



TENDENZE

IL ROSA SI RIBELLA

di Camilla Ghirardato

È il colore dei fenicotteri ma anche delle lotte femministe. È il marchio della Barbie ma anche la tinta genderless del momento. Vestirsi di pink diventa un gesto rivoluzionario. Ti sveliamo perché



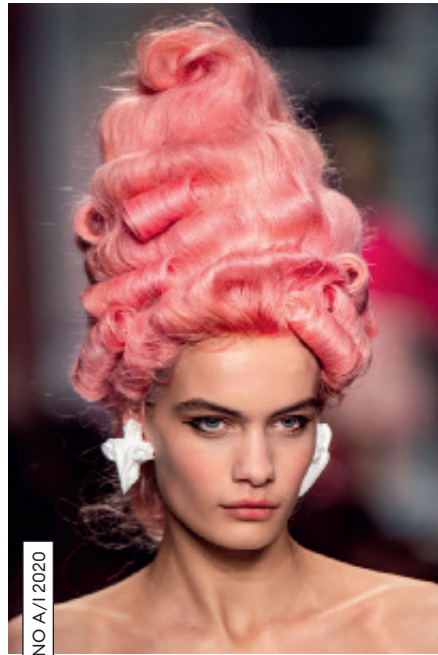
Nei londinesi El&N Café, amati da instagrammer e tiktoker, tutto è rosa.

Curiosa la storia del rosa. Nell'antichità era percepito come la versione slavata e pallida del rosso, simbolo di forza e virilità. «In più, per molto tempo è stato accusato di non essere realistico perché, tramonti e poco altro a parte, è una tinta non troppo diffusa nel mondo naturale» racconta Rossella Migliaccio, esperta di colori. È diventato la tonalità femminile per eccellenza solo in tempi relativamente vicini. Per l'esattezza, nel 1868, anno di pubblicazione di *Piccole Donne*, dove per la prima volta si accenna alla moda francese di distinguere con un fiocco rosa le bambine dai maschietti.

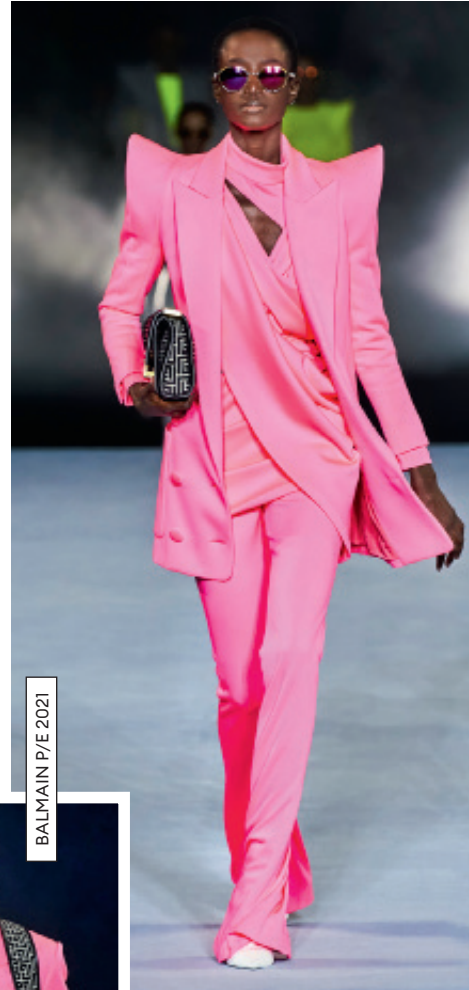
È sempre diverso. Da allora a oggi, questa tinta potente ne ha fatta di strada al fianco delle donne. Cifra distintiva di una delle più famose stiliste (Elsa Schiaparelli con il suo shocking pink), da una parte è il colore simbolo della Barbie, dall'altra infiam-



Irina Shayk, in outfit sportivo, usa il rosa per gli accessori



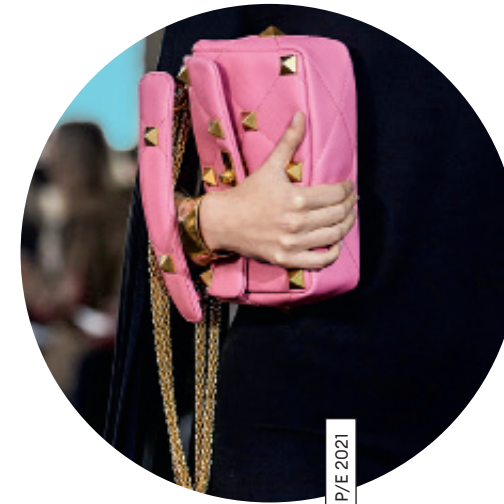
MOSCHINO A/I 2020



BALMAIN P/E 2021



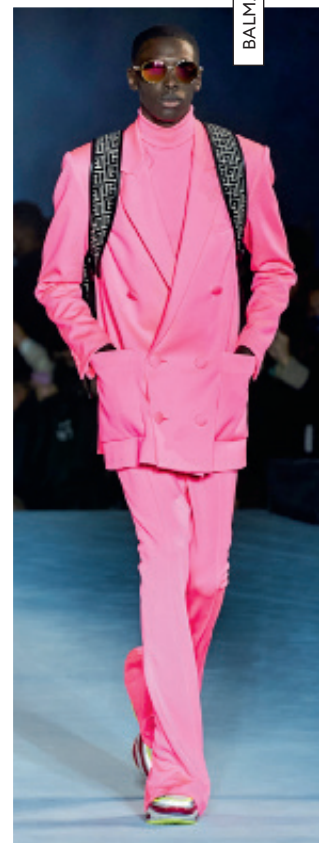
ISABEL MARANT P/E 2021



VALENTINO P/E 2021



GIAMBATTISTA VALLI P/E 2021



GETTY/IMAXTREE



PELLE TINTA BUBBLEGUM E BORCHIE CATTIVE SULLA BORSA. COMPLETI SHOCKING PINK PER LEI E PER LUI. IL ROSA HA COMPIUTO LA TRANSIZIONE DA ROMANTICO A IMPASSIBILE

designer di Chanel, parlando di rossetti, aveva definito quello rosa come «una piccola ribellione», addirittura punk. Secondo lei, nel make up lo si può usare senza paura di bamboleggiare perché, accostato a una base beige diventa un colore androgino, non di genere, sicuro di sé, persino impassibile. Siamo a mille miglia dalla vecchia definizione di tinta romantica, concorda l'esperta Migliaccio: «Oggi, affrancato da ogni sua leziosità, è il colore portabandiera dell'orgoglio agender».

È anticonformista. «Il rosa ha anche una resa incredibile sui social» continua Rossella Migliaccio. «Lo sa bene Chiara Ferragni che lo usa spesso sul suo account di Instagram, lo hanno capito subito i giovani tiktokker che ricorrono a questo colore per "bucare" con i video». Sai che la catena di bar londinesi El&N Café (elnlondon.co.uk) è meta di culto degli instagrammer? L'arredo total pink offre lo sfondo ideale per selfie acchiappa-like. Restiamo in Gran Bretagna, dove il rosa è stato la tinta di capelli della pandemia: nel 2020, le vendite di prodotti per la colorazione fai-da-te rosa sono aumentate del 50%. Insomma, conviene prendere dimestichezza con questa cromia elettrizzante cominciando magari da un paio di mini Ugg, come fa Irina Shayk. O ispirandoci alle sfilate della primavera. Da Chanel il rosa regna sovrano. Prada propone una nuance pesca poco vezzosa e molto cool. Isabel Marant e Balmain lo lanciano per lei e per lui, in stile genderless anticonformista. Stella McCartney lo usa generosamente per la sua collezione realizzata al 65% con materiali ecosostenibili. Motivi per una svolta in rosa, insomma, ce n'è più d'uno e non solo perché rilassa. «Tendiamo spesso a scegliere abiti in sintonia con l'ambiente che ci circonda che, in questo momento pandemico, è più nero che mai. Vestirsi di rosa è quindi un atto rivoluzionario» sostiene Ferré. Sì, perché a dispetto di tutto, è un colore ricco di speranza. Fai la prova: concediti 15 secondi per guardare bene queste pagine. Fatto? Non ti è venuta voglia di sorridere?

©RIPRODUZIONE RISERVATA

ma le femministe di ogni età. Quattro anni fa, per esempio, tinse i berretti di lana delle americane che protestavano contro il sessismo trumpiano. Poi è arrivata un'altra pietra miliare del nuovo corso del rosa: il Millennial Pink (Pale Dogwood per Pantone o rosa quarzo), quella sfumatura delicata che nasce dal design scandinavo, approda alle scenografie e ai costumi di un film di culto (*Grand Budapest Hotel* di Wes Anderson), seduce con le prime versioni rosé dell'iPhone e, naturalmente, trionfa nella moda. Se guardi le sfilate della prossima primavera-estate, noterai che torna, sì, il Millennial Pink, ma arrivano anche cardigan confetto (Miu Miu), camicie shocking (Valentino) e tailleur pastello (Chanel): una tempesta rosa che comprende tutte le nuance.

È potente. «In questi ultimi anni, il rosa ha cominciato la sua crescita: da tinta bébé, sta mutando di carattere. Ma mi sembra che sia ancora in cerca del luogo dove esprimersi con maturità» sostiene l'esperta di moda Giusi Ferré. «E va detto che, nonostante dagli anni '70 sia il colore del femminismo, resta una tinta classista. Nel senso che non dona a tutte, passata la giovinezza diventa difficile da indossare. Innegabile, però, la

sua potenza emotiva: è il simbolo del buonumore e per approfittarne basta una borsetta, magari di Gucci, o un paio di scarpe, magari di Prada, a riprova che anche i grandi marchi sostengono la pink revolution». Non sono da meno i designer emergenti: a Natale il francese Jacquemus ha lanciato una capsule chiamata Pink, coerente con il suo nome e subito andata a ruba.

È punk. La potenza del rosa come colore rivoluzionario era nell'aria da qualche tempo. Già nel 2019 Lucia Pica, global creative make up and colour