

A destra. La campagna del Denim Day, a Roma il 27/5, presentato da Guess Foundation Europe e in collaborazione con The Circle Italia Onlus;

Un jeans troppo stretto per essere sfilato senza il consenso di chi lo indossa: con questa discussa motivazione una sentenza della Corte di Cassazione italiana nel 1998 annullava una condanna per stupro emessa nei confronti di un istruttore di guida, la cui giovane vittima portava, inopinatamente, jeans aderenti. Questo inemendabile segno di regresso, culturale e giuridico, non è passato inosservato, ma ha provocato una reazione a catena di eventi che hanno trasformato il denim nel simbolo della lotta contro la violenza sessuale. Prima la protesta delle donne ame-



2016

● Per combattere la discriminazione, analizzare e provare a superare il pensiero misogino nella cultura occidentale il libro di Paolo Ercolani "Contro le donne. Storia e critica del più antico pregiudizio", Marsilio.

**DENIM DAY**  
MAY 27, 2016

## Jeans with a cause by Barbara Amadasi

denimdayinfo.org. Sotto, da sinistra. Due testimonial Guess: Line Gost, foto Bryan Adams; Claudia Schiffer, foto Ellen von Unwerth (courtesy Guess).

**Una giornata evento in cui indossare il capo simbolo di un'attitude young & free. Contro la violenza sulle donne. Per sostenere le associazioni e promuovere il cambiamento**

ricane che manifestavano in jeans aderenti, poi la nascita di associazioni come la losangelina Peace Over Violence

di Patti Giggans, che diciassette anni fa ha fondato, proprio in risposta a questa sentenza, il Denim Day. La manifestazione, diventata un importante strumento di sensibilizzazione negli Stati Uniti, è ora al secondo appuntamento italiano: il 27 maggio infatti il Denim Day si tiene a Roma, con il sostegno di Guess Foundation Europe, l'organizzazione che ha portato l'evento anche in Europa, trasfor-

mandolo in un network globale, e in collaborazione con The Circle Italia Onlus. Per Guess, un brand che con le sue iconiche campagne e le sue sensuali testimonial è diventato simbolo del jeans più glam e femminile, questa è una battaglia particolarmente significativa, e da combattere in prima linea. «Vogliamo coinvolgere la comunità e i governi, creare consapevolezza e una rete che supporti le vittime», ha dichiarato Paul Marciano, presidente esecutivo e direttore creativo del gruppo. Oggi, con una campagna filantropica globale, l'edizione italiana invita le donne a indossare i jeans come segno di attivismo e promuove inoltre una raccolta fondi: dal 13 al 29 maggio nei Guess stores, per ogni jeans acquistato verranno devoluti 10 euro ai centri dell'associazione D.i.Re, Donne in Rete contro la violenza, che aiuta le vittime a riacquistare la propria autonomia. Proprio per stigmatizzare sentenze e prese di posizione come quella del 1998, è importante coltivare un humus sociale e una cultura che non giustifichino i maschi violenti. Secondo i dati dell'ultimo rapporto Istat, sono quasi sette milioni le donne che in Italia hanno subito qualche forma di abuso. E se le cronache portano alla ribalta quotidianamente nuovi casi sempre più efferati, emergono lievi segnali di miglioramento (negli ultimi cinque anni le violenze fisiche o sessuali sono passate dal 13,3 all'11,3 per cento), dovuti a una maggiore consapevolezza e a un clima sociale di condanna favorito anche dal lavoro delle associazioni.



2008



1989