

African Fashion: performing the body and interpreting fashion

Call for Papers

**Dossier for Africa e Mediterraneo Issue 69-70 (3-4/2009)
edited by Giovanna Parodi da Passano e Sandra Federici**

The tenacious **preconception** which denies **Sub-Saharan African cultures** a history or an evolution is closely linked to the erroneous vision of repetitive societies, whose methods for creating and wearing clothes remain fixed over centuries, changing only as a result of the influence of white people (which may be viewed as destructive or as bringing civilization, depending on the version). This preconception gives a view of societies which are basically conservative in essence, whose codes of dress adhere to the rigid functionalism of traditional costume and ritual dress, and which are therefore **resistant** to the **very concept of fashion**.

There is also a second cliché that leads people to deny the existence of fashion in so-called traditional African societies. This second prejudice is closely linked to ethno-anthropological literature which treats dress, accessories and hairstyles primarily as means of non-verbal communication and symbolism. This viewpoint maintains that in ethnic cultures, materials, colours, patterns, modes of dress, and drawings and markings on the body do not correspond so much to aesthetic motivations or references, but must compulsorily have some kind of meaning (magic, ritual, identifying etc.).

“**Fashion**” on the other hand, which is characterized by an **inescapable aesthetic dimension** and an **incessant search for innovation**, is often described as a **phenomenon which is exclusive** to our period and to **our society**.

There is some truth in this latter affirmation. Whether one follows the approach of Georg Simmel, which ascribes the phenomenon of fashion to the socio-economic changes that have occurred with the rise of consumer society; or the approach of Jean Baudrillard, which describes fashion as a “fluctuation of signs” within a systemic game fed by the mechanisms of desire, seduction or consumption; the processes brought about by full Western modernity need to be examined. These processes involve firstly the commercialization and secondly the globalization and computerization of society.

It is necessary however to rebalance and re-examine this picture.

Even amongst cultures of ethnological interest, it is possible to attribute the trends and variations in dress not only to functional or “tribal” meanings, but also to the phenomenon of fashion. Ethnic and cultural identities are constructed and reconstructed over time, and all styles of appearance, as well as offering a tangible sign of belonging to a community, represent forms of ethnic and **aesthetic adhesion to societies in a constant state of evolution**.

An examination of the cultures of the so-called black continent (a term which is improper, as one realizes when one only thinks of the explosion of colours visible in African markets) highlights the arbitrariness of the decision not to acknowledge the importance of the aesthetic dimension in these societies. Actually, in these societies the anthropologically important phenomenon of 'dress' is traditionally accompanied by a widespread tendency towards **spectacle** and **dramatization**, which is indeed a part of everyday life. In Sub-Saharan Africa, choices of styles, clothing and fabrics constitute elements which make up identity and memory. The **pageant**, **ostentation**, **appearance**, **beauty** and the **image** of how one person presents himself to others (what today we call a person's "look") have always been of the utmost importance.

In contemporary Africa **the cult of elegance**, when combined with the desire to follow the latest trends, takes on unprecedented dimensions. And it can give rise to paroxysmal phenomena such as the Congolese *sape*: a "fashion" which came into being in the fifties and sixties, around the time of independence.

The **phenomenon of the sapeurs** is widely present in Central Africa. The *sapeurs* are young people who are consumed by an almost pathological attraction to Western designer clothing, to the point where they almost ruin themselves economically, instead of showing themselves off. Rather than constituting evidence of a form of standardization and loss of singularity, this phenomenon reveals the complexity that surrounds the creation of certain fashions, and their social roles and foundations, which requires a consideration of the complex traditions from which current African aesthetic trends emerge, and the cultural models that they reflect.

As the research of Justin-Daniel Gandoulou (1989) reveals, what truly manifests itself in the art of *sape*, (and also, in a wider view, what manifests itself in general in the contemporary African world of fashion, understood in its most extensive meaning), is **not** so much a defenceless and **passive adhesion**, on the part of Africa, to external models as a result of the imperialist promotion of Western lifestyles, **but rather**, as becomes clear on closer inspection, **the true goal of beauty**: the local evidence of contact and relationships with others.

Indeed, global processes and meanings can always be measured through the forces, interests and experiences taking place at local level.

This consideration leads directly on to the topic of African fashion and its relationship with the rest of the world (not just the Western world). If, indeed, the introduction to the continent of ideas, styles, materials, fabric printing techniques, cuts and accessories from diverse geographic and cultural origins confirms the taken-for-granted fact that different cultures observe, influence and define each other reciprocally, then we can draw the following conclusion. We can conclude that the phenomenon of adaptation, incorporation and indigenization of foreign styles, fashions and materials, through their inventive combination with traditional materials, dyes, weavings, patterns and colours, is evidence that in Africa the factor that remains constant is certainly not chimerical tradition, but rather **the local use of dress** as a mixture between a **form of perfor-**

mance and a form of socializing. In reality, tradition is in constant evolution, even though the majority of people maintain that it remains static, in support of evolutionary stereotypes.

The creative visiting of the “supermarket of styles” (as it has been identified by Ted Polhemus) is a present-day reality in the kaleidoscopic urban centres of contemporary Africa, which present themselves as shop windows and laboratories of **dynamics of cultural synthesis and cultural integration.**

African fashion is made up of a series of identity transformations, exchanges, dealings, negotiations and renegotiations. One only has to think, for example, of the numerous cases in which the choice of dressing traditionally, a rather than representing survival of a timeless look, represents an operation of **recovery-reaffirmation of a person’s own cultural heritage.**

The deconstruction of the association between “tradition” as origin, and between **“authenticity”** as essence, and the confirmation that cultural difference is not an exotic or stable alterity, are illustrated in Africa by the *pagne*.

Over time, this fabric, with its Euro-Javanese genealogy, has become a distinguishing symbol par excellence of Africa. It presents the highly topical issues of ethnic belonging, the intricate meeting of cultures, the postcolonial perception of Africa, and the Self-Other relationship, as matters of power and rhetoric rather than of essence. Besides, these topics are addressed in an ironic manner by the contemporary Anglo-Nigerian artist Yinka Shonibare in his artwork, the characterizing and distinguishing sign of which is the *pagne*.

Fashion also plays an important role in African creative industries. The 2008 UNCTAD report on creative economies notes that the dynamism of exports of creative products by developing economies is a new element which has emerged in recent years.

Fashion is a creative industry deserving of special attention, given its characteristics and the great potential of the fashion industry for trade. The global fashion industry is expanding; it is made up of “haute couture” as well as “ready to wear” and trendy designer clothing.

The existing statistical records of some developing countries need substantial improvement. We know for example that exports from the African design sector increased from 485 million in 2000 to 826 million in 2005 (source: UNCTAD). Data collection needs to be systematic and comparable in order to obtain an overview of the participation of developing countries in world trade of creative-industry products.

Various corporations of stylists and designers have long been working on and maintaining interesting North-South collaborations, and organizing important events for the promotion of the fashion industry, for example FIMA – The International Festival of African Fashion.

As the International Trade Centre maintains, “the rich cultures of Africa have long been a source of inspiration for the international fashion industry. Equally, the industry has benefited from African raw materials such as fabrics and leather. However, it is rare that the communities from which the inspirations and know-how are derived have benefited from the revenues of interna-

tional fashion. It is necessary to overcome the obstacles faced by poor communities, designers and SMEs in entering the value chains in order to access global markets".

For this reason, various initiatives and projects have been moving in the direction of “ethical fashion”, which is based on the concepts of fair trade and sustainable development.

The aim of our dossier is obviously not to provide a comprehensive report of the activities and scenarios which make up “African fashion”. Rather, the body of theoretical essays and empirical evidence contributed by academics, artists and professionals in the fashion world, will be used to draw up a **synthetic, live and up-to-date overview** of the “African way” of **performing the body and interpreting fashion**, which, we hope, will discredit old clichés. This aim depends above all on the authority of the contributing authors.

When we speak of “fashion” we mean to include both the kind of fashion created by stylists, fabric designers and African hairstylists (in and out of Africa), and also the kind of fashion which emerges as a result of everyday invention on the street.

The purpose is on one hand to put the phenomenon of fashion in Africa into historical, cultural, social and economic perspective, and on the other hand to discuss a series of approaches.

Key topics:

- λ **Trends and particularities**
- λ **The persistence and recovery of traditional aesthetic and expressive models**
- λ **Processes of assimilation and reworking, revision, modification**
- λ **Behaviour and practices by which people present themselves to others and show themselves off**
- λ **The existential strategies which underlie the language of dress and self representation**
- λ **The language of materials**
- λ **Women, the market, “traditional” materials and “authenticity” in an Africa of contemporaneity and modernization**
- λ **African production and ethical fashion**
- λ **Safeguarding and promotion of local *savoir faire***
- λ **Sustainable development and short distribution chains (with few intermediaries between producers and consumers)**
- λ **Stylists and the fashion industry**
- λ **Street fashion: trends, experiences and dynamics**
- λ **Fashion, design, identity and history**
- λ **Fashion: a game of mirrors and a game of imaginations**
- λ **The use and reuse of the European product**
- λ **Festivals and the fashion industry**
- λ **The creative industries**

Deadlines

November 30th, 2009: submission of abstract of article to editorial team

February 15th, 2010: submission of article to editorial team

March 31st, 2010: publication and distribution

Contacts

Sandra Federici, Director s.federici@africaemediterraneo.it

Filippo Mantione, Editorial Assistant f.mantione@africaemediterraneo.it

www.africaemediterraneo.it

tel + 39 051 840166

African Fashion : habiter le corps et vivre la mode Appel à contribution

Dossier pour Africa e Mediterraneo 69-70 (3-4/2009)

Sous la direction de Giovanna Parodi da Passano et Sandra Federici

Au préjugé tenace niant l'existence d'une histoire et d'une évolution aux **cultures d'Afrique** subsaharienne s'ajoute la vision erronée de sociétés répétitives, dont la manière de créer et de porter les vêtements est restée comme figée jusqu'à la modification de leurs coutumes, avenues uniquement sous l'influence des blancs (néfaste ou civilisatrice selon les versions). En somme, conservatrices par essence, fidèles aux codes vestimentaires et au fonctionnalisme rigide du costume traditionnel et du vêtement rituel, ces sociétés ne pourraient être que **réfractaires au concept de mode**.

Vient ensuite un second lieu commun qui porte à nier l'existence de la mode dans les sociétés africaines, dites traditionnelles. Il s'agit de l'idée préconçue selon laquelle, au sein des cultures ethniques, les matériaux, les couleurs, les formes de l'habillement, mais également les dessins et signes corporels, ne répondent pas à des motivations ou à des canons esthétiques, mais sont nécessairement pourvus d'une signification magique, rituelle ou identitaire. Cette idée n'est par ailleurs pas étrangère à une partie de la littérature ethno-anthropologique qui considère les habits, les ornements, les coiffures principalement comme des formes de communication non verbale et symbolique.

Au contraire, la “**mode**”, caractérisée par sa **dimension indubitablement esthétique** et par l'incessante recherche d'innovation, serait un **phénomène caractéristique** de notre époque et de **notre société**.

Dans cette dernière affirmation, il y a une part de vérité. En effet, si le phénomène de la mode est subordonné à l'évolution socio-économique, conséquence de l'avènement de la société de consommation (selon Georg Simmel), ou si l'on qualifie la mode comme “fluctuation de signes” au sein d'un jeu systémique alimenté par les mécanismes du désir, de la séduction et de la consommation (selon Jean Baudrillard), il est clair que les processus mis en jeu sont ceux amorcés par la modernité occidentale, c'est à dire la commercialisation et la massification (dans le premier cas), la globalisation et l'informatisation de la société (dans le second cas).

Il est pourtant nécessaire de rééquilibrer ce portrait.

En effet, **parmi les cultures à intérêt ethnologique**, il est également possible d'attribuer les tendances à la variation des façons de se vêtir à des **phénomènes de mode** à part entière, ne pouvant les réduire à de simples manifestations utilitaires ou “tribales”. Les identités ethniques et culturelles se construisent et se reconstruisent dans le temps, et en tout lieu, l'apparence corporelle, outre offrir un signe tangible de l'appartenance à une communauté, se présente comme forme **d'adhésion éthique et esthétique au sein de sociétés en continuelle transformation**.

Lorsqu'en plus, il s'agit des cultures du soi-disant continent noir (qualificatif inapproprié si on pense seulement à l'explosion de couleurs sur les marchés africains), il devient encore plus arbitraire de ne pas mettre en évidence le poids de la dimension esthétique au sein de ces sociétés où le phénomène anthropologique de l'habillement s'accompagne traditionnellement d'une tendance répandue à la **spectacularisation** et à la **théâtralisation** de la vie quotidienne. En Afrique subsaharienne, une partie de l'identité et de la mémoire est inscrite dans le corps habité, vêtu et dans les tissus. Depuis toujours, le **faste**, l'**ostentation**, l'**apparence**, la **beauté**, l'**image** qu'une personne présente de soi occupe un rôle de premier plan dans ce qu'aujourd'hui nous appelons le “look”

Le **culte de l'élégance**, lorsqu'il s'accompagne du goût pour les dernières tendances, revêt des dimensions inédites, et peut donner lieu à des phénomènes extrêmes comme la “sape” congolaise, cette mode née dans les années cinquante-soixante, à la suite des indépendances.

Le **phénomène des “sapeurs”**(personnes attirées presque pathologiquement par les vêtements griffés occidentaux, au point de se ruiner pour les exhiber) est répandu en Afrique centrale. Cette pratique représente moins une situation d'homologation et de perte que la complexité sous-jacente à la création de certaines modes. En mettant en jeu le social dans ses propres fondements, ce genre de pratiques poussent à déterminer et questionner ces traditions complexes desquelles émergent les orientations esthétiques africaines aujourd'hui et quels sont les modèles sociaux diffusés par ces dernières.

En réalité, comme le démontre la recherche de Justin-Daniel Gandoulou (1989), ce qui se manifeste au travers de l'art de la “sape” et des expressions autour de la mode et de l'habillement dans l'Afrique contemporaine en général, n'est pas à rapprocher de l'image d'une **Afrique passive** et victime de la promotion impérialiste des modes de vie occidentaux, **mais** correspondrait plutôt au **véritable enjeu de la beauté**, la preuve locale du partage et de la relation. En effet, les pro-

cessus et les explications globales se mesurent toujours par des forces, des intérêts et des expériences de contextes locaux.

Cette considération ouvre directement la voie à la question de la mode africaine et de ses rapports avec le reste du monde (pas seulement occidental). L'introduction sur le continent d'idées, de modèles, d'étoffes, des techniques d'impression des tissus, les coupes et accessoires d'origines géographiques les plus diverses, confirme le fait que les cultures s'observent, s'influencent et se définissent réciproquement. De ce fait, le phénomène prononcé d'adaptation, d'incorporation et d'indigénisation des styles, des modes et des matériaux venus de l'extérieur, au travers de leur combinaison inventive avec les matériaux, les teintes, les motifs et les couleurs traditionnels démontre qu'en Afrique, la chimérique tradition ne peut être considéré comme un facteur constant. En effet, elle est en permanente évolution _ même si une telle conscience ne cesse de subir les agressions d'un sens commun qui perpétue les théories évolutionnistes _ alors que **l'usage local des vêtements**, entre **forme de spectacle** et **forme de socialisation** semble être un facteur plus stable pour l'analyse de la création des modes vestimentaires en Afrique.

La fréquentation créative du “supermarché des styles” défini par Ted Polhemus est un phénomène courant dans les centres urbains kaléidoscopiques de l'Afrique contemporaine, véritable vitrine et laboratoire des **dynamiques de synthèse et d'intégration culturelle**.

La mode africaine est constituée de passages, d'échanges, de commerce, de négociations et renégociations d'identité. Il suffit de penser aux nombreux cas où la tenue vestimentaire “traditionnelle”, loin de représenter un look intemporel, se constitue en réalité comme une **réappropriation et une réaffirmation du propre héritage culturel**,

La déconstruction de la “tradition” comme origine, **de l’“authenticité”** comme essence, et la confirmation que la différence culturelle est autre qu'une stable et exotique altérité, trouve sa vérification plus significative en Afrique, dans l'analyse de l'utilisation du **pagne**.

Devenu au fil du temps le marqueur identitaire africain par excellence, ce tissu aux origines euro-javanaises, soulève les questions très actuelles de l'appartenance ethnique, de la rencontre inextricables entre les cultures, de la perception post-coloniale de l'Afrique et des rapports à l'autre comme affaires de pouvoir et de rhétorique plus que d'essence. Ces thèmes sont affrontés du reste avec beaucoup d'ironie par l'artiste contemporain anglo-nigérien Yinka Shonibare dont l'œuvre se distingue et se caractérise justement par la réinterprétation de l'usage du pagne traditionnel.

La mode constitue également une part importante de l'industrie créative africaine. Le rapport 2008 sur l'économie créative du CNUCED reconnaît le dynamisme du secteur de l'exportation des produits créatifs pour les économies en développement, élément récent, constaté ces dernières années.

La mode est un secteur de l'industrie créative qui mérite une particulière attention du fait des ses caractéristiques et de son grand potentiel commercial. L'industrie mondiale de la mode est en expansion. Elle se compose de la “haute couture”, du prêt-à-porter”, et des vêtements “tendance”. Les analyses statistiques existantes sur certains pays en développement ont besoin d'une amélioration significative. Nous savons par exemple que l'exportation dans le secteur de la création en Afrique est passée de 485 à 826 milliard de dollars entre 2000 et 2005 (sources CNUCED). Le recueil des données doit être systématique et comparé afin de vérifier l'ampleur de la participa-

tion des pays en voie de développement sur le marché mondial de l'industrie créative. Il existe différentes organisations de stylistes et créateurs de mode qui depuis longtemps tissent des liens de collaboration fructueux entre Nord et Sud et organisent d'importants événements pour la promotion des industries de mode comme le FIMA — festival international de la mode africaine.

Comme le soutient l' *International Trade Center*, “la riche culture de l'Afrique constitue depuis longtemps une source d'inspiration pour l'industrie internationale de la mode. De plus, l'industrie a exploité des matières premières en provenance d'Afrique comme les tissus ou le cuir, sans que ces communautés, sources d'inspiration et de savoir-faire, ne bénéficient des profits de la mode internationale. Il est donc nécessaire de surmonter ces obstacles rencontrés par les communautés économiquement défavorisées, créateurs, petites et moyennes entreprises, dans l'accès au processus de valorisation sur le marché mondial”.

C'est pourquoi plusieurs initiatives et projets prennent la direction de la mode éthique en appliquant les concepts de commerce équitable et du développement durable.

L'objectif de notre dossier n'est certainement pas de fournir un compte-rendu exhaustif des activités et des cadres qui constituent la “mode africaine”, mais bien donner la parole aux chercheurs, aux artistes et aux professionnels de la mode, en tirant de l'ensemble de leurs contributions (essais théoriques, recherches empiriques, témoignages ou images) **un tableau synthétique, vivant et actuel** de la manière africaine d'**habiter le corps** et de **vivre la mode**, ripostant ainsi aux lieux communs tenaces. Cet objectif se fonde avant tout sur la compétence des auteurs appelés à collaborer.

Par mode, nous entendons aussi bien la mode comme réalisation de stylistes, producteurs de tissus et créateurs de coiffures africaines (à l'intérieur et à l'extérieur de l'Afrique) que la mode comme fruit de l'invention quotidienne dans la rue.

Nous visons d'un côté à ancrer le phénomène de la mode en Afrique dans une perspective historique, culturelle, sociale et économique, et de l'autre à tracer les différentes approches de la question.

Thèmes-clé

- **les tendances et les spécificités**
- **les persistances et les récupération des schémas esthétiques et expressifs traditionnels**
- **les processus d'assimilation et de réélaboration**
- **les pratiques ostentatoires**
- **les stratégies existentielles sous-jacentes au langage vestimentaire et à la représentation de soi**
- **le langage des tissus**
- **les femmes, le marché, les tissus “traditionnels” et l'authenticité dans l'Afrique contemporaine, modernisée**
- **production africaine et mode éthique**
- **savoir-faire à sauvegarder et à valoriser**
- **développement durable et filière courte**
- **stylistes et industrie de la mode**

- **mode de rue : tendances, expériences et dynamiques**
- **mode, design, identité et histoire**
- **mode : jeu de miroir et jeu d'imaginaires**
- **utilisation et réutilisation du produit européen**
- **festivals et marché de la mode**
- **industries créatives**

Dates limites de dépôt

30 novembre 2009 : abstract de l'article en rédaction

15 février 2010 : articles en rédaction

31 mars 2010 : publication et distribution

Contacts

Sandra Federici, directrice s.federici@africaemediterraneo.it

Filippo Mantione, secrétaire de rédaction f.mantione@africaemediterraneo.it

www.africaemediterraneo.it

tel 0039 051 840166

African fashion: abitare il corpo e vivere la moda

Call for papers

**Dossier per Africa e Mediterraneo 69-70 (3-4/2009)
a cura di Giovanna Parodi da Passano e Sandra Federici**

Al **pregiudizio** tenace che nega alle **culture dell'Africa** subsahariana una storia e un'evoluzione si accompagna l'erronea visione di società ripetitive, rimaste ferme per secoli nelle loro maniere di creare e indossare abiti, modificate nei loro costumi soltanto sotto l'influenza (nefasta o civilizzatrice secondo le versioni) dei bianchi. Società, insomma, conservatrici per essenza, aderenti nei codici dell'abbigliamento ai rigidi funzionalismi del costume tradizionale e dell'abito rituale, **refrattarie alla concezione stessa di moda**.

C'è poi un secondo luogo comune che porta a negare l'esistenza della moda nelle società africane cosiddette tradizionali. L'idea preconcepita (cui non è estraneo l'orientamento della letteratura etno-antropologica a trattare abiti, ornamenti e acconciature prevalentemente come forme di comunicazione non verbale e di simbolismo) che nelle culture etniche i materiali, i colori, i motivi e le forme del vestiario - così come del resto i disegni e i segni sul corpo - non rispondano tanto a motivazioni o canoni estetici, ma debbano obbligatoriamente avere un significato (magico, rituale, identitario, etc.).

La **“moda”** invece, con l'**imprescindibile dimensione estetica** e con l'**incessante ricerca dell'innovazione** che la caratterizzano, sarebbe **fenomeno esclusivo** della nostra epoca e della **nostra società**.

In questa ultima affermazione c'è una parte di verità. Indubbiamente, se (sulle tracce di Georg Simmel) si subordina il fenomeno della moda al mutamento socio-economico dovuto all'avvento della società massificata dei consumi, o se (seguendo Jean Baudrillard) si qualifica la moda come “fluttuazione di segni” all'interno di un gioco sistemico alimentato dai meccanismi del desiderio, della seduzione e del consumo, ad essere chiamati in causa sono processi innescati dalla piena modernità occidentale: vale a dire la commercializzazione (nel primo caso), insieme alla globalizzazione e alla informatizzazione (nel secondo) della società.

Occorre però riequilibrare il quadro.

Anche fra le culture di interesse etnologico infatti è possibile ascrivere a **fenomeni di moda** le tendenze alla variazione nell'abbigliamento non riconducibili al solo significato utilitario o “tribale”. Le identità etniche e culturali si costruiscono e ricostruiscono nel tempo, e ovunque gli stili dell'apparire corporeo, oltre ad offrire un segno tangibile dell'appartenenza a una comunità, si presentano quali forme di **adesione etica ed estetica a società in continuo processo**.

Quando poi ad essere prese in considerazione sono le culture del cosiddetto continente nero (qualificativo improprio, se solo si pensa all'esplosione di colori dei mercati africani) diventa ancora più arbitrario non evidenziare il peso che la dimensione estetica ricopre in società nelle quali al fenomeno antropologicamente rilevante dell'abbigliamento si accompagna tradizionalmente una diffusa tendenza alla **spettacolarità** e alla **teatralizzazione** della vita quotidiana. Nell'Africa sub sahariana, una parte dell'identità e della memoria è inscritta nel corpo abitato, vestito, e nei tessuti. Da sempre, il **fasto**, l'**ostentazione**, l'**apparenza**, la **bellezza**, l'**immagine** che una persona offre esteriormente di sé, in altre parole quanto oggi siamo soliti chiamare il “look”, rivestono nel continente in questione un ruolo di assoluto rilievo.

Nell'Africa contemporanea il **culto dell'eleganza**, quando unito al gusto per le ultime tendenze, assume dimensioni inedite. Fino a dar luogo a fenomeni parossistici quali la *sape* congolese, “moda” nata negli anni Cinquanta-Sessanta a ridosso delle indipendenze.

Estesamente presente nell'Africa centrale, il **fenomeno dei sapeurs** (giovani posseduti da un'attrazione quasi patologica per i capi d'abbigliamento occidentali griffati al punto di arrivare a rovinarsi pur di ostentarli), più che parlarci di un presente di omologazione e di perdita, mostra la complessità che presiede alla creazione di certe mode che, nel loro mettere in gioco il “sociale” nei suoi stessi fondamenti, obbligano a chiedersi da quali complesse tradizioni emergano le attuali propensioni estetiche africane e di quali modelli culturali siano veicolo.

In realtà a manifestarsi nell'arte della *sape*, come chiarisce la ricerca di Justin-Daniel Gandoulou (1989) e, ampliando il raggio del discorso, ad emergere in generale nei mondi africani contemporanei della moda e dell'abbigliamento (qui inteso nel suo significato estensivo) **non** è tanto **l'adesione passiva** a modelli esterni da parte di un'Africa ridotta a vittima inerte dalla promozione imperialista di stili di vita occidentali **ma** è, a ben vedere, la **vera posta della bellezza**: la prova locale della condivisione e della relazione. I processi e i significati globali si misurano sempre, infatti, con forze, interessi ed esperienze dei contesti locali.

Questa considerazione apre direttamente la strada alla questione della moda africana e dei suoi rapporti con il resto del mondo (non soltanto occidentale). Se, infatti, l'introduzione nel continente di idee, modelli, stoffe, tecniche di stampa dei tessuti, tagli e accessori delle più diverse origini geografiche e culturali conferma il dato scontato che le culture si osservano, si influenzano e si definiscono reciprocamente, il pronunciato fenomeno di adattamento, incorporazione e indigenizzazione degli stili, mode e materiali esterni attraverso la loro combinazione inventiva con materie, tinture, tessiture, motivi e colori tradizionali dimostra come in Africa a rimanere un fattore costante non è certo la chimerica tradizione (in realtà da sempre in evoluzione, anche se tale consapevolezza non cessa di subire le aggressioni di un senso comune che perpetua stereotipi evolucionistici), quanto **l'uso locale del vestire fra forma di spettacolo e forma di socializzazione**.

La frequentazione creativa del "supermercato degli stili" individuata da Ted Polhemus è fenomeno corrente nei caleidoscopici centri urbani dell'Africa contemporanea che si presentano quale vetrina e laboratorio di **dinamiche di sintesi e integrazioni culturali**.

La moda africana vive di passaggi, scambi, commerci, negoziazioni e rinegoziazioni di identità (basti pensare ai numerosi casi in cui la una tenuta del vestire "tradizionale", lontana dal costituire il mantenimento di un look intemporale, si presenta come un'operazione di **riappropriazione-riaffermazione del proprio heritage culturale**).

La decostruzione della "tradizione" come origine e dell' **"autenticità"** come essenza, e la relativa conferma che la differenza culturale non è un'esotica e stabile alterità trova in Africa una delle sue verifiche più significative nel *pagne*.

Divenuto nel tempo segno identitario africano per eccellenza questo tessuto, con la sua genealogia euro-giavanese, solleva le questioni attualissime dell'appartenenza etnica, dell'incontro inestricabile delle culture, della percezione postcoloniale dell'Africa, e dei rapporti Io-Altro come faccende di potere e di retorica più che di essenza. Questioni affrontate con ironia dall'artista contemporaneo anglo-nigeriano Yinka Shonibare nella sua opera (il cui segno distintivo e caratterizzante è, appunto, il *pagne*).

La moda gioca un ruolo importante anche nelle industrie creative africane. Il Report sull'economia creativa relativo al 2008 redatto dall'UNCTAD dimostra come negli ultimi anni si stia manifestando un nuovo fenomeno di dinamismo nelle esportazioni di prodotti creativi da parte delle economie in via di sviluppo.

La moda è un'industria creativa che merita un'attenzione particolare, per via delle caratteristiche che la contraddistinguono e del suo alto potenziale sul mercato. L'industria globale della moda è

in espansione: essa comprende oltre alla cosiddetta “alta moda”, il prêt-à-porter e l’abbigliamento “di tendenza”.

Le statistiche sulla situazione di alcuni paesi in via di sviluppo necessitano di sostanziali miglioramenti. Sappiamo ad esempio che l’export nel settore del design in Africa è aumentato da 485 a 826 miliardi di dollari dal 2000 al 2005 (fonte UNCTAD). I metodi di raccolta dati sull’industria creativa hanno bisogno di essere sistematici e comparabili, in modo da poter essere utilizzati come strumento per verificare la reale partecipazione dei paesi in via di sviluppo al mercato mondiale dei prodotti dell’industria creativa.

Esistono corporazioni di stilisti e designer che da tempo stringono collaborazioni interessanti nord-sud e organizzano eventi importanti per la promozione delle industrie della moda. Tra queste non si può non ricordare il Fima – *Festival internazionale de la mode africaine*.

Come riporta l’International Trade Centre “le ricche culture dell’Africa sono state a lungo fonte di ispirazione per l’industria internazionale della moda. La stessa industria ha inoltre beneficiato delle materie prime del continente, come ad esempio tessuti e pellame. Tuttavia raramente le comunità africane dalle quali sono state tratte ispirazioni e conoscenze hanno realmente beneficiato dei profitti della moda internazionale. È necessario che le comunità più povere, designer e SMEs possano superare gli ostacoli davanti ai quali si trovano, in modo da poter accedere al mercato globale”.

Per questo varie iniziative e progetti si stanno muovendo nella direzione della moda etica (*ethic fashion*), applicando i concetti del commercio equo e solidale e dello sviluppo sostenibile.

La presunzione del nostro dossier non è, ovviamente, quella di fornire una rassegna esaustiva delle attività e degli scenari che costituiscono la “moda africana”, bensì – dando la parola a studiosi, artisti e professionisti della moda - quella di ricavare dall’insieme dei contributi (saggi teorici, ricerche empiriche, testimonianze o immagini) un **quadro sintetico, vivo e aggiornato** (atto a sconfiggere vecchi luoghi comuni) della “maniera africana” di **abitare il corpo** e di **vivere la moda**. Presunzione che si fonda innanzitutto sull’autorevolezza degli autori chiamati a collaborare.

Per moda intendiamo sia la moda realizzata da stilisti, produttori di tessuti e creatori di acconciature africani (all’interno e all’esterno del continente), sia la moda come frutto dell’invenzione quotidiana nella strada.

Si punta da un lato a mettere in prospettiva storica, culturale, sociale ed economica il fenomeno della moda in Africa, dall’altro a tracciare una serie di percorsi.

Temi chiave:

- le tendenze e le specificità**
- le persistenze e i recuperi di schemi estetici ed espressivi tradizionali**
- i processi di assimilazione e di rielaborazione**
- le pratiche ostentatorie**
- le strategie esistenziali sottese al linguaggio del vestire e del rappresentarsi**

- il linguaggio dei tessuti**
- le donne, il mercato, i tessuti “tradizionali” e l’autenticità nell’Africa della contemporaneità e della modernizzazione**
- produzione africana e moda etica**
- savoir faire* da salvaguardare e valorizzare**
- sviluppo sostenibile e filiera corta**
- stilisti e industria della moda**
- street fashion: tendenze, esperienze, dinamiche**
- moda, design, identità e storia**
- moda: gioco di specchi e gioco di immaginari**
- uso e riuso del prodotto europeo**
- festival e mercato**
- industrie creative**

Tempi di consegna

30 novembre 2009: abstract dell’articolo in redazione

15 febbraio 2010: articoli in redazione

31 marzo 2010: pubblicazione e distribuzione

Contatti

Sandra Federici, direttrice s.federici@africaemediterraneo.it

Filippo Mantione, segretario di redazione f.mantione@africaemediterraneo.it

www.africaemediterraneo.it

tel + 39 051 840166