

Avrebbero avuto successo le collezioni di **Stella Jean** se non fossero scaturite e accompagnate dalla sua forte sensibilità sociale? Oppure il suo sforzo di mostrare il multiculturalismo realizzato attraverso le sue creazioni avrebbe dato gli stessi risultati se non si fosse accompagnato alla sua creatività e al suo forte senso estetico?

Non lo possiamo dire, ma i fatti parlano. È una stilista di successo internazionale ed è una donna intelligente; possiede un codice etico forte e significativo e questo la ha portata negli anni ad un appassionato, perseverante ed efficace lavoro per evidenziare che la moda può insegnare la tolleranza, il rispetto tra le varie popolazioni, la valorizzazione di artigianalità di comunità indigene che rischiano di perdersi. Utilizzando i manufatti di popolazioni, talvolta sconosciute alle culture “occidentali”, ha voluto dimostrare che i brand di lusso potrebbero innescare a favore delle comunità più povere un meccanismo capace di scardinare l’assistenzialismo e di conseguenza promuovere per esse l’indipendenza dall’economia più ricche, fino a generare l’auto sostentamento delle comunità interessate.

In occasione della settimana della moda milanese di febbraio 2020 Stella Jean ha presentato la sua collezione A/I 2020-21, dallo stile inconfondibile in cui mescola fantasie africane o caraibiche, andine o caucasiche, con quanto di più europeo possa esserci: capispalla sartoriali, gonne di ispirazione anni 50 strizzate in vita, tela jeans per una giovanile tuta dalla linea perfetta, utilizzo di pellicce ecologiche, ecc. Ancora una volta ha messo alla base del suo lavoro il messaggio del multiculturalismo e ha esibito il suo lavoro in modo particolarmente originale perché dice “*non possiamo pensare di sfilare come se nulla fosse*”.

Ed eccoci a guardare la sua proposta di riflessione. Una intelligente, profonda, gradevole, gioiosa, ironica campagna di sensibilizzazione per quelle note di razzismo che subiscono donne italiane a tutti gli effetti, ma con gli occhi a mandorla o la pelle nera e i capelli crespi.

Sì, di evidente ascendenza non italiana, ma totalmente integrante, parte viva della cultura e mondo del lavoro italiano; anche loro hanno, come si vede in una delle immagini, come punto di riferimento la Costituzione Italiana. Venti donne indossano le sue creazioni e sono le protagoniste di un breve video: professioniste, scrittrici artiste e sportive, l'immagine di una Italia multiculturale.

Il messaggio è chiaro: nel 2020 il razzismo non è più accettabile e non deve esserlo in Italia, dove però, secondo un rapporto presentato all' Assemblea parlamentare del Consiglio d'Europa, si nota "un incremento nelle attitudini razziste, nella xenofobia e contro gli zingari nel discorso pubblico, particolarmente sui media e su internet". La stilista Stella Jean vive personalmente il problema, è italiana, "prima stilista nera " come ella stessa si definisce -italo-haitiana, nata e cresciuta a Roma, madre di Haith, padre italiano piemontese- che si trova a "fronteggiare oltre alle aggressioni a fondo razziale, l'incredulità della gente, al suo essere semplicemente italiana".

Abbiamo detto che la campagna è oltremodo gradevole. Nel video, 11 volti di donne sorridenti che con ironia ripetono, per terminare con una sonora risata, quegli stereotipi che spesso si sentono dire a causa del colore della pelle o del taglio degli occhi,





