delocalizzato di moda in Italia

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.17>

Maria Cristina Falsone¹

¹ *Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli,
mariacristina.falsone@unicampania.com*

Abstract

Questo contributo esamina il caso studio di PARASULI, ¹un progetto di upcycling che trasforma ombrelloni da spiaggia dismessi in capi spalla. La proposta è nata da una *call to action* rivolta a organizzazioni non profit che hanno coinvolto attivamente la comunità locale nel recupero del materiale. La metodologia combina tecniche di riuso ed operazioni sartoriali per scomporre un oggetto utilizzato per scopi pratici in un oggetto di moda. La riflessione inoltre esplora il ruolo del fashion designer indipendente in un contesto non esclusivamente limitato ad un territorio centrale di moda e l'importanza del contributo di una comunità in un processo di design.

Keywords

Upcycling; zero waste; fashion designer indipendente; attivismo.

¹ Chi scrive è l'autore di questo progetto.

1. Il contesto

L'upcycling è un termine frequentemente utilizzato nella progettazione di abbigliamento e nelle discussioni della produzione circolare. La storia dell'upcycling è la storia di come i designer, le produzioni e gli operatori tessili locali rispondono ai problemi globali della moda attraverso azioni coordinate e individuali. Le loro azioni sono informate dai movimenti globali dello *slow fashion*. Fletcher (2008) definisce l'*upcycling* come il processo di trasformare materiali di scarto o prodotti inutilizzati in nuovi di maggiore qualità o valore ambientale. L'*upcycling* può trasformare i rifiuti tessili in prodotti di valore che si definisce come pratica chiave per ridurre i rifiuti e promuovere la sostenibilità. L'*upcycling* si afferma come importante pratica della moda ed è qui inteso come forma di subcultura in relazione al fenomeno vintage che ha interessato il sistema del XXI secolo. Modificare un indumento usato, era una pratica comune, una consuetudine sartoriale molto diffusa nel passato per rinnovare soprattutto capi fuori moda. *Rags 1970* è stata un'importante rivista americana indipendente che documentava e praticava nuove forme di abbigliamento negli anni '70, in opposizione alla massificazione americana sorta alla fine degli anni '50 durante lo sviluppo capitalistico del secondo dopoguerra. Modificare un indumento usato, era una pratica comune, una consuetudine sartoriale molto diffusa nei secoli passati per rinnovare soprattutto capi fuori moda. *Rags 1970*, per esempio, è stata un'importante rivista americana indipendente che documentava e praticava nuove forme di abbigliamento negli anni '70, in opposizione alla massificazione americana sorta alla fine degli anni '50 durante lo sviluppo capitalistico del secondo dopoguerra. L'*upcycling* è un fenomeno attuale nel campo della moda, in continua evoluzione ed attualmente visibile soprattutto nelle produzioni di moda prêt-à-porter e nelle sperimentazioni tessili. Negli ultimi anni è considerato un megatrend ed una pratica attuale di moda sostenibile che riduce la necessità di nuove materie prime e diminuisce l'impatto ambientale dell'industria della moda che si delinea come un termine popolare nel design contemporaneo e un approccio al design della moda che offre la possibilità di commentare e migliorare l'attuale sistema globale di moda insostenibile. (Black, 2012). Questo processo non si limita al tanto necessario riciclo di tessuti di seconda mano, ma, a differenza del riciclo, aumenta il valore di questi materiali scartati e spesso stigmatizzati, creando nuovi e utili modelli di ispirazione. Black evidenzia come i designer contemporanei stiano adottando tecniche di *upcycling* per trasformare vecchi capi di abbigliamento e scarti tessili in nuovi prodotti di alta qualità, promuovendo così un'economia circolare. Questo approccio non solo prolunga la vita utile dei materiali, ma incoraggia anche un cambiamento culturale verso un consumo più consapevole e responsabile. Il processo di upcycling porta a creazioni uniche e innovative, e stimola la creatività dei designer ed in particolare offre ai consumatori prodotti con un valore aggiunto sia estetico che etico. Questo processo non è solo una soluzione pratica ai problemi ambientali dell'industria della moda, ma anche un'opportunità per ridefinire il concetto di lusso e sostenibilità nel settore. Infatti i processi creativi sono fondamentali per il successo dell'*upcycling*. I designer devono essere in grado di vedere oltre il materiale di scarto e riconoscere il potenziale nascosto in ogni materiale. Questo approccio a questo processo richiede una

combinazione di competenze tecniche, immaginazione e innovazione che offre una visione di come i processi creativi e innovativi possano trasformare i tessuti di scarto in prodotti di alto valore. Il suo lavoro sottolinea l'importanza del design non solo come strumento estetico, ma come mezzo per promuovere la sostenibilità e creare un impatto positivo sull'ambiente e sulla società (Early, 2015).

Un oggetto che deve essere etichettato come moda prima di raggiungere lo stato di consumo: deve essere riconosciuto come moda (Kawamura, 2005). Dalla sperimentazione al prodotto finale l'*upcycling* è dunque uno strumento utile per un fashion designer: può allungare la vita di un prodotto e ne definisce una nuova estetica innovativa. L'innovazione infatti è al cuore dell'*upcycling*: innovare significa non solo trovare modi nuovi e sostenibili per utilizzare i tessuti di scarto, ma anche creare prodotti che siano di moda e funzionali soprattutto aggiungendo un nuovo valore allo scarto attraverso la nuova vita del design. Questo valore aggiunto può essere estetico, funzionale o emotivo. I prodotti upcycled non solo recuperano materiale che sarebbe considerato rifiuto, ma lo trasformano in pezzi unici che raccontano una storia. Questo approccio aumenta il loro valore percepito e può contribuire a creare una connessione più profonda tra il consumatore e il prodotto. L'*upcycling* come pratica radicata nel movimento del *fai-da-te (DIY)*, enfatizza il riutilizzo delle risorse locali per creare oggetti di maggior valore, promuovendo il ritorno del ruolo di "prosumer") all'interno di un modello di produzione collaborativa. La metodologia progettuale di un fashion designer legata all'*upcycling* è quindi la capacità di sperimentare con nuove tecniche di lavorazione e design e dare nuova vita ai materiali destinati al rifiuto. La definizione del termine *upcycling* è stata formulata negli anni '90 e deriva dalla combinazione delle parole inglesi "up" (su) e "recycling" (riciclo). La prima apparizione documentata del termine risale al 1994, quando Reiner Pilz, un ingegnere meccanico tedesco, lo utilizzò in un'intervista con Thornton Kay, pubblicata nella rivista "SalvoNEWS". Pilz ha introdotto il concetto di "upcycling" come una pratica superiore al riciclo tradizionale, sottolineando la differenza tra la semplice trasformazione dei materiali in nuovi prodotti di qualità inferiore (downcycling) e la creazione di prodotti con un valore maggiore o migliorato a partire dai materiali di scarto. I prodotti upcycled recuperano materiale che sarebbe considerato rifiuto e li trasformano in pezzi unici che raccontano una storia. Questo aumenta il loro valore percepito e può contribuire a creare una connessione più profonda tra il consumatore e il prodotto. L'*upcycling* come una strategia fondamentale per massimizzare l'utilizzo dei materiali disponibili, eliminando completamente la produzione di rifiuti nel processo di creazione. Questo approccio innovativo non si limita semplicemente a trasformare vecchi capi di abbigliamento o scarti tessili in nuovi prodotti, ma si estende a una filosofia più ampia di progettazione e produzione che mira a sfruttare ogni parte del materiale in modo creativo ed efficiente (Rissanen, 2016). Ripensare a questa pratica, enfatizza il riutilizzo delle risorse locali per creare oggetti di maggior valore, promuovendo così il ritorno al ruolo di prosumer all'interno di un modello di produzione collaborativa e favorendo la condivisione di competenze e materie prime, per la generazione di benefici sociali ed economici. Questa esperienza come strumento da parte dei designer da un lato si definisce come pratica critica e

dall'altro come pratica simbolica in risposta al consumismo di massa perché promuove sostenibilità, creatività e collaborazione comunitaria.

2. Il caso studio

Questo paper approfondisce la nascita del progetto PARASULI ideato da chi scrive. PARASULI è una collezione di *upcycling* di capi spalla riciclati da ombrelloni da spiaggia sviluppata a partire da una call to action, un invito ad un'azione collettiva con un'associazione non profit che si occupa della tutela delle spiagge locali di Agrigento (territorio di provincia siciliano dove è nato il progetto). L'invito suggeriva da un lato un'azione collettiva di protezione di un luogo e dall'altro un'azione da parte di un designer attraverso la creazione di un prodotto di moda da un oggetto recuperato. Dopo la call, il designer è stato contattato da locali che hanno aderito all'iniziativa prestando il loro contributo. Tra questi alcuni hanno portato la copertura del proprio ombrellone (la cui struttura era in disuso) ed hanno chiesto la personalizzazione di un capo. Questa collaborazione è stata fondamentale perché ha permesso al designer di entrare in contatto diretto con chi ha aderito all'azione ed espresso il desiderio di contribuire personalmente. Subito dopo la progettazione del primo prototipo, il designer ha deciso di presentare una collezione sotto un'etichetta che riflettesse appieno i valori della sua identità. Questo percorso ha evidenziato l'importanza della collaborazione nei progetti di moda, poiché, la moda come processo sociale non è il risultato del lavoro di un singolo individuo, ma piuttosto di un collettivo di persone coinvolte nella sua produzione, rendendola un'attività collettiva (Kawamura, 2005). Le collaborazioni possono assumere molte forme, tra cui partnership tra designer, brand, artisti e persino consumatori, rappresentando un mezzo cruciale per l'innovazione, la sostenibilità e la democratizzazione della moda. Queste riflessioni hanno spinto l'autore a considerare il proprio ruolo di fashion designer e a interrogarsi sul significato del termine, ponendosi le seguenti domande:

Queste riflessioni hanno spinto l'autore a considerare il proprio ruolo di fashion designer e a interrogarsi sul significato del termine, ponendosi le seguenti domande:

Chi è un fashion designer indipendente? Quale sono i contributi dei designers in una comunità?

Per comprendere meglio queste domande nel contesto della moda italiana è utile ripensare alla figura del fashion designer che è stata importante per la sua storia nella seconda metà del XX secolo. Il fashion designer infatti ha sempre giocato un doppio ruolo: è stato centrale nel sistema moda, anche se dal ha gradualmente iniziato a perdere potere. Pur non richiedendo un'abilitazione specifica, è profondamente influenzato da dinamiche di legittimazione e riconoscimento nel mondo della moda. Gli stilisti non solo creano immagini attraverso le loro collezioni, ma costruiscono e curano attentamente la propria immagine e il proprio brand.



Figure 1
Call to Action,
PARASULLI, novembre
2022.

Questa doppia funzione di creazione e costruzione dell'immagine è cruciale nel contesto contemporaneo della moda.

Oggi, l'importanza di un network di supporto e collaborativo attorno al fashion designer è cresciuta considerevolmente. Questo network include non solo altri designer, ma anche media, influencer, buyer e consumatori. La connessione e l'interazione all'interno di questo network possono influenzare notevolmente la carriera e il successo di uno stilista. Tuttavia, l'espansione e la complessità di questi network possono anche comportare una perdita di controllo e di potere per lo stilista individuale. Il mito dello "stilista geniale" e autonomo, che opera in isolamento per creare opere straordinarie, viene messo in discussione. La realtà odierna dimostra che il successo di uno stilista dipende sempre più dalla capacità di navigare e gestire le dinamiche di un ampio e articolato network, piuttosto che solo dalla pura genialità creativa. La riflessione attuale si concentra, quindi, sul bilanciamento tra la creatività individuale e le influenze e pressioni esterne generate dal network professionale e mediatico. La figura dello stilista diventa così un nodo all'interno di una rete complessa, dove il riconoscimento e il potere sono il risultato di interazioni e strategie molto più ampie rispetto al passato (Kawamura, 2005). Il fashion designer è una figura lontana dall'idea di genio e fama ma molto vicina a contesti geografici lontani dalle grandi

capitali della moda, anonimi e decentrati (Vaccari, 2014). L'obiettivo delle riflessioni è quello di offrire un'alternativa al modello agiografico della storia della moda, che si basa sulla singolarità delle esperienze di alcuni fashion designer. In questo contesto, lo stilista è visto come una figura sia centrale che decentrata. Specificare il proprio ruolo come progettista della moda è stato il primo passo critico e problematico per definire la prospettiva futura del progetto dell'autrice. Nel capitolo "Iper locale, quasi globale" del libro *What If? Prove di Futuro Moda*, si esplora il ruolo della moda in relazione alla marginalità provinciale, considerata come un nuovo territorio per la creazione di un Made in Italy autentico. L'Italia, con il suo insieme di province, rappresenta un territorio autentico e collegato, soprattutto in relazione al sapere artigianale. Il progetto PARASULI è un esempio di come l'autore ed il progettista affronta sfida tematiche di attivismo vicinie a *Fashion Revolution* il movimento della "Rivoluzione della moda" formato da attivisti che credono in una diversa industria della moda capace di rispettare i diritti umani e l'ambiente in tutte le fasi del ciclo produttivo.

La visione del progetto PARASULI si basa su alcune azioni: Ricercare, Riattivare, Scomporre e Ricomporre, con l'obiettivo di dare valore a ciò che lo ha perso. Il progetto mira a riattivare un segmento della moda attraverso una produzione indipendente, con un oggetto che rappresenta un elemento di moda come il capospalla. Durante la progettazione, il primo prototipo ha suggerito come questi capi potessero essere parte di un'intera collezione. Il cartamodello è stato sviluppato a partire da una giacca maschile dal taglio workwear, trasformata in base alla necessità progettuale della struttura dell'ombrellone. Le forme sono state scomposte e sono stati accostati diversi pesi e grammature delle stoffe, dei pattern e dei colori disponibili per la copertura dell'ombrellone e la collezione. L'approccio zero waste è evidenziato dal recupero dell'intero tessuto in eccesso, utilizzato per creare cappucci removibili che fungono da accessori intercambiabili. Oltre alla sua attenzione al recupero e alla sperimentazione artigianale, PARASULI racconta un immaginario legato alle vacanze estive, creando un oggetto che evoca un racconto.

3. Riflessioni conclusive

Il paper ha cercato di dimostrare come il progetto PARASULI dimostra come materiali di scarto, quali gli ombrelloni da spiaggia dismessi, possano essere trasformati in capi di moda distintivi e sostenibili, promuovendo così principi di economia circolare e design responsabile. La ricerca e l'implementazione di tecniche innovative sono state fondamentali per esplorare il potenziale dei materiali di scarto e per sviluppare un metodo di design che integra creatività e rigore scientifico. Un aspetto cruciale del progetto è il coinvolgimento della comunità di Agrigento. La partecipazione attiva di questa comunità ha non solo fornito materiali preziosi, ma ha anche contribuito a instaurare un senso di appartenenza e responsabilità condivisa verso la sostenibilità ambientale. Questo dimostra che il design della moda può essere concepito come un'impresa collettiva, capace di generare impatti positivi sia a livello locale che globale. Il progetto illustra un modello di consumo moda che promuove una maggiore consapevolezza e responsabilità ambientale. Attraverso il recupero e la

riutilizzazione dei materiali di scarto, il progetto contribuisce alla riduzione dei rifiuti e alla creazione di prodotti caratterizzati da un valore estetico e simbolico aggiunto. In conclusione, PARASULI stimola una riflessione critica sulla concezione e il consumo della moda, proponendo un modello che valorizza le risorse locali, minimizza gli sprechi e coinvolge attivamente le comunità. Questo approccio offre un contributo significativo alla costruzione di un futuro in cui la moda è sinonimo di responsabilità ambientale e innovazione sociale.



Figure 2
PARASULI SS 2024.

Referenze

Black, S., 2012. *The Sustainable Fashion Handbook*. Londra: Thames & Hudson.

Earley, R., 2015. *Upcycling Textiles: Adding Value through Design*. Londra: Routledge.

Fletcher, K., 2008. *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*. Londra: Earthscan.

Kawamura, Y., 2005. *La moda*. Milano: Il Mulino.

Rissanen, T., & McQuillan, H. (2020). *Zero Waste Fashion Design*. Bloomsbury Publishing.

Vaccari, A., 2014. *La moda nei discorsi dei designer*. Roma: Carocci Editore.

Vaccari, A. e Franzo, P., 2018. *What If? Prove di futuro moda*. Milano: Edizioni Clima.