

CORSO DI LAUREA IN
COMUNICAZIONE, MEDIA E
PUBBLICITA'

A.A. 2019/2020

**Modest fashion. La moda
guarda al Medio Oriente tra
lusso e tradizione**

Prova finale di:

ANNA SESANA

Matricola n. 1021469

Docente che ha assegnato
l'argomento

**Prof.ssa a contratto BARBARA
GHIRINGHELLI**



UNIVERSITÀ
IULM

*Alla moda e alla sua ricchezza: che in essa possano
ritrovarsi tutte le diversità di questo mondo.*

Indice

Premessa	1
Modest fashion (r)evolution.....	3
<i>1.1 La modestia religiosa.....</i>	<i>5</i>
1.1.2 Ebraismo.....	6
1.1.3 Cristianesimo.....	7
1.1.4 Islam	9
<i>1.2 Modest fashion per tutti.....</i>	<i>13</i>
Muslim modest fashion	15
<i>2.1 Modest brand musulmani.....</i>	<i>18</i>
2.1.1 Brand musulmani di modest fashion mediorientali	18
2.1.2 Brand musulmani di modest fashion occidentali.....	19
2.1.3 Modest swimwear e sportswear	21
<i>2.2 Modest Fashion Marketing.....</i>	<i>21</i>
2.2.1 Modest Fashion Week	22
2.2.2 Modest Fashion Magazine	25
2.2.3 Social media.....	26
La moda guarda al Medio Oriente	31
<i>3.1 Le Ramadan collection</i>	<i>31</i>
<i>3.2 Le risposte dell'opinione pubblica.....</i>	<i>33</i>
Conclusioni	35
Bibliografia.....	49
Ringraziamenti.....	53

Premessa

In diverse occasioni la moda ha assunto la responsabilità di far emergere questioni e problematiche sociali. Ne sono esempio, la gender fluidity di Gucci, il femminismo di Dior, la collezione a favore del riciclo di Armani e le campagne per fermare il cambiamento climatico di Stella McCartney. In particolar modo, sono diventati temi di grande rilievo l'inclusività e la rivendicazione del corpo della donna. Tale attenzione, congiuntamente alla maggiore consapevolezza del "target" consumatore musulmano come segmento importante dell'industria della moda globale, hanno giovato alla nascita della modest fashion: una moda che non punta sulla sessualizzazione del corpo stereotipato della donna ma, al contrario, lo protegge coprendolo. Che sia stata una decisione ideologica o meramente economica, di fronte all'innalzamento di muri e alla crescente paura di un'invasione culturale, alcuni stilisti hanno deciso di celebrare la diversità tramite collezioni dedicate a chi appartiene a questa cultura, che in occidente per certi aspetti viene temuta e stereotipata, facendo così conoscere la modest fashion nel mondo.

L'obiettivo di questa tesi è di analizzare il fenomeno della modest fashion, indagandone i fondamenti ed esaminando la sua situazione attuale nel particolare contesto del popolo islamico, capofila globale di questo specifico stile. In particolare, ho cercato di portare un nuovo sguardo sulla moda musulmana, così diversa e variegata, ma spesso appiattita e stereotipata dai media occidentali.

L'elaborato comincerà definendo il fenomeno e, attraverso un excursus storico e religioso, indagando la sua ragione genitrice e i relativi paradigmi. Successivamente il focus passerà alla sua particolare espressione nel mondo islamico, analizzando sia la presenza di brand dedicati nel mercato, sia il modo in cui la modest fashion si muove nei principali strumenti di fashion marketing. Infine, la terza parte sarà dedicata a come l'industria della moda tradizionale si è rivolta alla modest fashion e in che modo è venuta incontro alle esigenze di quanti aderiscono a questo stile.

Modest fashion (r)evolution¹

Il termine “*modest fashion*” è letteralmente traducibile come “moda modesta”, e indica uno stile di abbigliamento semplicemente definibile come coprente. A causa dei molteplici aspetti che girano attorno alle ragioni d’essere della modest fashion dare una definizione precisa risulta un’impresa ardua in quanto può variare a seconda della cultura, dell’etnia, della classe sociale, della generazione e di molti altri fattori economico-culturali legati all’individuo. Per fare un esempio, mentre sia ebrei ortodossi che musulmani osservanti si vestono in maniera modesta, i *dress code* differiscono, così come quello di un musulmano saudita ha delle varianti rispetto a quello di un iraniano, o quello di una giovane ragazza appartenente alla Chiesa di Gesù Cristo dei Santi dell’Ultimo Giorno può essere diverso da quello di sua madre. Ciononostante, come spiega l’autrice Hafsa Lodi nel suo libro *Modesty: A Fashion Paradox*, al giorno d’oggi nel mondo nella moda l’attributo “modest” si riferisce a quei capi che genericamente coprono le ginocchia (spesso anche le caviglie), con le maniche che coprono le spalle (alle volte anche i gomiti e i polsi), con una linea morbida, non aderente o scollata. Come sottolinea la scrittrice, “può essere elegante, desiderabile ed estremamente lusinghiero, qualunque sia la forma del tuo corpo, che tu sia musulmano, mormone o che tu non abbia alcuna lealtà religiosa”².

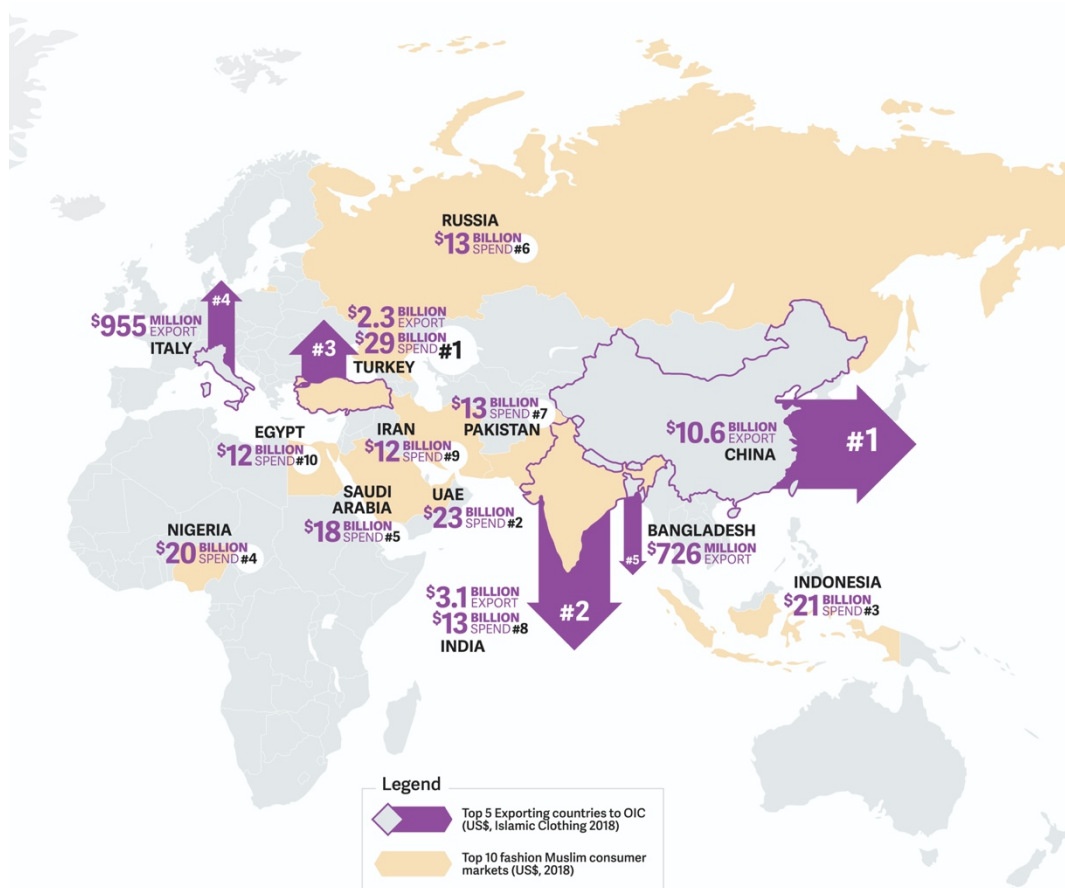
Negli ultimi anni la modest fashion ha avuto una crescita esponenziale e in un solo quinquennio è passato dall’essere un mercato di nicchia ad apparire sulle passerelle delle più conosciute case di moda (vedi Gucci, Max Mara, D&G, Valentino, etc.), fino a ritagliarsi una fetta di mercato tutta sua fatta di consumatori di tutte le fedi ma anche atei, i quali generano annualmente centinaia di miliardi di dollari di introiti per quei marchi che hanno saputo rispondere alla crescente domanda. Secondo il State of Global Islamic Economy Report 2019/20 (report annuale che indaga sugli acquisti fatti dai 1.8 miliardi di consumatori di fede musulmana nel mondo) nel 2018 il valore della modest fashion ha raggiunto i 283 miliardi di dollari, che corrispondono all’11%

¹ Elena Banfi, “Modest Fashion (R)evolution” in *Vanity Fair*, 2017.

² Hafsa Lodi, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020, p. 6.

del mercato globale della moda, valutato 2,5 trilioni di dollari. Questi introiti proverrebbero principalmente da Turchia (con una spesa di 29 miliardi di dollari nel 2018), UAE (23 miliardi), Indonesia (21 miliardi), Nigeria (20 miliardi), Arabia Saudita (18 miliardi), Russia (13 miliardi), Pakistan (13 miliardi), India (13 miliardi), Iran (12 miliardi) ed Egitto (12 miliardi). Invece, i principali esportatori di modest fashion sarebbero Cina (con un export valutato 10,6 miliardi di dollari nel 2018), India (3,1 miliardi), Turchia (2,3 miliardi), Italia (955 milioni) e Bangladesh (726 milioni). Secondo il Report, il mercato della modest fashion vedrà un incremento annuale del 4,8%, arrivando a raggiungere i 402 miliardi nel 2024.

Mapa dei principali paesi esportatori e consumatori di modest fashion



Fonte figura: State of Global Islamic Economy Report 2019/20

1.1 La modestia religiosa

La grande diffusione di questa particolare moda si deve principalmente al fatto che il concetto di modestia è ben radicato nelle tre religioni del Libro (ebraismo, cristianesimo e islam) e viene quindi praticato da centinaia di milioni di credenti in tutto il mondo. Nei testi sacri la modestia è presentata come un sentimento interiore che deve rispecchiarsi anche nella presentazione esteriore, e ciò si traduce più concretamente in hijab e burqa per i musulmani, lunghe gonne e parrucche per gli ebrei ortodossi e *prarie skirts*³ per i mormoni. Nonostante nelle Scritture i termini e la semantica varino, il messaggio rimane quello di non esibire il corpo e le ricchezze materiali e viene sempre posto un particolare focus sulla donna, la cui modestia ha lo scopo di preservare la sua castità dall'uomo, che si presume sia facilmente vulnerabile alla tentazione. Questa somiglianza può essere attribuibile al fatto che le tre religioni monoteiste, anche se in momenti diversi, sono sorte nella stessa terra e hanno le loro radici nelle stesse tradizioni. Questa affermazione è particolarmente vera per l'usanza del velo, che da sempre ha avuto un valore prettamente funzionale nel contesto geografico-climatico dell'area, infatti veniva usato principalmente nelle zone desertiche per proteggersi da sabbia, vento e sole, per questo era condiviso allo stesso modo da donne e uomini. Lo portavano le sacerdotesse nei primi insediamenti nell'area mesopotamica fra il Tigri e l'Eufrate, lo portavano i faraoni egizi come simbolo di potere, era imposto alle donne assire e sumere come segno di sottomissione alla divinità, era anche in uso nell'Antica Grecia e veniva indossato sopra la stola dalle spose e dalle matrone nell'Impero Romano, così come dalle donne cristiane e bizantine, dalle donne abbienti dell'impero persiano sassanide e dalle donne di rango elevato delle tribù arabe. Nella Penisola Araba si è cominciato ad indossarlo fuori dalle aree desertiche solo in tempi che poco precedono l'Islam e veniva portato dalle donne ben sposate e agiate come segno distintivo dello status sociale ed economico. In seguito con le religioni monoteiste questo oggetto di uso comune ha assunto un significato simbolico, che varia lievemente a seconda della religione professata, rappresentando per tutti un segno di modestia e di rispetto nei confronti

³ Stile di gonna americano leggermente svasato e con una o più balze.

di Dio, con l'aggiunta di una "separazione spirituale" tra il celeste e il reale nel caso dei musulmani. Il biblista statunitense Daniel B. Wallace scrive: "la cosa importante da notare è che la chiesa primitiva adottò una convenzione già in uso nella società e le diede una tonalità tipicamente cristiana"⁴.

Nei tre paragrafi che seguono introdurremo il legame della modest fashion con il valore religioso della modestia nelle tre religioni rivelate, che verranno presentate in ordine cronologico.

1.1.2 Ebraismo

Per gli ebrei il concetto di modestia è associato al tratto caratteriale dell'umiltà, che appare nella Tanakh in due diverse occasioni sotto il termine "*tzniut*". La prima volta si trova nel Libro di Michea 6:8, che dice: "uomo, ti è stato insegnato ciò che è buono e ciò che richiede il Signore da te: praticare la giustizia, amare la pietà, camminare umilmente con il tuo Dio". La seconda, invece, è nel Libro dei Proverbi 11:2, dove si legge: "viene la superbia, verrà anche l'obbrobrio, mentre la saggezza è presso gli umili". L'umiltà è particolarmente importante per gli ebrei anche perché nel Libro dei Numeri 12:3 il liberatore del popolo d'Israele Mosè viene descritto come "[...] un uomo molto umile, più di ogni altro uomo sulla faccia della terra".

Il termine *tzniut* viene anche utilizzato per indicare le leggi ebraiche relative alla condotta, soprattutto quelle leggi che regolano le relazioni e i comportamenti tra i sessi. Per quanto riguarda l'abbigliamento, la *tzniut* richiede un vestiario che non enfatizzi le forme del corpo e che non attragga eccessivamente l'attenzione. La scrittrice ebrea Gila Manolson descrive lo scopo della *tzniut* come:

"Avere un bell'aspetto, ma senza ostentare te stesso. Ciò ti spinge a minimizzare il tuo corpo per rivelare la tua anima. Questo non significa indossare abiti informi e

⁴ Daniel B. Wallace, "What is the Head Covering in 1 Cor 11:2-16 and Does it Apply to Us Today?" in *Bible.org*, 2004.

scialbi. Significa essere attraente in un modo che attira l'attenzione oltre la tua fisicità sulla tua personalità".⁵

Generalmente gli abiti maschili devono coprire i gomiti e le ginocchia, ma le indicazioni variano da comunità a comunità. Sotto questo punto di vista il gruppo più radicale è quello degli uomini Haredi⁶, i quali indossano unicamente pantaloni lunghi e maniche larghe e alcuni evitano persino l'utilizzo dei sandali se non quando indossati con le calze. Per le donne che rispettano le leggi religiose ebraiche, invece, le magliette devono coprire almeno gomiti e clavicola e le gonne non devono rivelare le ginocchia né quando in posizione eretta né quando in posizione seduta. Inoltre, dato che la vista dei capelli di una donna potrebbe essere per l'uomo uno stimolo sessuale, dopo il matrimonio le ebre ortodosse cominciano a coprire i propri capelli con cappelli e berretti, parrucche (*sheitel*), foulard (*mitpachat* o *tichel*) o una particolare retina per i capelli chiamata *snood*. Mentre a coprirsi il capo sono solo le donne appartenenti alle comunità più ortodosse, per tutti gli uomini è rimasta l'usanza di coprirsi il capo con la *kippah* almeno all'ingresso in sinagoga.

1.1.3 Cristianesimo

Così com'era per gli ebrei e come sarà per i musulmani, per i cristiani la modestia dev'essere prima di tutto un sentimento interiore che deve poi riverberarsi in ogni aspetto della vita, tra cui il vestiario. Questo concetto è esplicitamente espresso nel passaggio della Prima lettera di Pietro 3:3-4: "il vostro ornamento non sia quello esteriore, che consiste nell'intrecciarsi i capelli, nel mettersi addosso gioielli d'oro e nell'indossare belle vesti, ma quello che è intimo e nascosto nel cuore, la purezza incorruttibile di uno spirito dolce e pacifico, che agli occhi di Dio è di gran valore". E nonostante al giorno d'oggi siano poche le comunità cristiane che richiedono un vestiario modesto, il Nuovo Testamento è piuttosto esplicito su questo punto ed è

⁵ Gila Manolson, *Outside/Inside: A Fresh look at Tzniut*. USA: Targum Press, 1997, p. 43.

⁶ Anche chiamati Charedi, si tratta di un gruppo di ebrei ultraortodossi istituzionalmente omogeneo, ma comprendente una diversità di orientamenti spirituali e culturali.

possibile trovare indicazioni piuttosto precise nella Prima lettera a Timoteo 2,9-10, dove la modestia non si ferma al non ostentare il proprio corpo ma richiede anche di non ostentare le proprie ricchezze materiali: “[...] le donne si vestano in modo decoroso, con pudore e modestia: non di trecce e d'oro o di perle o di vesti lussuose, ma di opere buone, come si addice a donne che fanno professione di pietà”. Come anticipato, nel Nuovo Testamento vi è anche un passaggio che si riferisce all'usanza di coprirsi il capo. Si trova nella Prima lettera di Paolo di Tarso ai Corinzi al punto 11:4-6: “ogni uomo che prega o profetizza a capo coperto fa disonore al suo capo; ma ogni donna che prega o profetizza senza avere il capo coperto fa disonore al suo capo, perché è come se fosse rasa. Perché se la donna non ha il capo coperto, si faccia anche tagliare i capelli! Ma se per una donna è cosa vergognosa farsi tagliare i capelli o radere il capo, si metta un velo”. Al significato ebraico di sottomissione a Dio, si aggiunge al velo il significato di sottomissione al marito e all'uomo in generale: “Poiché, quanto all'uomo, egli non deve coprirsi il capo, essendo immagine e gloria di Dio; ma la donna è la gloria dell'uomo. perché l'uomo non viene dalla donna, ma la donna dall'uomo; e l'uomo non fu creato per la donna, ma la donna per l'uomo. Perciò la donna deve, a causa degli angeli, avere sul capo un segno di autorità” (1Corinzi 11:7-10). Dal Medioevo in poi le donne cristiane si sono gradualmente liberate di questa pratica, rimasta solo nel momento del matrimonio, nella figura clericale delle suore e, fino a qualche decennio fa, nel momento della celebrazione della messa. Ciò è comunemente accettato anche perché vige l'idea per la quale “il velo viene annullato in Cristo” (2Corinzi 3:14), ovvero che il sacrificio di Cristo in croce e la sua celebrazione durante l'eucarestia sia sufficiente per avere libero accesso alla presenza di Dio, rendendo il velo superfluo. Ciò è supportato dal fatto che, secondo numerose interpretazioni, un altro tipo di velo, ovvero il “velo del Tempio” (Marco 15:38 e Matteo 27:51) che si squarcia alla morte di Gesù, simboleggerebbe la fine della separazione fra Dio e gli uomini, eliminando ogni ostacolo alla comunicazione con Dio.

Nonostante la pratica del velo sia andata perduta, nella tradizione cristiana è chiaramente rimasto un relativo senso di modestia nel tipo di abbigliamento accettabile per partecipare a messe e funzioni religiose. Infatti, tanto ai fedeli quanto ai semplici turisti, per entrare in chiesa agli uomini è richiesto di non indossare

pantaloni corti e alle donne di avere le spalle coperte e indossare abiti e gonne di una certa lunghezza.

Un sentimento di modestia più forte è invece presente in alcune comunità cristiane con osservanze particolarmente ortodosse quale quella della Chiesa di Gesù Cristo dei Santi degli Ultimi Giorni, sul cui sito ufficiale si legge:

“Oltre a evitare indumenti rivelatori, dovremmo evitare gli estremi di abbigliamento, aspetto e acconciatura. Nell'abbigliamento, nell'acconciatura e nei modi, dovremmo essere sempre ordinati e puliti, mai sciatti o informali in modo inappropriato. Non dobbiamo sfigurarci con tatuaggi o piercing. Le donne che desiderano farsi i buchi alle orecchie dovrebbero indossare solo un paio di orecchini modesti”.⁷

Tra i mormoni, le linee guida per le donne mormone richiedono che gli indumenti coprano il petto, le spalle e le ginocchia e vietano tassativamente i pantaloni rifacendosi al passaggio biblico Deuteronomio 22:5 in cui si legge: “la donna non si vestirà da uomo, né l'uomo si vestirà da donna; poiché chiunque fa tali cose è in abominio all'Eterno, il tuo Dio”.

1.1.4 Islam

Nella religione musulmana la parola *haya* è comunemente usata per rappresentare la modestia e include l'essere rispettabile e riservato coi membri dell'altro sesso, senza volgarità nel linguaggio e senza contatto fisico. Questa parola compare due volte nel Corano e viene citata in diversi *hadith*⁸, secondo i quali il profeta Maometto l'avrebbe definita come uno dei molti “rami della fede”.

I passaggi del Corano a cui più comunemente ci si riferisce quando si tratta di modestia nel vestiario sono le Sure Al-Ahzab 33:59 e An-Nur 24:30-31, ovvero quei passaggi che esplicitamente si riferiscono all'usanza del velo nelle donne. Nella Surah Al-Ahzab 33:59 si legge: “O Profeta, di' alle tue spose, alle tue figlie e alle donne dei

⁷ The Church of Jesus Christ of Latter-Day Saints, *Gospel Topics*.

⁸ Racconti relativi ai detti o fatti della vita del Profeta Maometto riportati in seguito.

credenti di coprirsi dei loro veli (*jalâbib*), così da essere riconosciute e non essere molestate. Allah è perdonatore, misericordioso”. Il velo a cui si accenna è un mantello, un lungo scialle già in uso fra le donne di rango elevato a Mecca, ma abbandonato quando la prima Umma⁹ si è trasferita a Medina. In ogni caso, più che un obbligo giuridico, questo pare essere un consiglio, un monito fornito da Allah in modo che le credenti siano distinguibili e che vengano tutelate da insulti e aggressioni, frequenti visti i molti conflitti di quel periodo. Secondo alcune traduzioni¹⁰, sarebbe più preciso interpretare questo monito come un riferimento alla lunghezza del vestiario, che dovrebbe coprire il corpo e le gambe, ma senza riferimenti al capo. Invece, la Surah An-Nur 24:30-31 è più specifica e dice: “Di’ ai credenti di abbassare il loro sguardo e di essere casti. Ciò è più puro per loro. Allah ben conosce quello che fanno. E di’ alle credenti di abbassare i loro sguardi ed essere caste e di non mostrare, dei loro ornamenti, se non quello che appare; di lasciar scendere il loro velo (*khumur*) fin sul petto e non mostrare i loro ornamenti ad altri che ai loro mariti, ai loro padri, ai padri dei loro mariti, ai loro figli, ai figli dei loro mariti, ai loro fratelli, ai figli dei loro fratelli, ai figli delle loro sorelle, alle loro donne, alle schiave che possiedono, ai servi maschi che non hanno desiderio, ai ragazzi impuberi che non hanno interesse per le parti nascoste delle donne”. Il versetto 31 introduce l’obbligo per le donne di indossare un velo che copra testa e seno nel momento in cui dice loro di portare fino al petto i loro *khumur*, i quali secondo gli studiosi erano dei pezzi di stoffa che le donne erano solite indossare legando i due estremi dietro il collo, esponendo così orecchie e petto.

Si può affermare che nel Corano non vi sono imposizioni per quanto riguarda l’abbigliamento (se non qualche consiglio su quanto è opportuno), mentre queste sono state introdotte successivamente e sono frutto della dottrina delle diverse scuole di pensiero. Queste imposizioni variano a seconda della regione geografica e della scuola di pensiero predominante. In generale le vesti vietate sono quelle che rivelano le parti intime (e quindi abiti troppo stretti o trasparenti), quelle che rendono l’uomo simile alla donna e viceversa, quelle che imitano i vestiti dei miscredenti o che contengono simboli di altre religioni, quelle troppo eccentriche o stravaganti e le vesti

⁹ Termine del Corano che indica la comunità dei musulmani mondiale.

¹⁰ Traduzioni G. Mandel e Ziliograndi.

prodotte con eccesso o spreco. Per quanto riguarda gli uomini, nell'Islam è loro consigliato di mantenere apparenze modeste evitando di indossare oro, grandi anelli, disegni colorati (in modo tale che gli altri non siano distratti durante la preghiera) e tessuti di seta, come viene riportato in diversi *hadith*. Il colore indicato è il bianco in quanto ritenuto il colore più puro e nel vestirsi bisogna ricercare purezza e non ostentazione. Gli uomini devono indossare pantaloni non stretti in modo da non mostrare parti del corpo tranne che caviglie, che vanno lasciate scoperte. Questo divieto è imposto dai teologi in quanto secondo loro con dei pantaloni troppo aderenti non si sarebbe in grado di adorare correttamente Allah, e di conseguenza la preghiera non sarebbe valida. Mentre, se s'indossa una tunica, questa deve essere lunga fin sotto i talloni. La barba è obbligatoria e solo i baffi possono essere tagliati. Per le donne le interpretazioni tradizionali del termine *haya* includono l'evitare il profumo, cosmetici e gioielli alla presenza di uomini che non siano parenti stretti. È invece ancora acceso il dibattito su quali parti del corpo una donna dovrebbe coprire e quindi quale tipo di velo dovrebbe portare. Come fa notare in un articolo a riguardo 'Alī M. Scalabrin, la Surah An-Nur 24:31 dice alle donne di “non mostrare, dei loro ornamenti, se non quello che appare”, e quindi di non coprire ciò che all'epoca era consueto mostrare, ovvero il viso ma anche mani e piedi, escludendo quindi la necessità di abiti come il *burqa* e il *niqab*. Nel suo articolo, 'Alī M. Scalabrin esprime anche un altro aspetto rilevante:

“Ma ciò che è importante tenere presente è che l'esortazione divina (non l'obbligo), nei confronti delle donne credenti, si limita alla copertura tramite *'jilbâb'* o tramite *'khimâr'* già pre-esistenti e consuetudinari, delle gambe (il primo) e del petto (il seno, il secondo), parti ritenute sensibili dell'attenzione altrui maschile, e quindi da proteggere con copertura. La copertura del capo, essendo consuetudinaria nel vestito stesso, per le donne socialmente di rango elevato, non fa parte del contesto religioso. È anche vero che nulla avrebbe impedito lo specificare che tale copertura riguardasse il capo delle donne, piuttosto del seno e delle gambe, invece specificati espressamente nel Corano. [...] Inoltre, nell'intero Libro, non vi è menzione specifica alcuna di *'copricapo'*, o comunque qualcosa vada indossato al di sopra del capo, ma bensì un'esortazione alla pudicizia femminile nell'evitare di mostrare il seno e le gambe, mediante semplici accorgimenti nel vestiario. In un quadro di chiara

liberazione della condizione femminile pre-Islamica, l'uso di un velo (inizialmente rivolto alle sole mogli del profeta), con la rivelazione medinese non si inquadra in un contesto repressivo, ma anzi, viste le condizioni, direi più tutelativo, tanto che ha fatto pensare scrittrici famose come Fatima Mernissi che tale precetto non fosse altro che un consiglio del secondo califfo 'Omar ibn al-Khattāb, compagno del Profeta, svincolandolo dal concetto di dogma divino. Il piano generico e aleatorio su cui poggiano questi versetti suggerisce un livello dogmatico alquanto debole, permissivo, e liberale a livello coranico, (a confronto con il livello di proibizione come la carne di maiale, ad esempio), che preso da solo, senza altre fonti di diritto islamico, lascia piena libertà alla donna, creandosi una propria moralità e una propria modestia nelle proprie scelte. Non viene specificato, infatti, la lunghezza dell'abito stesso, non si specifica la copertura totale del corpo e non vengono creati abiti nuovi, ma vengono descritti due (e solo due) abiti già presenti prima dell'Islam".¹¹

Come per le altre religioni rivelate, nell'Islam il concetto di modestia più che un determinato codice d'abbigliamento è prima di tutto un atteggiamento spirituale. Si può infatti notare che il velo oggi più comune tra le donne musulmane, ovvero l'*hijab*, non compare nel Corano come un capo d'abbigliamento bensì come un velo metaforico che separa i credenti dalla mondanità, un distacco che permette di dominare passioni e desideri per dedicarsi a Dio. È per questo che molti preferiscono parlare di “hijab dello sguardo”, ovvero un celare allo sguardo abbassandolo volontariamente. Questo principio si basa sull'ultima Surah sopra citata, nella quale Allah ordina, attraverso al Profeta Maometto, tanto agli uomini quanto alle donne di “abbassare il loro sguardo e di essere casti”. Inoltre, nel Corano Allah si riferisce prima di tutto agli uomini dicendo loro di avere un comportamento pudico e casto, solo in seguito si rivolge alle donne con la stessa ammonizione e con la richiesta di coprirsi.

¹¹ 'Alī M. Scalabrin, “āḷ-Hijāb: Il significato spirituale del velo islamico” in *Islam Italia*, 2011.

1.2 Modest fashion per tutti

Nonostante al fronte di questo fenomeno si trovino principalmente giovani talenti guidati da motivi religiosi, il modest dressing ha da tempo superato i confini spirituali per inserirsi in diversi contesti che trascendono la fede.

Uno di questi contesti è la lotta femminista per la riappropriazione dell'immagine del corpo femminile, che negli ultimi decenni ha subito una forte e prepotente sessualizzazione, soprattutto nel campo della moda. Nelle parole della designer di modest fashion franco-algerina Faiza Bouguessa:

“Penso che poiché c'è stata così tanta sessualizzazione dei corpi delle donne per molti anni, con il porno-chic di Tom Ford e questo tipo di momenti nella moda, le donne ora si stanno riappropriando dei loro corpi - vogliono sentirsi come se possedessero i loro corpi e vogliono dimostrare di apprezzare la moda ma, allo stesso tempo, non permetteranno ad altre persone di controllarli; vogliono avere il controllo”.¹²

Negli ultimi anni anche star come Alexa Chung, Mandy Moore, Blake Lively ed Emma Stone hanno fatto la loro comparsa ad eventi e cerimonie fasciate in abiti e completi meno rivelatori. Proprio per la sua diffusione sui red carpet degli ultimi anni, questo fenomeno è anche stato associato da alcuni critici della moda al movimento #MeToo, sorto nel 2017 dopo le denunce di violenze e molestie sessuali fatte da diverse attrici nei confronti di colleghi e registi. Tra queste voci vi è il *New Yorker*:

“Forse non è un caso che questa ‘cosa alla moda super conservatrice’, come ha detto uno stilista, sia decollata in un momento in cui le dinamiche del potere sessuale vengono drammaticamente messe in discussione”.¹³

Ma a questo proposito, *Harper's Bazaar* apporta una riflessione interessante:

¹² Hafsa Lodi, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020, p. 26.

¹³ Anna Russel, “Batsheva Hay Rethinks the Traditions of Feminine Dress” in *The New Yorker*, 2018.

“È possibile attribuire questo spostamento verso la modestia come una reazione sartoriale al recente attacco di molestie sessuali e accuse di aggressione. Davvero le donne sono così stupefatte di avere i loro corpi oggettivati da usare i vestiti come armatura tra loro e il resto del mondo? È un'idea che è stata lanciata nella stagione autunno inverno '18, ma sembra eccessivamente semplicistico e non del tutto accurato attribuire a Weinstein e alle sue coorti un cambiamento nel panorama della moda. [...] Sarebbe profondamente disfattista ammettere che le donne avrebbero scelto di coprire i loro corpi in risposta all'incapacità degli uomini di rispettarli. La maggior parte delle donne che lavorano nella moda sono profondamente consapevoli che le donne tendono a vestirsi per sé stesse, non per gli uomini, e sarebbe un peccato presumere che #MeToo abbia causato il cambiamento. Mi chiedo, tuttavia, se le donne stiano iniziando a mettere in discussione la linea femminista secondo cui vestirsi in modo apertamente sessuale è intrinsecamente femminista”.¹⁴

Uno sguardo alternativo è quello di Alia Khan, fondatrice e presidente dell'Islamic Fashion and Design Council (IFDC). Secondo l'imprenditrice nella propria vita tutti si rivolgono alla modest fashion, che sia abitualmente, sporadicamente o anche solo per un momento. Nel fare un esempio, Alia si riferisce a quelle occasioni particolari che potrebbero richiedere un certo livello di sobrietà, come potrebbero essere un colloquio di lavoro o un pranzo dai nonni¹⁵.

Per concludere, abbiamo visto che nelle religioni del Libro (ebraismo, cristianesimo e islam) le prescrizioni relative al vestiario sono molto deboli nelle fonti, mentre sono enfatizzate solo in alcune interpretazioni e che oggi la modest fashion viene fatta propria anche da movimenti laici che affermano la dignità della donna. Nei prossimi capitoli analizzeremo in dettaglio come tutto questo si attualizza nel mondo islamico mediorientale e internazionale.

¹⁴ Grace O'Neill, “The Return of Modesty: How Covering Up Became the New Showing Off” in *Harper's Bazaar*, 2018.

¹⁵ Hafsa Lodi, “Pret-A-Cover: A new approach to modesty” in *Mojeb Magazine*, 2018.

Muslim modest fashion

La modest fashion è prerogativa di culture, movimenti e linee di pensiero diversi tra loro, ma tutti accumulati da un senso del pudore in diversa misura forte e tradizionale. Tra tutti, i musulmani sono coloro che lo percepiscono più vigorosamente e forse proprio per questo sono tra i più attivi in questo campo. Nelle altre tradizioni religiose la modestia è una peculiarità solo di determinate comunità e tra i laici è un sentimento ancora agli arbori, mentre tra i seguaci dell'Islam la modestia è un fondamento che può trovare interpretazioni diverse, ma che è sempre presente sotto qualche forma. Essa, però, non ha trovato la stessa espressione durante i diversi periodi storici. Soprattutto per quanto riguarda l'uso del velo, lo storico della moda Daniel James Cole afferma che stiamo assistendo a una "oscillazione culturale del pendolo"¹⁶. Per alcuni paesi questo vuol dire un ritorno dell'uso dell'indumento dopo che era stato abbandonato qualche generazione prima, mentre per altri indica un disfarsi da esso. In Turchia negli anni '60 e '70 il velo era costume delle classi sociali più basse, fino a quando nel 1980 fu bandito in seguito al colpo di stato militare. L'indumento è stato quindi reintrodotta nel 2013 e, anche se molte istituzioni hanno continuato a vietarne l'uso per molto tempo, questo è diventato d'uso comune soprattutto tra le studentesse universitarie e tra le donne più abbienti, anche in conseguenza della politica perseguita del presidente Erdoğan. In Iran, invece, il divieto dell'utilizzo dell'*hijab* risale al 1935 e decadde solo dopo la destituzione dell'ultimo Scià di Persia Mohammad Reza Pahlavi nel 1979. Dopo la rivoluzione islamica del 1980 l'uso dell'*hijab* divenne obbligatorio e solo con il nuovo secolo si è assistito ad una moderatizzazione, anche se la legge richiede ancora alle donne di indossare abiti ampi e di portare il capo coperto. Tra i paesi mediorientali l'Egitto è uno dei più filooccidentali e ciò si deve alla politica secolare perseguita dai governi durante tutto il XX secolo. Negli anni '70 si è spontaneamente ripreso ad indossare il velo, un'inversione di rotta che può essere associata alla perdita di fiducia nel governo egiziano dopo la sconfitta nella guerra arabo-israeliana e al ritrovamento di ideali nella Fratellanza Musulmana. Al contrario,

¹⁶ Hafsa Lodi, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020, p. 79.

in Arabia Saudita fin dai tempi della fondazione della monarchia nel 1932 la legge ha richiesto alle donne di indossare l'*abaya*¹⁷ e un copricapo. Si è assistito ad un cambiamento solo nel 2018 quando l'attuale principe ereditario Mohammed Bin Salman durante un'intervista alla CBS ha affermato:

“Le leggi sono molto chiare. È stabilito dalle leggi della Sharia che le donne indossino abiti dignitosi e rispettosi come gli uomini. Questo, tuttavia, non specifica in particolare un *abaya* nero o un copricapo nero. La decisione è interamente lasciata alle donne per decidere quale tipo di abbigliamento decente e rispettoso sceglie di indossare”.¹⁸

Proprio a queste oscillazioni culturali è attribuibile l'insorgere nel mercato di molti brand di modest fashion durante gli ultimi cinque anni. Da una parte, l'attenuazione delle norme restrittive riguardanti l'abbigliamento dei paesi mediorientali a seguito della Primavera Araba ha permesso tanto ai consumatori quanto ai designers di allargarsi e sperimentare, di scoprire un nuovo abbigliamento e di modernizzare gli abiti tradizionali, introducendo colori e fantasie. D'altra, invece, vi è il boom della modest fashion, un'espansione globale attribuibile solo alla particolarità dei millennials musulmani. Questi giovani vengono chiamati anche “generazione M”, un termine coniato dall'autrice Shelina Janmohamed nel libro *Generation M: Young Muslims Changing the World*, dove si può leggere:

“Sotto l'ombra oscura dell'11 settembre, i nostri giovani musulmani sono cresciuti sotto un intenso scrutinio globale. Ma invece di nascondersi, la generazione che ne è risultata è appassionata della propria fede e orgogliosamente si identifica come musulmana. Sono ardenti nel difendersi da ciò che credono siano i malintesi sui musulmani, allo stesso tempo vedono la loro fede come qualcosa che li rafforza. Considerano come il loro ruolo l'essere ambasciatori della loro fede”.¹⁹

¹⁷ Sopravveste femminile lunga fino ai piedi.

¹⁸ Brit McCandless Farmer, “Saudi women, unveiled” in *CBS News*, 2018.

¹⁹ Shelina Janmohamed, *Generation M: Young Muslims Changing the World*. Londra: IB Tauris, 2016, p. 12.

Essi sono stati la forza trainante che ha portato alla ribalta della modest fashion cercando di combattere i sentimenti islamofobici e, allontanandosi dalle norme tradizionali, formare la propria definizione di cosa voglia dire essere un giovane musulmano di oggi. In particolare, Janmohamed dice delle donne:

“La moda è uno dei mezzi con cui queste giovani donne affermano la propria espressione di sé ed identità. Parte della motivazione è quella di dimostrare apertamente che sono ‘normali’ come tutti gli altri, che non sono oppresse o rese anonime”.²⁰

Ciò che queste donne sostengono è che andare contro la moda mainstream per coprirsi rispettando la propria fede e le proprie tradizioni non deve necessariamente escludere l'averne un aspetto elegante: “stiamo dicendo che la modestia può essere tante cose diverse, che può essere ambita da così tante donne diverse e che può essere fresca, bella ed elegante e tutto ciò che una donna desidera”²¹. Per loro è prima di tutto importante mostrare la propria devozione a Dio, ma, mentre coprire i propri corpi e i propri capi viene percepito in Occidente come la rinuncia a dimostrare la loro bellezza, in realtà non è così. Un *hadith* recita “Allah è bello e ama la bellezza”: questo per le fedeli è uno stimolo ad apparire belle, senza però ostentare la loro sensualità di fronte agli uomini ed essere provocatorie. Per questo le donne musulmane amano vestirsi alla moda, anche se spesso le loro *mise* restano coperte sotto l'*abaya*. Per dar loro la possibilità di mostrarle si sono diffusi eventi per sole donne, dove l'assenza di uomini permette di indossare abiti più rivelatori. Ad esempio, nei paesi arabi diversi parchi acquatici tengono serate dove staff e ospiti sono tutti donne, permettendo anche alle più conservatrici di vestire il costume che preferiscono e non per forza il *burkini*. Un altro tipo di evento in cui è possibile vestire più liberamente sono i matrimoni quando l'evento è segregato tra uomini e donne, con le donne che arrivano coperte nell'*abaya* che tolgono una volta separate dagli uomini.

²⁰ Shelina Janmohamed, *Generation M: Young Muslims Changing the World*. Londra: IB Tauris, 2016, p. 228.

²¹ Liana Satenstein, “This Startup Founder Will Change the Way You Think About Modest Fashion” in *Vogue*, 2017.

2.1 Modest brand musulmani

2.1.1 Brand musulmani di modest fashion mediorientali

Una caratteristica delle case di moda mediorientali è la loro tendenza a modernizzare silhouette tradizionali incorporandole con elementi occidentali, ma non solo: molti designers introducono nelle proprie collezioni pezzi che sembrano provenire dalle passerelle delle grandi capitali della moda, con qualche adattamento per adeguarli alle esigenze della modest fashion.

Un esempio calzante di questo approccio alla modest fashion è il brand di Arwa Al Banawi, lanciato nel 2015 con una collezione centrata sul *power suit* e che oggi presenta decine di capi ispirati all'*abaya*, tra cui lunghi blazer, giacche maxi e magliette-vestito. È Arwa stessa ad ammetterlo in un'intervista con la scrittrice Hafsa Lodi:

“[L'abaya] è stata un'enorme fonte d'ispirazione nei miei design poiché ho preso come una sfida modernizzarlo per tutti e renderlo bello e facile da indossare anche per le donne non arabe”.²²

Anche la graphic designer emiratina Fatma Al Mulla ha preso questa strada quando nel 2014 ha cominciato a disegnare abiti dalla forma che riprende il tradizionale caftano, ma con stampe audaci e vivaci ispirate alla cultura pop araba.

Uno dei più famosi brand modest viene però da Giacarta, fashion capital dell'Indonesia e uno dei principali centri per la moda musulmana. Si tratta di Dian Pelangi, che con 5 milioni di seguaci su Instagram è una celebrità nel mondo della modest fashion ed è stato uno dei brand esposti alla Contemporary Muslim Fashions al de Young Museum di San Francisco, prima grande mostra americana dedicata alla modest fashion e un momento di orgoglio per i musulmani americani che raramente assistono a celebrazioni di così alto profilo della loro cultura e fede.

Con Dian Pelangi, a San Francisco era presente anche Faiza Bouguessa, marchio che porta il nome della sua fondatrice e che ha sede a Dubai. Il pezzo forte della designer franco-algerina sono i suoi *abaya* dal taglio elegante e moderno e con

²² Hafsa Lodi, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020, p. 121.

un'estetica pulita di ispirazione europea che ogni tanto presenta sottili accenni a elementi orientali come una scollatura ispirata a quella dei caftani o motivi con strisce dorate. Nelle sue collezioni sono presenti anche vestiti, gonne e camicioni con un design la cui caratteristica principale è la non ostentazione della modestia: “Quando guardi ai miei progetti, non è ovvio che sono modesti e questo è il mio intento”²³. Ciò è fondamentale per Faiza Bouguessa, che per il suo brand prevede un'espansione globale che va oltre l'abbigliamento modest. Un grande passo avanti verso quest'obiettivo è stato fatto quando nel 2015 è stata invitata a partecipare alla Milan Fashion Week e la consacrazione è arrivata quando due sue creazioni sono state indossate dalla popstar Beyoncé.

2.1.2 Brand musulmani di modest fashion occidentali

Come spesso accade, le iniziative imprenditoriali nascono da una domanda del mercato, e solo recentemente in occidente si sono sviluppati nuovi brand di modest fashion per andare incontro alle consumatrici.

Ciò che ha spinto Deanna Khalil, una giovane musulmana americano-palestinese cresciuta a Chicago, a fondare il marchio Abaya Addict è stata la difficoltà di trovare nel mercato dei capi adatti alle sue necessità:

“Mi piaceva un vestito solo per scoprire che aveva degli enormi spacchi; mi piaceva una stampa su una maglietta a maniche lunghe, ma dovrei tenerla nascosta sotto un cardigan a maniche lunghe. [...] quando ho compiuto venticinque anni, ero stufa e stanca di questo. Fare shopping era una seccatura e vestirsi era come un puzzle”.²⁴

Trasferitasi a Dubai col marito, Deanna ha cominciato a crearsi da sola i vestiti con le stoffe che comprava al mercato, ricevendo molti complimenti da amiche e parenti che l'hanno spinta ad aprire una pagina Facebook prima e un'azienda in seguito. Con lo slogan “modesty never looked so good”, AbayaAddict.com si è presto espanso e nel 2017 ha spostato la sede negli Stati Uniti, dove la maggior parte della sua clientela

²³ Hafsa Lodi, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020, p.127.

²⁴ Hafsa Lodi, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020, p. 105.

risiede e dal 2019 è presente anche in alcuni negozi selezionati della catena di distribuzione americana Macy's.

Nel flagship store Macy's di New York è possibile trovare anche le collezioni di Verona, brand di modest fashion pensato da Lisa Vogl e Alaa Ammuss per dare forma ad ogni interpretazione di modest fashion, islamiche e non. Lisa e Alaa sono state le prime stiliste musulmane a vendere *hijab* in una grande catena di distribuzione americana, e dal 2019 i loro capi sono presenti anche su ASOS, uno dei più grandi rivenditori di moda online.

Anche Haute Hijab, uno dei più famosi venditori di veli, è nato da una necessità della sua fondatrice Melanie Elturk: negli Stati Uniti, infatti, per molte donne musulmane è difficile trovare una sciarpa adatta ad essere usata come *hijab*, e spesso devono farli arrivare dal Medio Oriente o, in alternativa, devono rivolgersi a marchi di fast fashion i cui foulard, però, non sono fatti per essere indossati sul capo o per essere lavati frequentemente. Oggi Haute Hijab è un'azienda leader nel campo della modest fashion e la sua campagna pubblicitaria è stata trasmessa sugli schermi di Times Square a New York, mentre alcuni suoi capi sono stati usati in una campagna del beauty brand Glossier apparsa sul *New York Times*.

Altro importante venditore di *hijab* è Vela Scarves, fondato da Marta Atik nel 2009 sempre per cercare di colmare un gap nel mercato. Alla base del brand vi è una forte versatilità e molta diversità, e ciò traspare anche attraverso i loro social, dove sono presenti modelle di ogni etnia e religione che approcciano la modestia in maniera diversa e che lo dimostrano posando con l'*hijab* non esclusivamente sul capo, ma anche solo sulle spalle o sul torso. Difatti, il marchio di Marta Atkin non è vincolato alle linee guida religiose, piuttosto risulta cross-culturale e adattabile ad ogni stile di moda.

La diffusione globale dei musulmani ha infine sancito la nascita e il grande successo di piattaforme di e-commerce di modest fashion. I più noti sono il turco Modanisa e i britannici Haute Elan e The Modist, il quale purtroppo ha dovuto chiudere a seguito della crisi globale dovuta al Covid-19.

2.1.3 Modest swimwear e sportswear

Con l'invenzione del *burkini* nel 2004 da parte della stilista australiana di origini libanesi Aheda Zanetti, si sono sviluppati vari brand che lo ripropongono in diverse forme e fantasie. Ad esempio, dei design eleganti e lussuosi si possono trovare da Lyra Swim, brand britannico che produce costumi da bagno modesti dal 2016 o da Munamer dell'italiana Chiara Taffarello, i cui capi sono prodotti in Italia.

Per quanto riguarda l'abbigliamento sportivo negli ultimi anni il colosso Nike ha incluso abbigliamento modest nelle sue linee, in particolare *burkini* e *hijab* in tessuto tecnico e traspirante. Ad ogni modo, la necessità di capi tecnici adatti per atlete musulmane aveva già da anni portato alla costituzione di diversi brand dedicati.

2.2 Modest Fashion Marketing

Un apparente paradosso per i brand di modest fashion è che la contrapposizione tra modestia e ostentazione di sé precluderebbe, in una rigida visione, l'uso delle tre più importanti forme di comunicazione della moda di oggi: social media, fashion weeks e magazine. Infatti, se nell'Islam la modestia è incoraggiata per garantire separazione e riservatezza tra uomini e donne, in molti si chiedono dove queste siano quando si usano i social media, ad esempio condividendo con migliaia di sconosciuti immagini di sé, anche se vestiti in modo conservativo; oppure, dove sia la modestia nello sfilare su una passerella, anche se di un modest brand, sotto gli occhi di centinaia di spettatori; o ancora, cosa c'è di modesto nel posare, anche senza mostrare un lembo di pelle, per foto che, una volta pubblicate sui magazine, verranno viste da migliaia di lettori. C'è chi addirittura pensa che l'intera concezione di moda sia incompatibile con i principi religiosi. A sollevare la questione sul blog HappyMuslimFamily.org è il coach di matrimoni musulmani Irfan Ullah Khan:

“L'hijab è qualcosa pensato per nascondere e coprire, mentre la moda è pensata per essere mostrata, per essere notata dalle persone. Sembra persino strano quando dici

l'espressione 'hijab fashion'. Molti si chiedono se nell'Islam sia addirittura permesso alle donne di avere la moda".²⁵

Nel suo libro *Modesty: A Fashion Paradox* Hafsa Lodi ha posto la questione ad Halima Aden, uno dei volti più conosciuti della modest fashion, che ha risposto: “Nella società di oggi sei in giro e sei visibile, qualunque cosa accada. Allora, perché va bene per me essere visibile nelle aule, perché va bene essere fuori nei centri commerciali, o semplicemente fuori, ma non posso essere vista su una rivista?”²⁶. Neanche Romanna Bint-Abubaker, organizzatrice della Haute Elan London Modest Fashion Week, vede contraddizioni in quanto le sfilate di moda hanno l'intenzione di mostrare la moda prettamente da un punto di vista creativo e commerciale. Inoltre, Romanna Bint-Abubaker sottolinea che nelle sfilate “se guardi le nostre prime file, per il 99,9% sono donne, non ci sono davvero uomini che siedono in prima fila, a parte poche eccezioni”²⁷. Al riguardo si è espressa nel 2013 anche l'allora blogger Rania Iswarani di FashFaith.com, la quale ha dichiarato all'Huffington Post che non c'è conflitto tra i concetti di modestia e moda in quanto ad attirare l'attenzione degli spettatori sono gli indumenti, e non il corpo di chi li indossa.

2.2.1 Modest Fashion Week

A causa dei tabù culturali e religiosi riguardanti la fotografia e la pubblicazione di immagini di esseri viventi e in particolare immagini femminili, la prospettiva di mettere modelle musulmane sulle passerelle pubbliche è controversa. Già nel 1992, il marchio turco di abbigliamento modesto Tekbir (il cui nome significa “Dio è il più grande”) ha iniziato a ricercare metodi popolari e tradizionali per pubblicizzare i suoi modelli di *tesettür*²⁸. La professoressa di Cultural Studies al London College of Fashion Reina Lewis ha osservato:

²⁵ HappyMuslimFamily.org, Modanisa – Is Hijab Fashion even allowed in Islam? [A Critical Review].

²⁶ Hafsa Lodi, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020, p. 150.

²⁷ Hafsa Lodi, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020, p. 151.

²⁸ Hijab in turco.

“L’iniziativa di Tekbir nel 1992 di tenere una sfilata è stata vista come rivoluzionaria, ricevendo critiche accese da laici che deridevano l'abbigliamento come una moda fallita e da religiosi che deploravano l'uso di indossatrici non religiose e l'esposizione di corpi femminili”.²⁹

Le prime ad usare il termine “modest fashion week” sono però state Franka Soeria e Ozlem Sahin, due imprenditrici che hanno riconosciuto il potenziale per eventi a tema modest fashion. Il duo, che opera attraverso la loro azienda Think Fashion, ha reclutato la piattaforma e-commerce turca di modest fashion Modanisa per sponsorizzare e ospitare la prima Modest Fashion Week, tenutasi ad Istanbul nel 2016, così come la London Modest Fashion Week del 2017 e la Jakarta Modest Fashion Week del 2018, mentre nel 2019 Modanisa ha deciso di ospitare da sola la sua Modest Fashion Week a Istanbul. Le linee guida da seguire per partecipare alla settimana della moda di Think Fashion sono chiare: “Niente trasparenze o abiti senza maniche e abiti lunghi fino alle caviglie o, se è più corto, consigliamo sempre i leggings”.

Un'altra modest fashion week è stata lanciata nel 2017 da Haute Elan, piattaforma di e-commerce londinese dedicata al modest wear. La London Modest Fashion Week 2017, organizzata dalla fondatrice e CEO dell'azienda Romanna Bint-Abubaker, ha seguito un modello simile a quello concettualizzato da Franka e Ozlem, rispecchiando la tradizionale configurazione delle passerelle delle settimane della moda mainstream ma con un rigoroso processo di valutazione: “Nessuna schiena in mostra, nessuna scollatura, nessuna trasparenza e nessun design eccessivamente aderente. Le maniche corte vanno bene, perché affermiamo che ci sono vari livelli di modestia, così come non devono esserci capi senza maniche o con maniche ad aletta, ma devono essere più lunghe di così”³⁰.

Grazie all'Islamic Fashion and Design Council (IFDC), nell'estate del 2017 la modest fashion è arrivata anche in Italia con un segmento dedicato all'abbigliamento modesto durante la Torino Fashion Week. L'anno seguente, l'IFDC ha ospitato l'evento Milano Fashion Week Modest Soiree, una sfilata dedicata completamente

²⁹ Reina Lewis, *Muslim Fashion: Contemporary Style Cultures*. Durham: Duke University Press, 2015, p. 84.

³⁰ Hafsa Lodi, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020, p. 47.

all'abbigliamento modesto tenutasi alla Milano Fashion Library. Nel 2017 l'IFDC ha organizzato a Dubai anche la prima edizione di Pret-A-Cover Buyers Lane con lo scopo di “riunire marchi globali di spicco, rivenditori, imprenditori, media, personalità chiave e venture capitalist alla ricerca di opportunità di investimento, quote di mercato, redditività commerciale e altro all'interno dei lucrosi mercati dello stile di vita musulmano, ma anche nel più ampio mercato secondario di altri modest consumers”³¹. Riproposta anche nel 2018 e 2019, la Buyer Line è stata etichettata come una “anti-fashion week” in quanto, per evitare gli alti costi richiesti per partecipare a sfilate tradizionali, l'IFDC ha invitato i designers a creare un video lasciando loro totale libertà, con l'unica imposizione di un massimo di 18 look e delle linee guida base per quanto riguarda la modestia. Ai designer sono stati anche assegnati spazi in cui incontrare consumatori, buyers e media, dando la possibilità di costruire relazioni di alto livello con i partecipanti, tra i quali i clienti dei partner dell'IFDC, come Aston Martin, Emirates Airlines e Pullman Hotels.

In Arabia Saudita, invece, la prima settimana della moda ufficiale si è tenuta a Riyad nell'aprile 2018 con due regole: un pubblico prettamente femminile e niente telecamere. Nonostante ciò, qualche mese dopo è diventato virale il video di una di queste sfilate nella quale, invece che indossati dai modelli, gli abiti erano appesi a dei droni che volavano sulla passerella, cosa poco apprezzata dal pubblico. A proposito si è espressa anche la fondatrice dell'IFDC Alia Khan:

“Questo non è qualcosa che incoraggerei o che mi piacerebbe rivedere. [...] Quando vedi abiti vuoti che volano nell'aria, è semplicemente poco attraente, e non ipnotizzante o bello”.³²

Sebbene quella del 2018 sia stata la prima fashion week ufficiale in Arabia Saudita, nel paese le sfilate di moda vengono organizzate da almeno un decennio, ma in forma privata. E anche se le politiche del paese si stanno moderatizzando, secondo la fashion editor Marriam Mossalli potrebbe risultare difficile aprire le sfilate al pubblico,

³¹ Islamic Fashion and Design Council. Pret-A-Cover™ Buyers Lane 2019, The Retail Summit Edition, to be held at The Atlantis, Dubai.

³² CNN. Drones on runway in Saudi fashion show.

soprattutto per i designer. Come spiega ad Hafsa Lodi: “La moda modesta non esiste ancora in Arabia Saudita nel modo in cui la pensiamo nell'industria [internazionale ndr]. Indossiamo l'*abaya* e sotto abbiamo il nostro normale prêt-à-porter”³³. La modest fashion, infatti, ha un significato diverso in Arabia Saudita in quanto focalizzata quasi esclusivamente sull'*abaya*, che è stato un requisito obbligatorio per anni, permettendo alle donne saudite di indossare sotto abiti che potrebbero non essere tipicamente modesti.

Peculiare è la situazione dell'Iran, dove l'industria della moda deve operare in segreto e le sfilate vengono tenute solo su invito e in location che vengono rivelate solo all'ultimo tramite passaparola.

2.2.2 Modest Fashion Magazine

Nei primi anni 2000 molti grandi nomi dell'editoria di moda hanno aperto edizioni dedicate all'Arabia Saudita, tra cui troviamo *Grazia Middle East* (2005), *Elle Arabia* (2006) e *Harper's Bazaar Arabia* (2007). In essi la religione è un argomento poco esplorato, essendo le riviste focalizzate principalmente sul riportare novità locali e trend internazionali. Un po' in ritardo è invece arrivato *Vogue Arabia*, che ha pubblicato il suo primo numero solo nel 2017 diretto dalla Principessa Deena Aljuhani Abdulaziz, che dopo solo due mesi ha dovuto lasciare il posto di chief editor.

I giornali di moda dedicati ad un pubblico di fede islamica non hanno vita facile in quanto molti credenti estendono anche alla fotografia la rappresentazione della figura umana, vietata nel Corano in quanto ritenuta una simulazione dell'atto creativo di Dio, un ambire a essere forgiatori di forme al pari di Dio peccando di presunzione. I giornali si ritrovano quindi limitati non solo nel tipo di capi d'abbigliamento pubblicabili, ma anche nel modo di presentarli. Una soluzione l'ha trovata la rivista di lifestyle musulmano *Emel*, fondata nel Regno Unito nel 2003 e poi chiusa nel 2013, che nella sua sezione dedicata alla moda non ha mai pubblicato i volti dei modelli, se non in quegli scatti che presentavano persone reali come parte di un articolo sullo street style.

³³ Hafsa Lodi, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020, p. 157.

Negli anni le politiche di rappresentazione sono diventate più flessibili e con l'espandersi della modest fashion a fenomeno globale sono sorte diverse riviste dedicate completamente a questo “macro trend”³⁴ (come lo definisce la fondatrice di *The Modist* Ghizlan Guenez). Uno dei più recenti è *Hijab In Style*, fondato nel 2018 da Sahinat Erkilic con l'idea di creare una rivista “fatta da donne, per tutte le donne”³⁵, come afferma lei stessa nella presentazione del primo numero. Infatti, la rivista dà voce tanto a *hijabistas*³⁶ quanto a donne che non portano il velo e nei suoi articoli presenta sia designer e imprenditrici musulmane che si applicano nella modest fashion sia i report delle passerelle mondiali. Lo stesso Islamic Fashion and Design Council ha fondato una propria rivista chiamata *Cover Magazine*, sfogliabile in versione digitale sul loro sito.

2.2.3 Social media

Come è successo in diversi ambiti, i social media hanno democratizzato anche la moda, allargandone il pubblico di riferimento e cambiando il suo modo di comunicare. Come spiega la modest fashion blogger britannica Zaynah Ahmed al notiziario online *Middle East Eye*:

“I social media e l'ascesa di modest fashion blogger hanno mostrato all'industria quanta influenza abbiamo [...]. Se non fosse per i blogger e i social media, non credo che avremmo così tante opzioni modest tra cui scegliere nei negozi”.³⁷

Zaynah Ahmed non è l'unica a dare così tanta importanza al ruolo che hanno avuto i social nella diffusione della modest fashion. Secondo Romanna Bint-Abubaker il

³⁴ Sarah Maisey, “Modest fashion: A look at the rising popularity and why labels are turning to the Middle East for inspiration” in *The National*, 2017.

³⁵ *Hijab In Style*, “Hijab In Style December”. *Hijab In Style*, 2018.

³⁶ Parola formata da *hijab* e *fashionista*, ad indicare quelle donne che seguono la moda e indossano l'hijab.

³⁷ Nadda Osman, “Is the fashion world having a modest moment - or cashing in on Muslim women?” in *Middle East Eye*, 2018.

successo di Heute Elan e della London Modest Fashion Week è in gran parte attribuibile alla narrazione che i modest fashion influencer ne hanno fatto online: “Gli influencer hanno svolto un ruolo enorme nel diffondere la parola nel mercato e nel convincere il mainstream a prenderne atto. Se non fosse stato per loro, non l'avrebbero visto; non sarebbe stato visibile”³⁸. Anche i curatori della mostra Contemporary Muslim Fashions di San Francisco hanno ammesso che Instagram è stata una fonte primaria nello scouting di modest fashion brand e influencer per la mostra. Blogger e influencer hanno avuto un ruolo fondamentale nella riappropriazione da parte delle donne musulmane della narrativa che circonda modest fashion e i suoi capi d'abbigliamento, che per anni è stata presentata dai media come opprimente e proibitiva. Queste donne sono fortemente caratterizzate dai loro *hijab*, un segno identificatore che celebra la diversità e favorisce l'inclusione ma che, allo stesso tempo, le rende particolarmente vulnerabili alla critica, che sui social è nota per la sua crudeltà. È diventato d'uso comune il termine “haram police” per riferirsi a quegli utenti del web sempre pronti a condannare nei commenti coloro che pubblicano contenuti che, secondo la loro visione, andrebbero ritenuti immodesti. Tutte le critiche, però, non sono bastate a fermare l'ascesa di decine di modest fashion blogger e, successivamente, modest fashion influencer. Tra questi, due importanti giovani donne hanno guidato la tendenza del modest fashion blogging, diventando volti globali del movimento. La prima è Dina Torkia (@dinatokia su Instagram), la modest fashion blogger per eccellenza in occidente. Trasferitasi da bambina dall'Egitto a Cardiff con la famiglia, nell'arco di un decennio Dina è diventata la personalità più famosa ad indossare l'*hijab* nel Regno Unito, lavorando con marchi come H&M e Tom Ford, oltre a lanciare la sua linea di abbigliamento e scrivere un libro dal titolo *Modesty*. Alla fine del 2018, Dina ha smesso di indossare il velo, spiegando ai suoi follower che la modest fashion e l'*hijab* sono percorsi personali in continua evoluzione:

³⁸ Hafsa Lodi, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020, p. 162.

“Ecco alcuni fatti che tutti dovrebbero sapere sull'hijab. È un impegno personale con Dio; una bella tradizione che ti incoraggia a concentrarti sul tuo carattere piuttosto che sul tuo aspetto; e, a volte, è un dannato incubo di moda”.³⁹

In Medio Oriente, invece, la modest blogger più conosciuta è la kuwaitiana Ascia Al Faraj (@ascia su Instagram), il cui *street style* la caratterizza fortemente e si manifesta anche nei tatuaggi e nel piercing al setto nasale. Alcune volte è possibile vederla con caftani larghi e minimali, mentre altre indossa giacche di jeans, choker o maniche a rete, restando comunque costantemente al passo con le tendenze della moda. Mai stata particolarmente severa riguardo all'*hijab*, Ascia variava spesso tra turbanti e berretti per coprire i propri capelli, fino a quando nel settembre 2019 ha deciso di non coprire più il capo. Il suo approccio moderno alla modestia ha catturato gli occhi di marchi di moda internazionali in tutto il mondo, permettendole collaborazioni con marchi come Christian Dior e Kenzo.

Sono molte anche le modelle musulmane che, come oggi spesso accade, sono diventate personaggi pubblici di rilievo. Oggigiorno il volto più conosciuto della modest fashion è probabilmente la ventiduenne Halima Aden (@halima su Instagram). Nata in un campo profughi in Kenya e cresciuta negli Stati Uniti, è diventata famosa per esser stata la prima concorrente di Miss Minnesota ad indossare un *hijab* e ha poi fatto scalpore la sua copertina di Sport Illustrated in cui ha posato col *burkini*. Dopo il concorso di bellezza, nonostante non sia riuscita ad arrivare in finale, Halima ha firmato con IMG Models (una delle agenzie di modelle più importanti, della cui fanno parte top model come Kate Moss, Gigi e Bella Hadid e Karlie Kloss), con la quale ha camminato sulle passerelle di New York, Milano e Londra. Nonostante non sia stata la prima modella ad indossare un *hijab*, nella sua breve carriera ha dovuto affrontare i pregiudizi radicati soprattutto all'interno della sua stessa comunità. La sua partecipazione a Miss Minnesota, infatti, non è stata ben accolta dai suoi genitori e dalla Umma. Halima sostiene invece che:

³⁹ Dina Torkia, “Dina Torkia On Perfecting the Art of Modesty Dressing” in *Vogue Britain*, 2018.

“Fare la modella è diventato molto di più, non si tratta più solo di servizi fotografici. Parlo nelle scuole e nei campus universitari, c'è del lavoro che faccio con l'UNICEF. Tutto questo non mi paga ma è advocacy, mi soddisfa nei luoghi che contano davvero”.⁴⁰

In maniera simile la pensa anche Mariah Idrissi (@mariahidrissi su Instagram), modella britannica che per prima ha posato indossando l'*hijab* per una campagna di H&M del 2015. Per Mariah è importante affermare il suo punto di vista e far passare un messaggio con ogni lavoro che fa:

“Essendo musulmana, per quanto la moda sia un'industria molto secolare, la mia fede è ciò che mi spinge in ogni decisione che prendo. Non potrei definirmi una vera musulmana se il mio lavoro quotidiano, a cui dedico così tanto tempo ed energia, non avesse nulla di più profondo - ci deve essere un significato dietro”.⁴¹

Per questo Mariah ha deciso di non sfilare, in quanto sente che sulla passerella il pubblico può solo vederla e non ascoltarla, perdendo quindi la possibilità di trasmettere un suo messaggio.

⁴⁰ Hafsa Lodi, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020, p. 56.

⁴¹ Hafsa Lodi, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020, p. 55.

La moda guarda al Medio Oriente

Negli ultimi anni l'industria della moda ha subito importanti cambiamenti, e uno di questi è coinciso con la nomina di Alessandro Michele a direttore creativo di Gucci nel gennaio 2015. Lo stile vittoriano e granny chic di Michele ha infatti indotto molte case di moda a riconsiderare gli orli lunghi, le scollature alte e i tagli ampi e voluminosi, contribuendo a far tornare di moda uno stile più modest. Questo nuovo trend è stato accolto da Phoebe Philo nei suoi lavori per Celine, dov'è stata direttrice creativa dal 2008 al 2018. In questi anni, la stilista britannica ha ridisegnato la divisa della donna in carriera moderna sostituendo pantaloni e blazers attillati con ampi pantaloni e camicie o maglioni oversize, rendendo in qualche modo più modesto il guardaroba della donna degli anni '10. Ancora più vicino alla modest fashion è il brand The Row, fondato dalle gemelle Mary-Kate e Ashley Olsen nel 2006. Lo stile delle gemelle Olsen è caratterizzato da strati di capi già di per sé lunghi e ampi, e ciò viene spesso riproposto anche nelle loro collezioni. Anche Valentino è un brand particolarmente apprezzato dalle seguaci della modest fashion in quanto la sua eleganza particolare fa sì che molte delle sue creazioni riflettano le loro linee guida. Gli ultimi tre anni hanno visto tornare di moda molti capi definibili modest (tra cui maxi dress, gonne midi, trench coat lunghi fino ai piedi e mantelli) ma anche diverse pratiche come il layering, l'esagerazione dei volumi e l'oversize. Qualche accenno all'immaginario mediorientale è apparso anche su diverse passerelle: in particolare, il velo è stato un accessorio che molti stilisti hanno ripreso negli ultimi anni. Questo capo è stato indossato in varie occasioni: sulle passerelle di Versace del 2017, da Max Mara e da Gucci durante la Milano Fashion Week 2018 o in stile turbante in diversi show, l'ultimo quello di settembre 2020 di Dolce & Gabbana.

3.1 Le Ramadan collection

Per rivolgersi esplicitamente ai consumatori di fede islamica, molti brand occidentali hanno deciso di approcciare il mercato durante il Ramadan, il mese sacro in cui i musulmani di tutto il mondo digiunano durante il giorno per commemorare la prima

rivelazione del Corano a Maometto. Questo periodo è da sempre particolarmente importante e proficuo per molti settori, dall'industria alimentare a quella televisiva. Soprattutto in Medio Oriente durante questo periodo che cade nel nono mese lunare dell'anno, si forma un'atmosfera festosa nella quale si lavora meno e ci si riposa di più, con un significativo aumento del tempo libero da passare cucinando per la famiglia, guardando film e serie tv o navigando su internet. Parte integrante del Ramadan sono ricchi banchetti e serate notturne di socializzazione per le quali le donne spesso si agghindano con abiti comprati per l'occasione. Per questo motivo, durante il Ramadan i centri commerciali si riempiono e molte donne si dedicano allo shopping accompagnate da amiche e parenti, causando un picco nelle vendite equiparabile a quello del Natale in occidente. Non è quindi un caso che, a seguito di quello che si è cominciato a chiamare "Ramadan rush", diverse case di moda hanno deciso di avventurarsi nel mercato islamico proprio per questa occasione. Sono quindi nate le Ramadan collection, collezioni formate da un certo numero di capi modest dedicati a questo particolare mercato.

La primissima Ramadan Collection è stata creata nell'estate del 2014 dal brand newyorkese DKNY (Donna Karan New York). Gli abiti presentati rispettavano pienamente le linee guida della modest fashion grazie anche al contributo della fashion editor kuwaitiana Yalda Golsharifi e della designer di Dubai Tamara al-Gabbani, che hanno anche posato per la campagna promozionale.

L'anno seguente questo esempio è stato seguito da Tommy Hilfiger e Mango, che però sono stati molto criticati sia per i vestiti e che per l'uso di modelle occidentali nelle campagne promozionali.

È stato invece molto apprezzato il lavoro di Oscar de la Renta, che ha prodotto una collezione di caftani e di sandali in una vasta selezione di colori e con diversi ricami articolati.

Molta risonanza ha avuto la linea di *hijab* e *abaya* rilasciata da Dolce & Gabbana nel 2016, comprendente anche molti accessori, che sono una vera e propria ossessione per le donne musulmane, poiché è possibile mostrarli anche indossando i coprenti abiti tradizionali.

Lo stesso anno anche la casa di moda Burberry ha rilasciato una collezione dedicata in occasione del Ramadan, composta da tre lunghi abiti e diverse scarpe e borse.

Nel 2016 sono apparse anche sezioni dedicate alla modest fashion sulle piattaforme di vendita online Moda Operandi e Net-A-Porter.

Nel 2018 è stato il turno di Michael Kors, che ha fatto incursione nel mercato con un'edizione limitata di vestiti ispirati al tradizionale caftano e di borsette da sera.

Lo stesso anno anche il brand svedese H&M ha lanciato la sua prima linea di modest fashion in sessantanove paesi diversi; nonostante il lancio sia avvenuto appena un mese prima dell'inizio del Ramadan, non c'è stata menzione della festività, probabilmente in un tentativo di attirare una più vasta varietà di consumatori.

Molte di queste iniziative sono state riproposte negli anni a seguire, alcune diventando anche un evento annuale.

3.2 Le risposte dell'opinione pubblica

Le Ramadan collection hanno avuto molti apprezzamenti ma anche molte critiche.

Forbes, ad esempio, ha definito la linea abaya di D&G come “la mossa più intelligente degli ultimi anni”⁴², mentre su *The Atlantic* si legge:

“L'annuncio di Dolce & Gabbana arriva in un momento critico, affermando che la moda occidentale e l'Islam possono creare un'unione esteticamente compatibile e socialmente produttiva: produrre bei vestiti e aiutare in qualche modo a sgretolare l'emarginazione dell'Islam in paesi come il Stati Uniti, Regno Unito e Francia”.⁴³

Le Ramadan collection sono però anche criticate aspramente, in molti casi proprio da donne arabe che in queste collezioni hanno letto un tentativo di affermazione del monopolio da parte dei brand occidentali. Inoltre, secondo alcuni, questi progetti, più che un omaggio alla cultura dei popoli mediorientali, sarebbero un tentativo malcelato di speculare in nuovi mercati. Tra quanti hanno espresso questa critica vi è la

⁴² Clare O'Connor, “Dolce & Gabbana Launches Hijabs and Abayas As Middle Eastern Luxury Market Hits \$8.7 Billion” in *Forbes*, 2016.

⁴³ Kimberly Chrisman-Campbell, “Why Western Designers Are Embracing the Hijab” in *The Atlantic*, 2016.

giornalista dell'*Independent Kashmira Gander*, che l'ha dichiarato chiaramente in suo articolo:

“È ampiamente riconosciuto in tutto il mondo che le presentazioni sulle passerelle dei marchi di moda internazionali [con modelle ndr] sempre più coperte non rendono omaggio alle culture mediorientali, ma piuttosto alle loro tasche profonde. Sarebbe ovviamente ingenuo ignorare il fatto che l'abbigliamento modesto è un altro modo per vendere a consumatori di paesi a maggioranza musulmana con popolazioni giovani e molti, molti dollari [provenienti ndr] dal petrolio”.⁴⁴

In un video pubblicato su YouTube nel quale recensisce la collezione di H&M, Dina Torkia ha espresso una critica importante:

“Tutta la mia discussione sulla moda modesta e su quanto sia difficile fare acquisti nei normali negozi – che, a proposito, non credo sia più così difficile - era il fatto che quello che si trova nei normali negozi ci piace, ma necessita solo di alcuni aggiustamenti. Ha solo bisogno forse di una manica leggermente più lunga, o di una parte superiore non trasparente, oppure quella gonna invece di fermarsi alla lunghezza del ginocchio, andrebbe semplicemente portata giù alle caviglie e sarebbe perfetta. Sai cosa intendo: non chiediamo ai marchi di venderci ciò che le nostre culture in tutto il mondo hanno già inventato [...] semplicemente di includerci nelle normali linee, perché comunque facciamo già acquisti da loro. [...] È fastidioso perché possiamo già procurarci vestiti tradizionali, quindi non ci hanno aiutato”.⁴⁵

Alcuni brand hanno infine risposto a queste critiche offrendo modifiche specializzate e servizi su misura nelle loro boutique per venire incontro alle esigenze dei clienti islamici.

⁴⁴ Kashmira Gander, “Modest Fashion: How Covering Up Became Mainstream” in *Independent*, 2017.

⁴⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=eFvSkPxziw>.

Conclusioni

In molti si chiedono se la modest fashion sarà in grado di sopravvivere ai continui cambiamenti che caratterizzano la moda. In *The Telegraph* Lisa Armstrong scrive: “Il dibattito non è se la moda alla fine si allontanerà dalla modestia verso i mini e le scollature. Lo farà. Perché la moda consiste nel reagire allo status quo”⁴⁶. Ma anche se, come affermò Coco Chanel, la moda è fatta per andare fuori moda, secondo lo storico della moda Daniel James Cole il fatto che per molti ora la modest fashion è un trend non vuole necessariamente dire che sia di passaggio, in quanto sta creando un mercato in grado di sostenersi da solo. Come dice scherzando la fotografa Najmah Abraham, esiste un potenziale a lungo termine per questa categoria fin quando i consumatori musulmani continueranno a spendere nella moda – “che sarà per sempre”⁴⁷. Due possibili prospettive per il futuro sono quella di Lisa Vogl di Verona, secondo cui la modest fashion diventerà sempre più la norma anche in occidente, e quella di Zahra Aljabri di Mode-sty, che sostiene che per sopravvivere la modest fashion deve essere trattata come una subcategoria della moda (come ad esempio già avviene per il plus-size). Con una linea di pensiero simile a quella di Zahra, l’IFDC ha creato il programma Pret-A-Cover, il cui obiettivo è creare all’interno dei negozi aderenti all’iniziativa una sezione permanente nella quale riunire gli indumenti appartenenti alle loro linee normali che sono adatti, facilitando notevolmente lo shopping per i loro clienti modesty-conscious. Il nome è stato pensato per aggirare il dibattito terminologico che vede nella dicitura modest fashion l’implicazione che tutti gli altri modi di vestire siano immodesti, e di conseguenza provocanti ed esibizionisti.

Quella terminologica è solo una critica debole rispetto a quella avanzata dall’attivista iraniana Maryam Namazie in un suo articolo per *The New European*:

“Le donne hanno combattuto le regole della modestia da quando esistono, ma ciò che preoccupa è il ritorno in voga delle regole della modestia, anche se confezionate

⁴⁶ Lisa Armstrong, “Why did demure dressing become the biggest trend in fashion?” in *The Telegraph*, 2018.

⁴⁷ Hafsa Lodi, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020, p. 212.

in un delizioso chiffon di seta. [...] Che si tratti di attacchi con l'acido o di pubblicità di Dolce & Gabbana, il messaggio è chiaro: una brava donna è modesta”.⁴⁸

Per quanto in determinate situazioni l'abbigliamento modesto venga effettivamente imposto sulla donna per motivi politici o culturali, non bisogna dimenticare la forza che questa scelta ha quando viene effettivamente fatta propria autonomamente e volontariamente dalla diretta interessata. Come spiega la graphic designer e modest fashion influencer sudanese Rihab Nubi (@riinubi su Instagram) ad Hafsa Lodi:

“Se una donna fa una scelta di vestirsi con modestia sembra più potente di qualsiasi altra cosa perché ha fatto la scelta che il suo corpo le appartiene - e solo lei può scegliere chi lo vede nonostante la società chieda il contrario. D'altra parte, toglierle la libertà di vestirsi come vorrebbe, che sia modestamente o no, ponendo leggi che non consentono certi vestiti, è esattamente ciò che è l'oppressione”.⁴⁹

Alcune donne percepiscono come fortemente femminista addirittura la scelta di indossare il niqab, non solo in quanto barriera fisica che nega all'uomo la possibilità di vederla come oggetto del desiderio, ma anche nella misura in cui pone la donna in una posizione dominante in quanto l'unica a poter utilizzare il senso della vista e a poterlo fare anonimamente. Tra coloro che la pensano in questo modo vi è anche la poetessa arabo-americana Mohja Kahf:

“Vedo senza essere completamente vista; so senza essere conosciuta. Mantengo un vantaggio su ciò che esamino. Come una dea, come una regina di indiscussa sovranità, dichiaro questo il mio santuario”.⁵⁰

⁴⁸ Maryam Namazie, Modest fashion, in *The New European*, 31 Maggio 2018.

⁴⁹ Hafsa Lodi, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020, p. 17-18.

⁵⁰ Mohja Kahf, “From Her Royal Body the Robe Was Removed: The Blessing of the Veil and the Trauma of Forced Unveilings in the Middle East”. In Jennifer Heath (a cura di), *The Veil: Women Writers on Its History, Lore, and Politics*. Berkeley: University of California Press, 2008.

Arwa Al Banawi FW18



Fonte figura: arwaalbanawi.com

Fatma Al Mulla Fun Collection

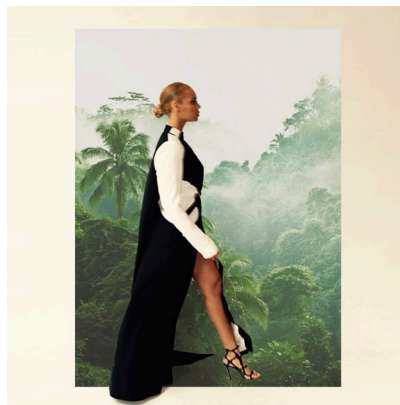


Fonte figura: fmmDubai.com

Bouguessa, FW20

Beyonce indossa Bouguessa

Bouguessa, SS20

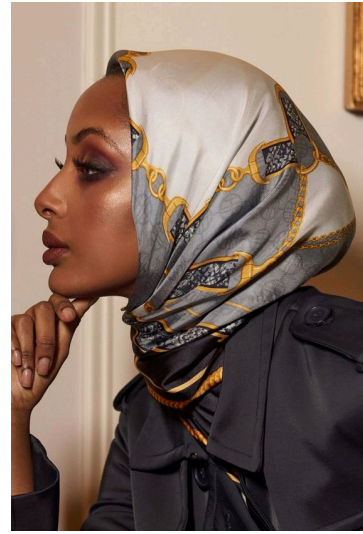
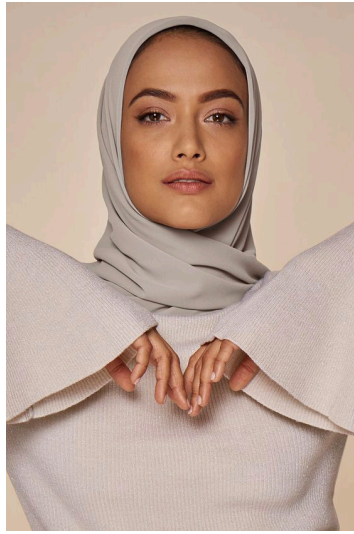


Fonte figura: bouguessa.com

Fonte figura: instagram.com

Fonte figura: bouguessa.com

Haute Hijab



Fonte figura: hautehijab.com

Dian Pelangi



Fonte figura: Fine Arts Museums of San Francisco

Vela Scarves



Fonte figura: velascarves.com

Elle Arabia



Fonte figura: models.com

Grazia Middle East



Fonte figura: graziainternational.com

Harper's Bazaar Arabia



Fonte figura: harpersbazaararabia.com

Vogue Arabia



Fonte figura: vogue.com

Cover Magazine



Fonte figura: ifdcouncil.org

Hijab In Style



Fonte figura: hijabinstyle.com

Shanina Shaik per Harper's Bazaar Arabia



Fonte figura: imgmodels.com

Halima Aden per Harper's Bazaar Arabia



Fonte figura: harpersbazaararabia.com

Halima Aden per Elle Magazine



Fonte figura: elle.com

Ascia Al Faraj



Fonte figura: pinterest.it

Mariah Idrissi per Grazia



Fonte figura: saratazor.com

Dina Torkia



Fonte figura: pinterest.it

Gucci, SS18



Fonte figura: gucci.com

Valentino, Resort 2021



Fonte figura: vogue.com

Gucci, FW17



Fonte figura: gucci.com

Gucci, FW20



Fonte figura: gucci.com

Valentino, Spring 2020



Fonte figura: vogue.com

Cèline by Phoebe Philo, Pre-Fall 18



Fonte figura: enftsterribles.com

Cèline by Phoebe Philo, Resort 2016



Fonte figura:

The Row, FW19



Fonte figura: therow.com

The Row, Fall 2020



Fonte figura: therow.com

Versace, SS18



Fonte figura: vogue.com

Dolce & Gabbana, SS21



Fonte figura: vogue.com

Max Mara, SS19



Fonte figura: vogue.com

Dolce & Gabbana Abaya Collection



Fonte figura: aeworld.com

Michael Kors Ramadan 2018 Capsule Collection



Fonte figura: abouther.com

Burberry Ramadan Collection 2016



Fonte figura: buro247.me

Mango Ramadan Collection 2015



Fonte figura: racked.com

Mango Ramadan Collection 2016



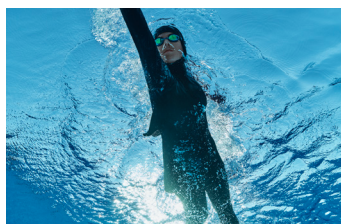
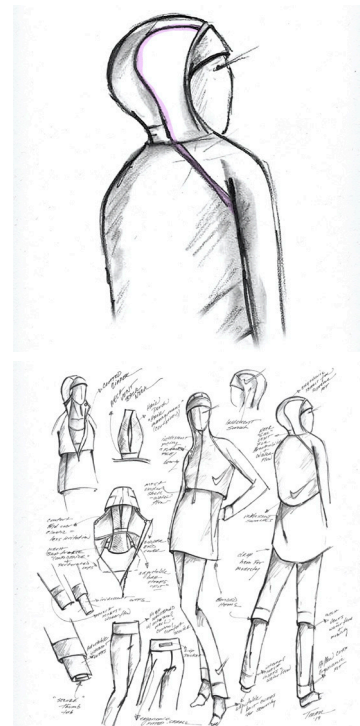
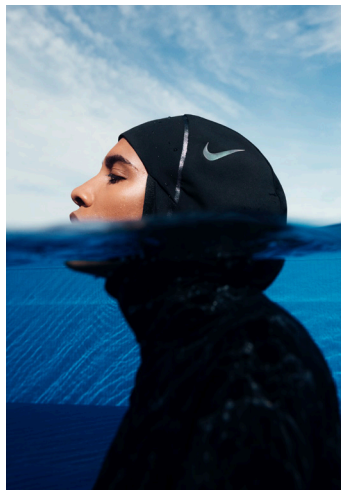
Fonte figura: press.mango.com

H&M LTD Collection 2018



Fonte figura: vogue.me

Nike



Fonte figura: news.nike.com

Bibliografia

BERAJA Polina, Analysis of The Middle East Fashion and Luxury Market: Success of UAE Through the Prism of Economic Development and Consumer Behavior Transformation. Tesi di Master in Luxury Management, Università LUISS, 2016.

KAHF Mohja, "From Her Royal Body the Robe Was Removed: The Blessing of the Veil and the Trauma of Forced Unveilings in the Middle East". In Jennifer Heath (a cura di), *The Veil: Women Writers on Its History, Lore, and Politics*. Berkeley: University of California Press, 2008.

LODI Hafsa, *Modesty: A Fashion Paradox*. UK: Neem Tree Press, 2020.

GRUBER Lili, *Figlie dell'Islam*. Milano: BUR, 2008.

NAMAZIE Maryam, Modest fashion, in *The New European*, 31 Maggio 2018.

Sitografia

ARMSTRONG Lisa. (2018). "Why did demure dressing become the biggest trend in fashion?". *The Telegraph*. Disponibile all'indirizzo:

<https://www.telegraph.co.uk/fashion/style/did-demure-dressing-become-biggest-trend-fashion/>.

BANFI Elena. "Modest Fashion (R)evolution". *Vanity Fair*. Disponibile all'indirizzo: <https://www.vanityfair.it/fashion/news-fashion/2017/12/07/modest-fashion-revolution-abaya-musulmane-velo>.

CHRISMAN-CAMPBELL Kimberly. (2016). "Why Western Designers Are Embracing the Hijab". *The Atlantic*. Disponibile all'indirizzo:

<https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2016/01/dolce-gabbana-high-fashion/423171/>.

GANDER Kashmira (2017). "Modest Fashion: How Covering Up Became Mainstream". *Independent*. Disponibile all'indirizzo:

<https://www.independent.co.uk/life-style/fashion/modesty-fashion-shopping-covering-hijab-abaya-muslim-jewish-orthodox-christian-a8003726.html>.

LODI Hafsa. (2018). "Pret-A-Cover: A new approach to modesty". *Mojeh Magazine*. Disponibile all'indirizzo:

<https://journalistinajumpsuit.files.wordpress.com/2018/04/alia-khan.pdf>.

MAISEY Sarah. (2017). “Modest fashion: A look at the rising popularity and why labels are turning to the Middle East for inspiration”. *The National*. Disponibile all’indirizzo: <https://www.thenational.ae/arts-culture/modest-fashion-a-look-at-the-rising-popularity-and-why-labels-are-turning-to-the-middle-east-for-inspiration-1.10662>.

MCCANDLESS FARMER Brit, (2018). “Saudi women, unveiled”. *CBS News*. Disponibile all’indirizzo: <https://www.cbsnews.com/news/saudi-women-unveiled/>.

O’CONNOR Clare. (2016) “Dolce & Gabbana Launches Hijabs and Abayas As Middle Eastern Luxury Market Hits \$8.7 Billion”. *Forbes*. Disponibile all’indirizzo: <https://www.forbes.com/sites/clareoconnor/2016/01/06/dolce-gabbana-launches-hijabs-and-abayas-as-middle-eastern-luxury-market-hits-8-7-billion/#72f9195f1403>.

O’NEILL Grace. (2018). “The Return of Modesty: How Covering Up Became the New Showing Off”. *Harper’s Bazaar*. Disponibile all’indirizzo: <https://www.harpersbazaar.com.au/fashion/modesty-fashion-trend-2018-17172>.

OSMAN Nadda. (2018). “Is the fashion world having a modest moment - or cashing in on Muslim women?”. *Middle East Eye*. Disponibile all’indirizzo: <https://www.middleeasteye.net/features/fashion-world-having-modest-moment-or-cashing-muslim-women>.

RUSSEL Anna. (2018). “Batsheva Hay Rethinks the Traditions of Feminine Dress”. *The New Yorker*. Disponibile all’indirizzo: <https://www.newyorker.com/magazine/2018/09/10/batsheva-hay-rethinks-the-traditions-of-feminine-dress>.

SCALABRIN 'Alī M. (2011). “ā-Hijâb: Il significato spirituale del velo islamico”. *Islam Italia*. Disponibile all’indirizzo: <https://www.islamitalia.it/religione/hijab.html>.

SATENSTEIN Liana. (2017). “This Startup Founder Will Change the Way You Think About Modest Fashion”. *Vogue*. Disponibile all’indirizzo: <https://www.vogue.com/article/modist-founder-ghizlan-guenez-interview-personal-style-modest-fashion>.

TORKIA Dina. (2018). “Dina Torkia On Perfecting the Art of Modesty Dressing”. *Vogue Britain*. Disponibile all’indirizzo: <https://www.vogue.co.uk/article/dina-torkia-muslim-fashion-blogger-modesty-dressing>.

WALLACE Daniel B. (2004) “What is the Head Covering in 1 Cor 11:2-16 and Does it Apply to Us Today?”. *Bible.org*. Disponibile all’indirizzo: <https://bible.org/article/what-head-covering-1-cor-112-16-and-does-it-apply-us-today>.

Hijab In Style. (2018). “Hijab In Style December”. *Hibaj In Style*. Disponibile all’indirizzo: <https://www.hijabinstyle.com/hijab-in-style-december/>.

The Church of Jesus Christ of Latter-Day Saints. *Gospel Topics*. Disponibile all’indirizzo: <https://www.churchofjesuschrist.org/study/manual/gospel-topics/modesty?lang=eng>.

HappyMuslimFamily.org. *Modanisa – Is Hijab Fashion even allowed in Islam? [A Critical Review]*. Disponibile all’indirizzo: <https://happymuslimfamily.org/modanisa-hijab-fashion/>.

Islamic Fashion and Design Council. *Pret-A-Cover™ Buyers Lane 2019, The Retail Summit Edition, to be held at The Atlantis, Dubai*. Disponibile all’indirizzo: <https://www.ifdcouncil.org/pret-a-cover-buyers-lane-2019-the-retail-summit-edition-to-be-held-at-the-atlantis-dubai/>.

CNN. *Drones on runway in Saudi fashion show*. Disponibile all’indirizzo: <https://edition.cnn.com/videos/world/2018/06/07/saudi-arabia-fashion-show-drones-lon-orig.cnn>.

State of the Global Islamic Economy Report 2019/20. Disponibile all’indirizzo: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/661967144radC8C6E.pdf>.

Videografia

Netflix, “Cover-up Couture” in Follow This.

Dina Torkia, H&M's Modest Collection Got Me Fuming! Really??? Haul & Try On!

Disponibile all’indirizzo: <https://www.youtube.com/watch?v=eFvSkPxzjw>.

Ringraziamenti

Reputo doveroso porgere un ringraziamento alla mia relatrice, la Professoressa Ghiringhelli, le cui lezioni hanno aperto la mia mente al fascino del Medio Oriente. La ringrazio di cuore per avermi accolta nella sua classe e per l'interesse e la cura che ha mostrato per questo lavoro sin da che si trattava di una semplice ricerca.

Ringrazio anche l'università IULM, che per tre lunghi anni è stata per me luogo di grande apprendimento ed è oggi dimora di indelebili ricordi.

Colgo l'occasione per ringraziare coloro che più concretamente sono stati per me l'università e che hanno speso parte del loro percorso al mio fianco condividendo questa grande esperienza. Una menzione particolare a Margherita e Simona: grazie per essere state "quelle vere" fino alla fine.

Un ringraziamento speciale lo merita la mia famiglia per esser stata al mio fianco sempre pronta ad offrirmi il suo aiuto e a darmi una spinta per ripartire. In particolare, vorrei ringraziare i miei genitori per aver investito tempo, forze e denaro per donarmi il miglior futuro possibile. Grazie per esser sempre stati il mio sostegno.