

## NOTIZIE

La saga fantasy  
**Il Trono di Spade**  
è agli episodi finali, dopo  
anni di battaglie e colpi  
di scena. Ma non sarà  
un vero addio, perché la  
serie è entrata così tanto  
nelle nostre vite da aver  
cambiato il modo in cui  
vediamo il mondo

DI Marina Speich



Gli attori Emilia Clarke, 32 anni, e Kit Harington, 32, nel *Trono di Spade*.

# UN TRONO per tutti 6

**I**l *Trono di Spade* sta finendo. Anzi, no: *Game of Thrones*, la serie tv più seguita della storia con 30 milioni di spettatori a puntata in 173 Paesi del mondo, la più controversa per la violenza e il sesso, la più costosa e la più remunerativa, e anche la più premiata, con la vittoria di 47 Emmy Awards, non finirà. È anche se è arrivata all'ultima stagione, la saga di guerrieri e combattimenti continuerà a influenzarci. «Mancano solo due puntate eppure questo fenomeno pop ha talmente rivoluzionato la nostra cultura che sentiremo il suo effetto per molto tempo», dice Paola Brembilla, docente di Televisione all'università di Padova e autrice di *It's All Connected. L'evoluzione delle serie tv statunitensi* (Franco Angeli). «E non solo perché ci saranno molti spin-off, progetti ispirati a *Il Trono di Spade*: tre sono confermati, due già in lavorazione», spiega Andrea R. Rednic, soprannominato Caleel, youtuber esperto di fantasy e autore del romanzo *La caduta dello Zentir* (Fanucci). «Ma anche perché *Il Trono di Spade*, l'unica serie che con il passare del tempo ha guadagnato sempre più spettatori, è un lubrificante sociale: non si parla d'altro in ufficio, al bar, tra gli amici». Non sfugge neppure chi non ha mai visto un episodio: prima o poi, ne è inevitabilmente contagiato.

È successo anche alla moda. Alberta Ferretti si è ispirata alla serie per una collezione pre-fall, John Varvatos ha lanciato a marzo una capsule di abbigliamento maschile legata al *Trono di Spade* e non mancano citazioni di "donna guerriero", come nella saga tv, in altre passerelle. Non solo: adidas ha reinterpretato le fazioni dei Sette Regni in una collezione di sneakers, mentre le grandi maison hanno scommesso sui volti dei protagonisti: Dolce & Gabbana su Emilia Clarke e Kit Harington, Louis Vuitton su Sophie Turner. Poi è stato contagiato il mondo della bellezza: Urban Decay, marchio del gruppo L'Oréal, ha appena realizzato una linea di make

up ispirata al *Trono di Spade* e non si contano i tutorial su come imitare l'acconciatura di Daenerys Targaryen, una delle protagoniste. «Le sue trecce richiamano l'idea del trionfo in battaglia. Hanno un valore simbolico: rappresentano la forza femminile», dice Brembilla. «Stagione dopo stagione le donne sono diventate sempre più importanti, potenti, vere eroine. E questo modello femminile, in un'epoca dominata dai movimenti antiabusi #MeToo e Time's Up, rispecchia lo spirito dei tempi».

La politica stessa, da destra a sinistra, ha sfruttato il successo della serie. Il primo è stato il presidente americano Donald Trump nei suoi tweet, usando gli stessi caratteri tipografici della sigla di *Game of Thrones*, in Spagna Pablo Iglesias, leader di Podemos, ha fatto parallelismi tra mondo medioevale della serie e lotta per il potere politico. «In Italia, in vista delle elezioni europee, Giorgia Meloni, leader di Fratelli d'Italia, contro l'arrivo dei migranti ha usato lo slogan "Aiutateci a fermare gli estranei", i cattivi della serie», dice Andrea Basti, esperto di comunicazione e uno dei fondatori degli *Incompetenti*, podcast di cinema. «Ed Emma Bonino, di fronte all'avanzata della destra ha lanciato il motto "Not Today", "resisti", una delle frasi entrate nel linguaggio quotidiano». Anche "L'inverno sta arrivando", il motto di una delle famiglie in lotta, viene usato per esprimere la preoccupazione per un ostacolo, per esempio un esame a scuola. E ragazzi di tutto il mondo si salutano con il "ciao" della serie: "Valar Morghulis", cioè "Tutti devono morire".

«La saga, con il suo rigido inverno e l'avanzata di un popolo di ghiaccio, è diventata anche metafora del cambiamento climatico», dice Brembilla. «L'unico modo per combatterlo è che i Paesi uniscano le loro forze. Esattamente come accade nella serie tv, dove popoli selvaggi e civili si alleano contro un nemico comune». ■