

RICERCHE DI PEDAGOGIA CONTEMPORANEA
A CURA DI GIUSEPPINA D'ADDELFIO

PIER CESARE RIVOLTELLA
Editoriale

MATTEO ADAMOLI - SALVATORE MESSINA
CHIARA PANCIROLI - PIER CESARE RIVOLTELLA
Le LA generative per il decision making

FABIO ALBA - ROSA PIAZZA
*Povert  educative delle famiglie contemporanee,
bisogno di riconoscimento e generativit *

CRISTINA BALLOI
*Are Teachers Ready for Gender Equality
Education in Primary Schools?*

MICHELANGELO BELLETTI
L'Animazione Sociale e Culturale in Italia

FRANCESCO BOSSIO
La relazione io - tu tra persona e forma

ELSA MARIA BRUNI - EMANUELE ISIDORI
La pedagogia della moda

MARIA BUCCOLO - GRAZIANO PELLEGRINO
*La pedagogia del dialogo
y las palabras que generan el cambio*

GABRIELLA CALVANO
*Responsabilit  sociale ed educativa
delle universit *

PAOLA DAL TOSO
Monsignor Raffaello Delle Nocche

DANIELA DATO - SEVERO CARDONE
GIOVANNI PAPAGNI - CRISTINA ROMANO
*Educare alle competenze per la vita
tra i banchi di scuola*

R. DELUIGI - M. CUCCU - I. MARINO
L. SALVATORI - I. TROTTA - M. MUZI
Linguaggi e significati dell'inclusione

DOMENICO FRANCESCO ANTONIO ELIA
"Cari soldati d'Italia"

M. GENTILE - C. PANCIROLI - M. ALLEGRA
P.C. RIVOLTELLA
Building up a AI Literacy School Curriculum

STEPHANIE MIAN - CINZIA ZADRA
*Experience and Reflection in Relation, Interaction
and Dialogue*

CARMEN PETRUZZI
Filantropie, volontarie e street boys

EVELINA SCAGLIA
"Nelle tasche dei bambini"

SIMONE SEITZ - LUDOVICA SEBASTIANO
Reflecting on Heritage Education

MARIA VINCIGUERRA - RITA BALDI
CROCE COSTANZA - GIORGIA COPPOLA
*Per una reciprocit  tra maschile e femminile:
un'analisi fenomenologica*

FEDERICO ZANNONI
*A clamore spento. I progetti di accoglienza
ai profughi ucraini a Reggio Emilia*

NOTE E RASSEGNE

RUBRICA A CURA DI VINCENZO SCHIRIPA
Recensioni di CHIARA FINOCCHIETTI,
CRISTIANO CORSINI

€ 00,00



ISSN 2611-9978

Schol 

2/2024

Schol 

Rivista di educazione e studi culturali - Anno LXII

RICERCHE
DI PEDAGOGIA
CONTEMPORANEA

2
2024

Schol 

CONDIZIONI DI ABBONAMENTO
JOURNAL SUBSCRIPTION

ANNO / YEAR 2024

Italia € 38,00
International € 63,00

ANNO / YEAR 2025

Italia € 42,00
International € 67,00

MODALITÀ DI SOTTOSCRIZIONE / HOW TO SUBSCRIBE

Ordine tramite sito web: www.morcelliana.net

PER INFORMAZIONI / FOR INFORMATION

Editrice Morcelliana srl
Via G. Rosa, 71 - 25121 Brescia, Italia
Tel. +39 030 46451 - Fax +39 030 2400605
e-mail: abbonamenti@morcelliana.it

Scholé

Rivista di educazione e studi culturali

2/2024 - Anno LXII

Scholé

Direttori

Pier Cesare Rivoltella, Vincenzo Costa, Maurizio Fabbri, Angelo Gaudio

Coordinamento redazionale

Stefano Pasta

Redattori

Amelia Broccoli, Giuseppina D'Addelfio, Simona Ferrari,
Daria Gabusi, Vincenzo Schirripa, Davide Zoletto

Comitato scientifico

Alexander Fedorov, Media Education Journal, Moscow
Ignacio Aguaded Gomez, Universidad de Huelva
Salvatore Natoli, Università di Milano Bicocca
Loredana Perla, Università di Bari
Nelson Pretto, Universidade Federal de Bahia
Paid Rasi, University of Lapland
Pier Giuseppe Rossi, Università di Macerata
Maurizio Sibilo, Università di Salerno
Domenico Simeone, Università Cattolica del S. Cuore
Elisa Isabel Gavari Starkie, Universidad Nacional de Educacion a Distancia, Madrid

Gli scritti proposti per la pubblicazione sono *peer reviewed*

La rivista è collocata dall'Anvur (Agenzia nazionale di valutazione della ricerca
universitaria) in Classe A per l'Area 11 (Scienze storiche, filosofiche
e pedagogiche), Settori 11/D1 11/D2.

La rivista è presente in Ebsco Publishing, Torrossa.

Scholé è un marchio dell'Editrice Morcelliana

© 2024 Editrice Morcelliana
Via Gabriele Rosa, 71 - 25121 Brescia

ISSN 2611-9978

ISBN 9788828407348

Sommario

Pier Cesare Rivoltella
Editoriale 3

Abstracts 11

Ricerche di pedagogia contemporanea a cura di Giuseppina D'Addelfio

Matteo Adamoli - Salvatore Messina - Chiara Panciroli - Pier Cesare Rivoltella
Le IA generative per il decision making. Attendibilità degli LLMs a supporto di decisioni di natura didattica 23

Fabio Alba - Rosa Piazza
Povert  educative delle famiglie contemporanee, bisogno di riconoscimento e generativit .
Considerazioni di pedagogia fondamentale 45

Cristina Balloi
Are Teachers Ready for Gender Equality Education in Primary Schools?
A Quantitative Research in Italian Primary Schools 59

Michelangelo Belletti
L'Animazione Sociale e Culturale in Italia.
Evoluzioni e sfide attuali nel contesto della Pedagogia sociale 76

Francesco Bossio
La relazione io - tu tra persona e forma.
Alcune riflessioni pedagogiche su Romano Guardini 89

Sommario

Elsa M. Bruni - Emanuele Isidori <i>La pedagogia della moda: fondamenti epistemologici e prospettive critiche</i>	100
Maria Buccolo - Graziano Pellegrino <i>La pedagogía del dialogo y las palabras que generan el cambio. El laboratorio de teatro del oprimido en la formación universitaria</i>	117
Gabriella Calvano <i>Responsabilità sociale ed educativa delle università. Processi e governance al servizio del territorio</i>	129
Paola Dal Toso <i>Monsignor Raffaello Delle Nocche (1877-1960): l'impegno educativo</i>	141
Daniela Dato - Severo Cardone - Giovanni Papagni - Cristina Romano <i>Educare alle competenze per la vita tra i banchi di scuola: il percorso di orientamento formativo "L'ora della felicità"</i>	153
R. Deluigi - M. Cuccu - I. Marino - L. Salvatori - I. Trotta - M. Muzi <i>Linguaggi e significati dell'inclusione. Esplorazioni collettive degli ambienti universitari</i>	167
Domenico Francesco Antonio Elia <i>"Cari soldati d'Italia". Lettere dei Balilla e delle Piccole Italiane ai combattenti della guerra etiopica (1935-1936)</i>	178
M. Gentile - C. Panciroli - M. Allegra - P.C. Rivoltella <i>Building up a AI Literacy School Curriculum: the ESLAI Framework</i>	190
Stephanie Mian - Cinzia Zadra <i>Experience and Reflection in Relation, Interaction and Dialogue. The Phenomenological Vignette As Practice and Instrument</i>	208
Carmen Petruzzi <i>Filantropie, volontarie e street boys. Educazione formale e informale per i piccoli italiani a New York tra cronaca e narrativa (1880-1908)</i>	223

Sommario

Evelina Scaglia <i>“Nelle tasche dei bambini”. Una rilettura della proposta pedagogica di Rosa Agazzi</i>	235
Simone Seitz - Ludovica Sebastiano <i>Reflecting on Heritage Education: Children's Views on Heritage</i>	246
Maria Vinciguerra - Rita Baldi - Croce Costanza - Giorgia Coppola <i>Per una reciprocità tra maschile e femminile: un'analisi fenomenologica</i>	259
Federico Zannoni <i>A clamore spento. Evoluzioni, esiti, criticità e punti aperti nei progetti di accoglienza ai profughi ucraini a Reggio Emilia</i>	277
<i>Note e rassegne</i> <i>Rubrica a cura di Vincenzo Schirripa</i>	
Chiara Finocchietti <i>Simona Berbe, Studenti internazionali nell'Italia repubblicana</i>	291
Cristiano Corsini <i>Carlo Scognamiglio, Il culto della quantità. Cultura e sub-cultura della valutazione nei sistemi educativi</i>	297

Elsa M. Bruni - Emanuele Isidori¹

La pedagogia della moda: fondamenti epistemologici e prospettive critiche

1. La moda: alla ricerca di una definizione

Il concetto di “moda” si identifica con un fenomeno di fatto onnipresente e dinamico della società contemporanea che sfugge a qualsiasi definizione semplificata o semplicistica (Kawamura, 2006). La sua complessità deriva dalla duplice natura di concetto e di fenomeno, in continua evoluzione nel tempo e tra le diverse culture, che la caratterizza. In questo articolo ci proponiamo di fornire una panoramica epistemologica introduttiva sul complesso paradigma della “moda” da una prospettiva interdisciplinare, concentrandosi sulla possibilità di individuare una *pedagogia della moda* come scienza che ha un impatto culturale sia sulla società contemporanea che sulle varie “educazioni”, sugli stili comunicativi così come sull’*instructional design*, per meglio rispondere alle esigenze formative e ai bisogni valoriali attuali.

Il termine “moda” ha molteplici significati che riflettono la sua natura multiforme. La parola moda deriva dal latino *modus*. Questo ter-

¹ Il saggio è il frutto di un lavoro di ricerca condiviso tra i due autori. In particolare, Emanuele Isidori (Università di Roma “Foro Italico”) ha contribuito alla stesura dei paragrafi 1 e 2; Elsa M. Bruni (Università “Gabriele d’Annunzio” di Chieti Pescara) alla stesura dei paragrafi 3 e 4.

mine può essere tradotto in italiano con le parole “misura”, “forma”, “modo” (di “fare” e di “agire”, come testimoniato dalla parola inglese *fashion*, correlata al verbo latino *facere*), “modalità”, “maniera”, “limite”, “regola”, “genere”; tutti concetti che possono essere utili per comprendere il significato della moda nella civiltà umana ma anche per sottolineare aspetti critici e valenze culturali, che non necessariamente rimandano solo e soltanto al vestire e all’abito quale aspetto e dimensione rilevante del sé e della sua espressione nella cultura contemporanea.

Tenendo conto dei significati individuati in precedenza attraverso la traduzione della parola *modus*, possiamo rintracciare alcuni concetti base a cui la moda rimanda; vale a dire quelli di:

1. *misura e proporzione*. La moda si comporta come un meccanismo che si basa sempre sul rispetto di norme, convenzioni e regole codificate socialmente (soggette, pertanto, a cambiamenti e “rotture” che la stessa moda spesso sancisce) e su un’attenta considerazione delle proporzioni per dare vita ad azioni, attuare comportamenti o creare manufatti che risultino accettabili e gradevoli da parte del pubblico a cui sono destinate. La ricerca della proporzione (interna e rispetto a un contesto esterno soggetto a modificazioni, rotture e cambiamenti) implicita nella moda, può essere sintetizzata dall’ideale etico-estetico che i greci esprimevano con la parola *prèpon*, con cui indicavano ciò che era “adatto e appropriato” ai e nei vari contesti².
2. *Maniera e stile*. *Modus*, tradotto come “modo” o “maniera”, sottolinea gli aspetti stilistici ed espressivi della moda. Riflette il modo in cui le persone presentano sé stesse e il loro “modo di fare” e di comportarsi, e come la moda serva da mezzo per

² Il concetto di *prèpon* nella filosofia greca antica si riferisce a ciò che è adeguato e appropriato in un dato contesto, legando comportamento virtuoso e armonia con la natura e le circostanze. Gli Stoici lo approfondirono, considerandolo non solo moralmente giusto, ma anche esteticamente e socialmente adeguato. In sintesi, il *prèpon* indica l’armonia tra l’azione individuale e il contesto sociale e naturale, rappresentando un ideale di comportamento che va oltre la semplice adesione a norme morali, ma che tiene conto anche dell’equilibrio e della proporzione in tutte le cose.

l'espressione del sé e dell'identità individuale. L'obiettivo della moda è sempre una comunicazione rivolta all'altro per influenzarlo, convincerlo, sedurlo e affascinarlo. Questo avviene attraverso strategie comunicative intenzionali che utilizzano mezzi specifici, come abiti, accessori, stile di vita, comportamenti e idee. In questo processo, chi utilizza la moda intende migliorare la propria percezione di sé e della propria identità grazie al riconoscimento da parte degli altri (Fortunati, 2003).

3. *Mode e tendenze*. La moda, intesa in senso socioculturale, va oltre il semplice abbigliamento ed è strettamente connessa alle tendenze culturali e ai modi di vivere che cambiano nel tempo. Il concetto di *modus* come “modo di essere” riflette la natura fluida e in continua trasformazione della società, in cui non solo nuovi stili di vestire ma anche comportamenti, abitudini e valori emergono e si consolidano, influenzando il modo in cui le persone si presentano e interagiscono con il mondo circostante.

Il collegamento della moda al termine latino *modus* racchiude la sua essenza e la prospetta come un sistema complesso caratterizzato dal rispetto di codici comunicativi, misure e proporzioni che rimandano a valori condivisi e che creano stili e tendenze in continua evoluzione. La moda si distingue non solo come un'attività tecnica di messa in atto/produzione di comportamenti e manufatti, ma anche come un'espressione artistica e culturale. Storicamente, è stata strettamente legata ai costumi e alle pratiche dominanti, soprattutto in termini di abbigliamento e stili di vita. La moda è vista oggi come una produzione transitoria e sistematica che ruota attorno al consumo e all'istituzionalizzazione della novità. Questo continuo desiderio di cambiamento rende la moda un fenomeno culturale complesso e uno strumento di controllo sociale capace di influenzare profondamente molti aspetti della vita quotidiana, come discorsi, opinioni, credenze, intrattenimento, abbigliamento, musica, arte, educazione e letteratura (Blumer, 1969; Lipovetsky, 1989).

2. *La moda come oggetto di studio pedagogico*

Nel contesto più ampio degli studi sulla moda (definiti in inglese con il termine *fashion studies*), la pedagogia non ha ancora trovato una sua collocazione e non è ancora stata adeguatamente sviluppata come campo di ricerca teorico. Anche nel caso dell'educazione alla moda, l'attenzione principale di questa disciplina si è sempre concentrato e continua a concentrarsi su applicazioni pratiche dei suoi saperi, integrando competenze tecniche e processi creativi nel curriculum per preparare studentesse e studenti a una carriera nell'industria della moda. Questa attenzione alla dimensione pratica, se da una parte assicura che i diplomati e i laureati nelle discipline della moda siano generalmente ben formati per lavorare in questa industria con una solida base negli aspetti pratici della creazione e del business, dall'altra non favorisce in loro lo sviluppo di un atteggiamento critico verso la moda come fenomeno complesso del nostro tempo che prospetta problematiche non solo sociali ma anche pedagogiche (Arsena, 2023).

Per sviluppare un approccio più critico alla moda, è necessario ritagliare uno spazio disciplinare per la pedagogia come scienza, utilizzandola in tutta la sua valenza teorico-prassica. Utilizzando le capacità di sintesi e di approccio interdisciplinare propri della pedagogia si può giungere a una migliore comprensione della moda come fenomeno sociale e culturale che modella, riflette e trasmette le norme, i valori e i comportamenti delle persone (Jenss, 2019). La moda opera, di fatto, come un sistema sociale ed educativo intenzionale (più o meno evidente) che è impegnato a produrre, proporre (o riproporre) e consumare forme estetiche e culturali sempre nuove rispetto al contesto e a dotarle di significati. Nel suo approccio alla moda, la pedagogia parte dal presupposto che quest'ultima agisca come un potente strumento di controllo sociale ed educativo che guida e regola il comportamento della società attraverso l'inculcamento di valori che passano attraverso specifiche tendenze e sono regolati da norme.

La moda rappresenta anche un compromesso tra il desiderio di novità e il bisogno di conformità, incarnando la tensione tra espres-

sione individuale e identità collettiva. È un fenomeno culturale che integra vari aspetti della società, le identità individuali e le espressioni culturali collettive che vengono vissute dalla persona attraverso un meccanismo di socializzazione anche educativa. Questa integrazione e al tempo stesso socializzazione intenzionale evidenzia il ruolo della moda come idea e ideale, come mezzo di differenziazione e veicolo di mobilità sociale³, tematiche queste ultime oggetto di interesse da parte della pedagogia come scienza sociale.

La moda si prospetta come un fenomeno emblematico dell'ipermodernità, caratterizzato da cambiamenti continui e accelerati, processi di differenziazione, soggettivismo e costruzione autonoma dell'identità. Possiamo affermare che la moda "democratizza" gli stili di vita, permettendo l'ibridazione delle culture e fornendo una potente forma di comunicazione non verbale. La moda funziona anche come barometro della democrazia e come motore fondamentale dell'economia. (Entwistle, 2009), generando un'attività economica e un'occupazione significative, in particolare nei Paesi in cui i settori della moda sono consolidati, come nel caso dell'Italia, dove l'industria della moda ha un peso economico notevole.

La moda gioca con i delicati confini culturali della società contemporanea, come il genere, la cultura e la classe, diventando una potente forma di espressione e un indicatore delle dinamiche sociali⁴. L'impatto culturale della moda è profondo, in quanto funziona come linguaggio non verbale e come mezzo per negoziare ed esprimere l'identità, riflettendo e influenzando le tendenze sociali e i cambiamenti culturali della società (Craik, 1999; Breward, 2003).

Nonostante la sua importanza, tuttavia, la moda deve affrontare numerosi pregiudizi, sia accademici che legati alla mentalità comune. La moda è stata a lungo emarginata a livello accademico, percepita come un argomento superficiale o banale, non degno di essere studiato seria-

³ Si veda in proposito lo studio fondamentale e pionieristico di G. Simmel (1957), pp. 541-558; e quello di E. Wilson (2003).

⁴ Altri studi fondamentali su questo punto: Baudrillard (1993) e Polhemus (1994).

mente. Questa percezione è radicata in vari pregiudizi, tra cui le nozioni di genere, che associano la moda alla femminilità e, quindi, all'irrazionalità o alla frivolezza. I pregiudizi popolari contro la moda la dipingono spesso come un fenomeno legato ad aspetti superficiali dell'esistenza, concentrata unicamente sull'aspetto esteriore e sul consumo, e per questo la identificano con un fenomeno difficilmente riconducibili all'educativo e al pedagogico. Queste idee sbagliate trascurano le dimensioni culturali, sociali ed economiche più profonde della moda, riducendola a una mera ricerca di lusso e stravaganza. Le critiche femministe hanno storicamente visto la moda come una distrazione per le donne da ruoli sociali più sostanziali, anche se le prospettive contemporanee riconoscono la complessa interazione tra moda, identità ed *empowerment* femminile (McRobbie, 1997; Steele, 1998; Ahmed, 2022).

La pedagogia della moda come sapere che ha una sua collocazione tra le scienze pedagogiche e dell'educazione, può affrontare i problemi legati a quest'ultima seguendo le piste di ricerca che abbiamo di fatto indicato citando i principali temi e problemi che questo fenomeno globale, onnipresente e ipercomplesso, prospetta per l'uomo contemporaneo. Dal punto di vista epistemologico, per strutturare le basi teoriche di una possibile *pedagogia della moda* – locuzione non ancora entrata nell'uso nel lessico pedagogico della lingua italiana e delle altre lingue – e delineare le sue possibili funzioni nell'ambito delle scienze pedagogico-educative e dei cosiddetti *fashion studies*, possiamo esplorare tale locuzione a partire dalle due prospettive interpretative aperte dalla sua spiegazione in termini di genitivo soggettivo e di genitivo oggettivo.

1) *Genitivo soggettivo*. Nella prospettiva di interpretazione del genitivo soggettivo, nella locuzione “pedagogia della moda” la moda si prospetta come il centro propulsore di specifici valori educativi e si riferisce ai valori che quest'ultima, attraverso i processi educativi, trasmette e inculca nelle persone con specifiche strategie e modalità. In questo contesto interpretativo, la moda si prospetta come un agente educativo informale che, attraverso l'adozione e l'interpretazione di codici estetici, simboli e tendenze, insegna alle persone come comportarsi, come presentarsi agli altri e come navigare all'interno delle dinamiche

sociali. Questo tipo di “pedagogia invisibile” aiuta le persone a interiorizzare norme sociali e valori estetici, influenzando la costruzione dell’identità personale e collettiva. Ad esempio, seguire determinate tendenze o abbracciare specifici stili di abbigliamento diventa un modo per apprendere e manifestare appartenenze culturali o sociali. La moda, in questo senso, non viene interpretata semplicemente dalla pedagogia come un mezzo di espressione individuale ma come un veicolo attraverso il quale le persone imparano a leggere e interpretare la società che li circonda, acquisendo competenze utili per la comunicazione sociale, il riconoscimento dei ruoli e la comprensione delle dinamiche di potere (Barnard, 2009).

2) *Genitivo oggettivo*. Nella prospettiva di interpretazione del genitivo oggettivo, la pedagogia assume la funzione centrale di soggetto che, in quanto scienza umana e sociale, studia la moda approfondendone i temi e i problemi in una prospettiva interdisciplinare. Nel contesto del genitivo oggettivo, pertanto, la pedagogia della moda rappresenta il campo di studi che si dedica all’analisi critica di come la moda influenzi e contribuisca all’educazione delle persone. Questo approccio vede la moda non solo come un fenomeno estetico o commerciale, ma come un potente strumento educativo che può modellare comportamenti e credenze. Lo studio della pedagogia della moda esplora come le scelte di stile, i marchi di lusso, le tendenze culturali e le pratiche di consumo fungano da veicoli di apprendimento e socializzazione. Esaminare la moda da questa prospettiva significa indagare i modi in cui essa struttura le esperienze estetiche delle persone, ne orienta le preferenze e influenza il modo in cui esse percepiscono il mondo e si relazionano ad esso (Hebdige, 1979). La pedagogia della moda, in questa chiave, include anche lo studio dei processi attraverso i quali le persone sviluppano una cultura estetica e imparano a decodificare i significati simbolici associati a particolari stili o tendenze (Svendsen, 2006). Questo campo di studio si estende all’analisi critica dell’istituzionalizzazione della moda, ovvero di come i sistemi educativi formali e informali contribuiscono alla perpetuazione o alla sfida delle norme estetiche e sociali attraverso i secoli.

La pedagogia della moda, pertanto, può essere intesa sia come l'azione educativa che la moda esercita sulle persone (genitivo soggettivo), sia come l'ambito di ricerca che studia e analizza l'impatto educativo della moda (genitivo oggettivo). In entrambi i casi, la moda emerge come un potente strumento di comunicazione sociale e un mezzo di apprendimento che aiuta le persone a comprendere il loro ruolo nella società, a sviluppare una cultura estetica e a gestire le dinamiche sociali.

3. La moda come dispositivo pedagogico corporeo nell'educazione informale

Il filosofo dell'educazione Octavi Fullat (2002) ha messo in evidenza la rilevanza della moda per la definizione di una antropologia pedagogica dell'essere umano in relazione al corpo. La moda è profondamente legata al corpo, alle norme e ai valori del maschile e del femminile e alle identità culturali (Breward, 1999). Essa modella e riflette le differenze di genere, con pratiche legate al vestire distinte per uomini e donne. I cambiamenti storici, come il passaggio da una moda maschile stravagante nel XVIII secolo a un abbigliamento più sobrio nel XIX secolo, ad esempio, illustrano il ruolo della moda nell'esprimere e rafforzare i ruoli di genere (Riello, 2012). Anche l'appartenenza socio-culturale influenza la moda attraverso le pratiche di abbigliamento tradizionali nelle varie popolazioni, che si adattano e si evolvono all'interno delle tendenze connesse con la globalizzazione.

La moda è intrinsecamente legata all'essere fisico degli esseri umani ed è un potente mezzo di comunicazione, che incarna l'intersezione tra identità ed espressione culturale. Le persone, con il loro corpo "vestito", trasmettono messaggi personali e sociali sia consapevolmente che inconsapevolmente (Entwistle, 2000). Il corpo è un elemento centrale della moda, in quanto funge da "tela" su cui vengono "esposti" abiti e accessori. La forma fisica del corpo influenza il design della moda e la creazione di modelli, evidenziando la necessità di una profonda comprensione dell'anatomia umana da un punto di vista sia

fisico che culturale per ottenere fascino estetico e funzionalità negli indumenti (Cai, 2014). Questa relazione dinamica tra forma del corpo e moda sottolinea l'importanza dell'ergonomia e della *body positivity* nel fashion design contemporaneo (Eckersley - C. Duff, 2010).

Il concetto di “corpo vestito” nell'uomo e nella donna come esseri umani si trasforma, di fatto, in una “incarnazione vestita”, nella quale la pratica e l'esperienza di indossare abiti interagiscono profondamente con le tecniche corporee e la formazione dell'identità sociale e della *cura sui*⁵. Le modelle, ad esempio, preparano e “negozano” i loro corpi per esibirsi sulla passerella con i tacchi alti, mostrando come l'abito, la tecnica e la socialità interagiscano nella pratica del loro “corpo incarnato nella moda” (Hesselbein 2019).

Il vestire rappresenta una comunicazione non verbale che parte dal corpo e trasmette messaggi sull'identità, lo *status* e le norme sociali di chi la indossa (Entwistle - Wilson, 2002). Il potere comunicativo della moda è evidente nel modo in cui le persone usano l'abbigliamento sul proprio corpo per esprimere la loro personalità, le loro convinzioni e appartenenze culturali. Le persone proiettano un'immagine al mondo esterno attraverso lo stile e l'abbigliamento, rendendo la moda una componente fondamentale dell'identità personale e sociale che si esprime attraverso il corpo (Choi - Lewis, 2018). La moda, in quanto insieme di contenuti culturali e sociali comunicati intenzionalmente dal corpo umano, implica una elaborazione e trasmissione di valori e per questo ha ripercussioni nell'ambito dell'educazione *informale*, prospettandosi di fatto come un vero e proprio *dispositivo pedagogico* corporeo.

Un dispositivo pedagogico è un insieme complesso e dinamico di pratiche, strutture e discorsi che regolano e modellano i processi educativi a partire dal corpo come soggetto/oggetto di pratiche comunicative, manipolative e trasformative. Michel Foucault definisce il “dispositivo” come una rete eterogenea di elementi che includono discorsi, istituzioni, architetture, regolazioni, leggi, misure amministrative, pro-

⁵ Fondamentale in questo ambito è lo studio di F. Cambi (2010).

posizioni scientifiche, filosofiche, morali e filantropiche; insomma, tutto ciò che in qualche modo ha la capacità di catturare, orientare, determinare, intercettare e canalizzare il comportamento, i pensieri e le azioni delle persone. Nel contesto pedagogico, questo concetto si riferisce a tutto ciò che contribuisce alla formazione e all'educazione delle persone, agendo sia a livello formale che informale⁶.

La letteratura pedagogica successiva a Foucault ha ampliato questa definizione, enfatizzando come i dispositivi pedagogici includano anche le tecnologie educative, le pratiche didattiche, i curricoli, le interazioni tra insegnanti e studenti, e le dinamiche di potere implicite nel processo educativo. Autori come Pierre Bourdieu hanno contribuito allo sviluppo di questo discorso, introducendo concetti come *habitus* e “capitale culturale”, che influenzano profondamente il modo in cui i dispositivi pedagogici operano attraverso i corpi, sui corpi e per i corpi delle persone.

La moda può essere vista come un dispositivo pedagogico corporeo che si colloca nel contesto dell'educazione informale ed agisce come un potente strumento di socializzazione e di formazione identitaria. Gli elementi che definiscono la moda come un dispositivo pedagogico corporeo e costituiscono l'oggetto di studio di una possibile pedagogia come scienza umana e sociale della moda sono i seguenti.

a) *Norme e valori culturali*. La moda veicola, attraverso il corpo, norme e valori culturali; essa insegna alle persone cosa è considerato appropriato o inappropriato, desiderabile o indesiderabile. Questo avviene attraverso i media, le icone di stile, e le tendenze che definiscono ciò che è *in* o *out*, ad esempio. Le persone imparano a conformarsi a queste norme per essere accettate socialmente.

b) *Identità e appartenenza*. Attraverso le scelte nel modo di vestire e di selezionare gli accessori, le persone esprimono la loro identità e il senso di appartenenza a specifici gruppi sociali. La moda, pertanto, diventa un mezzo per educare informalmente gli individui su come costruire e

⁶ Per un approfondimento e una sintesi del tema trattato da vari pedagogisti italiani si veda: Ferrante (2017).

presentare la propria identità in modo che sia coerente con le aspettative sociali e culturali.

c) *Dinamiche di potere e status sociale.* La moda non solo riflette e rafforza le dinamiche di potere e lo *status* sociale, ma offre anche un'educazione informale che aiuta le persone a gestire meglio la comunicazione sociale. Attraverso l'osservazione e la scelta di mode, tendenze e stili di vita, le persone imparano a riconoscere i ruoli sociali e a muoversi all'interno delle gerarchie. Inoltre, la moda contribuisce a sviluppare una cultura estetica personale, permettendo alle persone di esprimere la propria identità e comprendere il proprio posto nella società.

d) *Processi di consumo e capitale culturale.* La moda educa anche attraverso la comprensione critica dei processi di consumo, mostrando alle persone come acquisire e utilizzare il capitale culturale. Essere aggiornati sulle ultime tendenze e saper scegliere i giusti capi di abbigliamento, ad esempio, diventa un modo per accumulare capitale culturale e ottenere riconoscimento sociale.

In sostanza, possiamo affermare che la moda funziona come un dispositivo pedagogico corporeo nell'educazione informale perché forma e modella le identità individuali e collettive (agendo sempre sui corpi), trasmette norme e valori culturali, e riflette le dinamiche di potere e status sociale nella quotidianità. Attraverso la moda, le persone imparano a interagire con la complessa rete delle relazioni sociali (gli altri) e a costruire la propria identità in conformità con le aspettative sociali e culturali.

In quanto dispositivo pedagogico centrato sulla comunicazione del corpo nei contesti della vita quotidiana, la moda è legata a una dimensione specifica dell'educazione: quella informale. Possiamo quindi affermare che la moda è una *forma di educazione che (non) si vede*. I contesti educativi informali sono quelli in cui l'apprendimento avviene senza che il soggetto lo cerchi attivamente. L'educazione informale è quindi un processo che avviene incidentalmente e casualmente in contesti non organizzati e non formali. Questi contesti possono sorgere durante le attività quotidiane, in cui l'educando è coinvolto involontariamente e l'apprendimento avviene in modo inconsapevole. L'educazione infor-

male è cruciale nel formare le capacità delle persone di interagire con l'ambiente, rispondere a nuove situazioni e impegnarsi nell'apprendimento auto-diretto. L'educazione alla moda appare pertanto legata principalmente ai contesti educativi informali, ai media e alle esperienze di vita quotidiana. I mass media svolgono un ruolo fondamentale nei processi di apprendimento informale, "bombardando" gli utenti di informazioni che richiedono di fare selezioni e gestire le risposte emotive. L'onnipresenza di contenuti legati alla moda nei media, tra cui la televisione, i social network⁷, le riviste e le piattaforme online, fornisce un'esposizione continua alle tendenze della moda, agli stili e alle norme culturali. Questa esposizione costante modella le percezioni e la comprensione della moda da parte delle persone, spesso senza che esse ne siano consapevoli (Crane, 2000).

L'apprendimento informale della moda può avvenire attraverso le interazioni quotidiane, come le esperienze di *shopping*, le conversazioni con le amiche o gli amici o le sperimentazioni personali con l'abbigliamento. Queste esperienze aiutano le persone a sviluppare un senso dello stile, una consapevolezza culturale e la capacità di fare scelte sul come vestirsi e presentarsi agli altri che riflettono la loro identità. L'educazione informale attraverso la moda supporta pertanto lo sviluppo di *soft skills* critiche, come il processo decisionale, l'intelligenza emotiva e il giudizio estetico, che sono essenziali sia in contesti personali che professionali.

⁷ I blog di moda, i contenuti degli *influencer* e le piattaforme dei social media come Facebook, Instagram e Pinterest sono potenti strumenti educativi informali. Offrono approfondimenti sullo stile, sulle tendenze e sull'industria della moda, influenzando le scelte di moda degli spettatori e ispirando la creatività personale. Queste piattaforme consentono agli utenti di impegnarsi attivamente con i contenuti di moda, favorendo una comunità di interessi condivisi e di apprendimento collaborativo. Questi ambienti di apprendimento informale contribuiscono in modo significativo all'alfabetizzazione alla moda e alla capacità di orientarsi e interpretare le tendenze della moda.

4. Conclusioni: per una educazione alla moda critica e sostenibile

Per essere implementata anche nei contesti formali e non formali come la scuola e l'università, l'educazione alla moda richiede l'applicazione di metodologie pedagogiche specifiche, come l'educazione critica e la consapevolezza culturale, che va collegata con i temi e i problemi che sono stati individuati nei paragrafi precedenti.

L'educazione alla moda può essere migliorata e resa più attuale collegando i contenuti del suo sapere a concrete pratiche sostenibili ed etiche. La sostenibilità, la responsabilità ambientale e sociale, sono diventate punti focali nell'educazione alla moda (Shen, 2014). Educare gli studenti alla sostenibilità significa insegnare loro a considerare l'intero ciclo di vita della moda, dal *design* alla produzione, fino al consumo. Il concetto di *modus*, inteso come misura ed equilibrio – che abbiamo analizzato in precedenza – ci offre ancora una volta un quadro interpretativo e valoriale per meglio comprendere l'importanza della moderazione e della sostenibilità nella moda. Questo principio incoraggia un approccio consapevole e responsabile alla moda, evitando gli eccessi e puntando su una visione della moda nella quale le dimensioni estetica ed etica risultano perfettamente integrate.

A scuola, il tema della moda, ad esempio, potrebbe essere presentato come tema trasversale affrontato dalle e nelle varie discipline curriculari, permettendo di introdurlo così anche nelle scuole dove la moda non rappresenta uno specifico indirizzo di studio finalizzato allo sviluppo di specifiche competenze per future professionalità in questo campo. Il tema trasversale della moda può essere affrontato in una prospettiva interdisciplinare collegandolo a quello della sostenibilità e integrandolo nei programmi di studio attraverso specifici moduli sui materiali sostenibili, i metodi di produzione etici e il consumo responsabile dei vestiti e degli accessori che vengono utilizzati dalle persone nella vita quotidiana.

L'innovazione curricolare nell'educazione alla moda, attraverso l'integrazione di pedagogie critiche centrate sulla sostenibilità, la diversità e i valori sociali, è essenziale per preparare gli studenti a un settore in rapida evoluzione e di profonda attrattiva soprattutto presso i giovani. Queste

innovazioni nelle metodologie di insegnamento dei saperi della moda aiuteranno a sviluppare il pensiero critico, la consapevolezza culturale e la responsabilità etica, consentendo agli studenti di contribuire in modo significativo all'industria della moda e alla società nel suo complesso.

Lo studio approfondito della moda a livello storico, sociale e antropologico, può aiutare a promuovere nella scuola la diversità culturale e a incoraggiare gli studenti ad apprezzare e integrare diverse estetiche nei loro progetti di vita, in linea con il concetto di pedagogia culturalmente sostenibile, che supporta il pluralismo culturale. Un approccio inclusivo alla moda non solo arricchirà il processo creativo, ma contribuirà anche a smantellare le narrazioni eurocentriche tradizionalmente predominanti. Questo permetterà di superare stereotipi e pregiudizi legati al genere, alla concezione di maschile e femminile, alla percezione delle diverse etnie e dei gruppi sociali, nonché alle discriminazioni basate sull'aspetto fisico, che ancora oggi dominano l'industria della moda (Cheang, 2022; si pensi alle possibili interconnessioni critiche tra pedagogia, moda e i cosiddetti *fat studies* e *disability studies*)⁸. Inoltre, l'approccio prospettato da una pedagogia critica della moda permetterà agli studenti di confrontarsi con questioni sociali aperte e di attualità, favorendo una comprensione più profonda dei contesti sociopolitici

⁸ I *Fat Studies* sono un campo di studi interdisciplinare che esplora la costruzione sociale del peso corporeo e l'idea di "grasso" in relazione a temi come la discriminazione, l'oppressione e la rappresentazione culturale. Questo campo critica il bias verso il corpo grasso e sfida gli standard dominanti di bellezza e salute, promuovendo l'accettazione e la valorizzazione della diversità corporea anche attraverso la moda. I *Fat Studies* si occupano anche di smontare stereotipi e stigmatizzazioni associate al peso, ponendo al centro la giustizia sociale e i diritti delle persone con corpi di diverse dimensioni. I *Disability Studies* sono invece un campo interdisciplinare che esamina la disabilità come una costruzione sociale e culturale, piuttosto che solo come una condizione medica. Questo campo analizza come le società definiscono, trattano e rappresentano le persone con disabilità, promuovendo un approccio critico che sfida la discriminazione e favorisce l'inclusione e i diritti delle persone disabili. Per i *Fat Studies* e la pedagogia del corpo si vedano Cameron, 2015; Cameron - Watkins, 2018. Per una introduzione ai *Disability Studies*, si veda: Goodley, 2016.

che influenzano la produzione e il consumo di moda, preparando futuri professionisti socialmente responsabili.

L'intersezione tra moda, cultura popolare e attualità (che si potrà sviluppare, ad esempio, analizzando la modalità con cui la moda viene proposta nei *social network*) può diventare, inoltre, un'opportunità educativa per coinvolgere gli studenti, rendendo il loro apprendimento più motivante e attuale. Nella scuola, infine, un contributo pedagogico critico alla comprensione della moda come fenomeno culturale ed educativo potrà emergere dall'analisi approfondita dei complessi rapporti e delle questioni etiche sollevate dalla commistione tra commercializzazione e mercificazione dei simboli culturali all'interno del capitalismo, contesto in cui la moda è spesso coinvolta. Questo approccio permetterà di riflettere sulle implicazioni per la formazione dell'identità personale, integrando prospettive provenienti da discipline quali sociologia, arti, studi culturali e della comunicazione, antropologia ed economia (Rocamora - Smelik, 2015).

In conclusione, sarà essenziale, in futuro, definire e sviluppare nel campo degli studi pedagogici un'epistemologia della pedagogia della moda che, attraverso un approccio interdisciplinare e olistico, affronti i temi dell'educazione alla moda emersi dalle scienze umane e sociali contemporanee. Questo approccio dovrà promuovere inclusività e giustizia sociale, incoraggiare l'adozione di innovazioni metodologico-didattiche nei curricula e porre particolare attenzione alla sostenibilità. Una pedagogia della moda così concepita non solo preparerà gli studenti ad una migliore riuscita professionale, ma li renderà anche capaci di contribuire positivamente alla società con consapevolezza critica e responsabilità etica.

Riferimenti bibliografici

- Ahmed T. (2022), *Towards a Decolonial Feminist Fashion Design Reading List*, in «Art Libraries Journal», 47, pp. 9-13.
- Arsena A. (2023), *La moda come paradigma educativo nelle dinamiche della socialità digitale*, in «Education Sciences & Society», 2, pp. 34-43.

- Barnard M. (2014), *Fashion as Communication* (2nd ed.), Routledge, London.
- Baudrillard J. (1993), *The Transparency of Evil: Essays on Extreme Phenomena*, Verso, London.
- Blumer H. (1969), *Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection*, in «The Sociological Quarterly», X (3), pp. 275-291.
- Breward C. (1999), *The Hidden Consumer: Masculinities, Fashion and City Life 1860-1914*, Manchester University Press, Manchester.
- Breward C. (2003), *Fashion*, Oxford University Press.
- Cai H. (2014), *On the Effect of Human Body Shape on Fashion Pattern Making*, in *Proceedings of the 2014 International Conference on Education Technology and Social Science*, Atlantic Press, Dordrecht, pp. 55-59
- Cambi F. (2010), *La cura di sé come processo educativo*, Laterza, Roma-Bari.
- Cameron E. (2015), *Toward a Fat Pedagogy: A Study of Pedagogical Approaches Aimed at Challenging Obesity Discourse in Post-Secondary Education*, in «Fat Studies», IV (1), pp. 28-45.
- Cameron E. - Watkins P. L. (2018), *Fat Pedagogy: Improving Teaching and Learning for EveryBODY*, in «Fat Studies», VII (1), pp. 1-10.
- Cheang S. - Rabine L. - Sandhu A. (2022), *Decolonizing Fashion [Studies] as Process*, in «International Journal of Fashion Studies», IX (2), pp. 247-255.
- Choi K. - Lewis V. D. (2018), *An Inclusive System for Fashion Criticism*, in «International Journal of Fashion Design, Technology and Education», XI (1), pp. 12-21.
- Craik J. (1994), *The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion*, Routledge, London.
- Crane D. (2000), *Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing*, University of Chicago Press, Chicago.
- Eckersley A. (2020), *Duff C., Bodies of Fashion and the Fashioning of Subjectivity*, in «Body & Society», XXVI (1), pp. 35-61.
- Entwistle J. (2000), *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory*, Polity Press, Cambridge.
- Entwistle J. (2009), *The Aesthetic Economy of Fashion: Markets and Value in Clothing and Modelling*, Berg, Oxford.
- Entwistle J. - Wilson E. (2001), *Body Dressing*, Berg, Oxford.
- Ferrante A. (2017), *Che cos'è un dispositivo pedagogico?* FrancoAngeli, Milano.
- Fortunati L. - Katz J.E. - Riccini R. (2003), *Mediating the Human Body: Technology, Communication, and Fashion*, Routledge, London.

- Fratini T. (2015), *Sul dominio della moda e i suoi effetti sulla persona nell'epoca odierna: considerazioni pedagogiche*, in «Studi sulla Formazione», 1, pp. 147-159.
- Fullat O. (2002), *Le Parole del Corpo*, Anicia, Roma.
- Goodley D. (2016), *Disability Studies: An Interdisciplinary Introduction*, Sage, Thousand Oaks.
- Hebdige D. (1979), *Subculture: The Meaning of Style*, Routledge, London.
- Hesselbein C. (2019), *Walking the Catwalk: From Dressed Body to Dressed Embodiment*, in «Fashion Theory», XXV (3), pp. 367-393.
- Jenss H. - Eicher J.B. - Breward C. (2019), *Fashion Studies: Research Methods, Sites, and Practices*, Bloomsbury, London.
- Kawamura Y. (2006), *La moda*, il Mulino, Bologna.
- Lipovetsky G. (1989), *L'impero dell'effimero*, Garzanti, Milano.
- McRobbie A. (1997), *British Fashion Design: Rag Trade or Image Industry?*, Routledge, London.
- Polhemus T. (1994), *Streetstyle: From Sidewalk to Catwalk*, Thames & Hudson, London.
- Riello G. (2012), *La Moda. Una storia dal medioevo a oggi*, Laterza, Roma-Bari.
- Rocamora A. - Smelik A. (2015), *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists*, IB Tauris, London.
- Shen B. (2014), *Sustainable Fashion Supply Chain: Lessons from H&M*, in «Sustainability», VI (9), pp. 6236-6249.
- Simmel G. (1957), *Fashion*, in «The American Journal of Sociology», LXII (6), pp. 541-558.
- Steele V. (1998), *Paris Fashion: A Cultural History*, Berg, London.
- Svendsen L. (2006), *Filosofia della Moda*, Guanda, Milano.
- Wilson E. (2003), *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, Rutgers University Press, New Brunswick.