


**ABBONATI SUBITO**

HOME LIFESTAGE **BACKSTAGE** FINANZA ENGLISH SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS COLLEZIONI  
TV MODA

## Da Emily in Paris a Just like that, la moda è una questione di serie tv

Il legame tra fashion e produzioni per il piccolo schermo, esploso con Sex and the city e Friends, continua anche con le nuove release. Al punto che oggi la maggior parte delle tendenze è ispirata allo stile dei protagonisti del video

di Ursula Beretta

09/09/2023

Home » Backstage » Da Emily in Paris a Just like that, la moda è una questione di serie tv

Condividi:



Lily Collins in Emily in Paris (Instagram @emilyinparis)

distribuzione sempre più capillare, passa necessariamente per i loro altissimi standard qualitativi. In cui, ovviamente, l'attenzione dedicata ai costumi

È un fatto che le serie tv abbiano conquistato da almeno un decennio una posizione centrale nell'ecosistema mediale e sociale per ragioni che, dalla qualità delle produzioni alla loro fruizione democratica permessa da una

**ACQUISTA L'ULTIMO NUMERO**
**COLLEZIONI**
**LIFESTAGE**

09/09/2023


**DOLCE&GABBANA VARA IL REAL ESTATE A MARBELLA**

occupa un posto di primo piano. Sorelle minori delle creazioni dedicate al grande schermo, capaci per quasi un secolo di dettare tendenza anche e soprattutto a livello vestimentario, le serie tv sono le nuove protagoniste della cultura e del lifestyle mainstream e si sono impadronite esse stesse della veste di radar per diventare creatrici di trend&co.

Il risultato? Un rapporto di do ut des con il reale che i prodotti televisivi influenzano e da cui sono influenzati anche grazie al dialogo sempre più serrato con il telespettatore. È fuor di dubbio che, in questo contesto, il linguaggio dell'abbigliamento sia profondamente rilevante non solo ai fini della narrazione, i costumi, infatti, sono un'importante chiave interpretativa per far comprendere al pubblico il periodo storico evocato, il contesto culturale e geografico in cui si svolgono gli eventi, le distinzioni identitarie e sociali fra i diversi

personaggi, ma anche per una mera questione estetica. Per averne una riprova è sufficiente leggere il saggio di **Antonella Mascio**, *Serie di moda - L'abbigliamento nelle narrazioni televisive*, edito da **Franco Angeli** che, a partire da una riflessione sulle recenti trasformazioni avvenute nel contesto dei media, dove le piattaforme hanno assunto ruoli importanti nella definizione delle modalità di scelta e di fruizione dei prodotti televisivi, indaga la complessa relazione fra moda e serie tv utilizzando l'analisi testuale e lo studio sociologico delle audience online. E poi, naturalmente, accendere la televisione, e fare un salto, mnemonico, nel tempo, per accorgersi di quanto film e fiction abbiano sempre avuto un ruolo fondamentale nel determinare ciò che è di moda e ciò che non lo è e di quanto, ultimamente, questa influenza sia diventata via via più palpabile.

La ragione è tutta da ricercare nella capacità stessa della moda, già in possesso di un carattere fortemente sociale, di sperimentare linguaggi comunicativi diversi che, dalle Poupées de mode adoperate nella metà del 17° secolo per diffondere nel resto d'Europa lo stile in voga alla corte del **Re Sole**, vero arbiter elegantiarum del periodo, arriva alle riviste di moda comparse agli inizi dell'Ottocento fino ai mezzi di comunicazione di massa. Primo, tra tutti, il cinema.



09/09/2023  
GIGI HADID DEBUTA NEL WHOLESALE CON GUEST IN RESIDENCE



08/09/2023  
TOD'S SFOGGIA CONTI IN CRESCITA A DOPPIA CIFRA....



08/09/2023  
STEVEN MEISEL DISEGNA UNA CAPSULE PER ZARA



08/09/2023  
MANSUR GAVRIEL, MARIA BORROMEO È IL NUOVO CEO



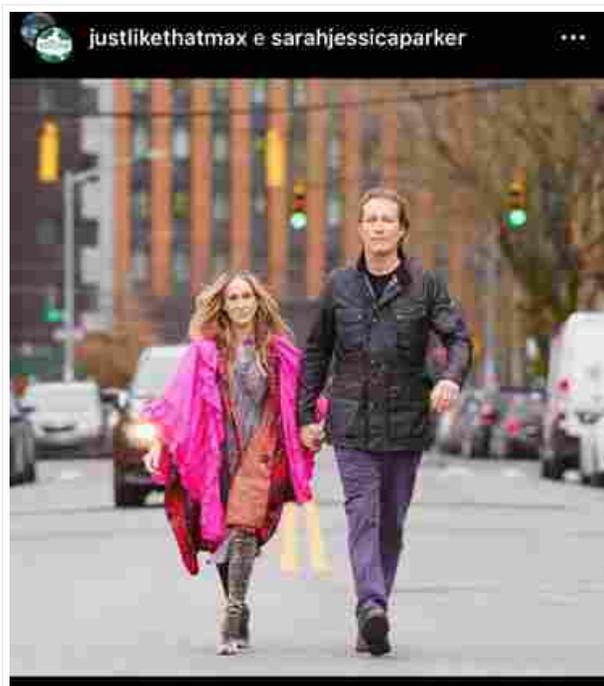
Sarah Jessica Parker (Instagram @sarahjessicaparker)

Da quando Hollywood, negli anni 20 del secolo scorso, iniziò a produrre film, la società cominciò a essere ossessionata dalle star del grande schermo e dalle loro scelte sartoriali, dentro e fuori dal set. Se i film diventavano delle immense vetrine per quegli abiti che poi indirizzavano le tendenze al di fuori del mondo di celluloidi, attori e attrici furono fondamentali nell'evoluzione dei canoni estetici e stilistici determinando un forte effetto di imitazione nel pubblico e ponendosi come fashion leader o, meglio, come influencer

ante litteram. Se **Coco Chanel** inventò il little black dress, fu grazie ad **Audrey Hepburn**, che ne indossò la versione iconica firmata **Hubert de Givenchy**, che questo capo divenne indispensabile nel guardaroba femminile. Allo stesso modo, i pantaloni amatissimi dalle attrici più chic degli anni 30, tra cui **Katharine Hepburn**, **Greta Garbo** e **Marlene Dietrich**, modificarono la percezione della femminilità, fino ad allora confinata al solo uso di abiti e gonne, cambiando il concetto di sensualità fin dalle sue basi più democratiche per finire addosso alle donne nella vita di tutti i giorni.

Rispetto al cinema, la serie televisiva ha un potere anche maggiore sull'immaginario collettivo grazie al suo formato seriale, tipico del feuilleton ottocentesco dal quale deriva, e per la sua accessibilità che la rende fruibile a una fascia di pubblico più ampia. Quando nel 1951 venne messa in onda la prima puntata di *Lucy and I*, la televisione e i suoi programmi non furono più gli stessi, se ogni sera oltre dieci milioni di telespettatori si incollavano allo schermo per seguire le peripezie della protagonista, **Lucille Ball**, da quel momento la crescita della qualità e della quantità delle serie tv le fece diventare concorrenziali con lo stesso cinema non solo per le storie e i protagonisti raccontati ma anche per i costumi e gli outfit che comparivano sulla scena. Cosa che assunse, a partire dalla cosiddetta Golden age della tv, gli anni '80, un posto centrale nella società per poi perfezionarsi in un'evoluzione progressiva che ancora oggi prosegue.

In questo percorso evolutivo senza soluzione di continuità, l'abbigliamento ha assunto la funzione di elemento chiave della narrazione, con gli abiti e gli accessori si sono qualificati come protagonisti delle serie alla stregua dei personaggi. Importantissimi ai fini della narrazione e capaci, anche, di determinare effetti di engagement e di creare fandom, facendosi topic di riferimento per indirizzare i gusti del pubblico e permettere alla moda di fuoriuscire dallo schermo per incontrare la realtà.



Sarah Jessica Parker e John Corbett in Just like that (Instagram @justlikethatmax)

Ed è sufficiente un solo titolo, *Sex and the city*, a riassumere perfettamente il tutto. La serie targata **Hbo**, apparsa nel 1998, che raccontava le avventure di quattro amiche newyorkesi identificate, da sempre, con i soli nomi di battesimo, **Carrie, Samantha, Charlotte e Miranda**, ha rivoluzionato, tra le altre cose, il modo stesso di rappresentare il ruolo femminile nella società accompagnandolo a una narrazione vestimentaria quasi più importante delle vicende proposte sullo schermo al punto che non sarebbe fuorviante aggiungere a *Sex and the city* del titolo anche il termine fashion. **Carrie Bradshaw**, al secolo **Sarah Jessica Parker**, ha cambiato le regole dell'outfit televisivo esasperando la pregnanza stessa del discorso moda che già aveva mostrato le sue potenzialità nel personaggio di **Rachel Green** aka **Jennifer Aniston** di *Friends*, indiscussa icona di stile degli anni '90 con il suo bagaglio di look da perfetta fidanzatina d'America e con il suo celebre hair style capace di influenzare intere generazioni di donne. Il risultato? Una visibilità fuori misura con brand e maison costantemente evidenziati nel racconto e diventati quasi metafora dell'identità dei personaggi, elevati sul medesimo piano della sceneggiatura e della regia.



Dall'alto a sinistra in senso orario Zendaya, Hunter Schafer, Sydney Sweeney e Alexa Demie (Instagram @euphoria)

Innumerevoli outfit indossati da Carrie hanno dato vita a sempreverdi tentativi di emulazione, il tulle sottratto al palcoscenico, le pellicce all over, il crop top con la pencil skirt, e naturalmente il tacco alto in ogni situazione, creando una vera e propria mitologia di accessori. *Sex and the city* è stato in grado di segnare un'epoca e di catapultare il mondo della moda nelle case di tutti, al di fuori del circuito degli addetti ai lavori e delle pagine patinate delle riviste, con un fashion storytelling proseguito anche nel suo sequel, *And just like that...* (vedere MFF del 23 giugno).

Altrettanto si può dire per le sorelline minori delle ragazze newyorkesi, le frizzanti e competitive *Gossip girl* che, da portavoce di quello stile preppy tipicamente Made in Usa, si sono trasformate anch'esse in icone di moda accompagnando, con il perfezionarsi dei look delle protagoniste e dei loro corrispettivi maschili, le trasformazioni caratteriali dei personaggi. E non solo. Numerosi brand e designer hanno fatto la fila per apparire negli episodi della serie a ulteriore dimostrazione che anche la moda era da annoverarsi tra i suoi protagonisti.

In tempi più recenti, *Emily in Paris* si è trasformato in un fenomeno mondiale al netto dei cliché in chiave francese di cui la serie trabocca pari solo alla presenza, nelle diverse stagioni, dei più grandi fashion brand mondiali, da

**Chanel a Louboutin** fino a **Kenzo e Ganni** (vedere *MFF* del 28 dicembre 2022). Che la vicenda sia più o meno credibile poco importa perché la serie ha saputo dettare quelle tendenze che, dagli innumerevoli profili social creati ad hoc, sono sbarcate nel quotidiano regalando una nuova popolarità a quello stile parisian chic divenuto un imprescindibile di tutti i giorni.



Da sinistra Gaten Matarazzo, Caleb McLaughlin, Finn Wolfhard, Noah Schnapp, Millie Bobby Brown e Sadie Sink (Instagram @strangerthingstv)

Le serie tv si sono sempre più qualificate come elemento fondamentale del linguaggio della moda e hanno contribuito a renderlo mainstream parallelamente a quel cortocircuito, sempre più evidente, tra fiction e moda che ha reso i confini tra universo reale e fashion man mano più labili fino a farli confondere del tutto. Basti pensare a **Ralph Lauren** che ha utilizzato il castello di *Downton Abbey* per presentare la sua fall-winter 2012, a **Banana republic** e **Brooks brothers** che hanno dedicato alcune loro capsule a *Mad men* mentre sono innumerevoli i tributi a *Game of thrones* da parte di maison quali **Gucci**, **Helmut Lang**, **Manish Arora**.

Questo processo è andato di pari passo con il cambiamento stesso del mondo delle serie tv che, unendo la sempre maggiore qualità dei suoi prodotti a una diffusione ancora più capillare, con la complicità dei servizi di streaming, ha portato anche l'estetica sottesa alle sue produzioni a livelli inimmaginabili in passato rendendo i costumisti, al pari degli influencer, mattatori incontrastati e artefici del suo successo. È il fattore **Patricia Field**, il deus ex machina dietro i look di Carrie Bradshaw, che fa la differenza. Un esempio? In *Wednesday* fondamentale è stato l'apporto della costumista **Colleen Atwood**, già vincitrice di 4 premi Oscar per migliori costumi in altrettante diverse pellicole cinematografiche, nel dare vita a uno stile dark e gotico che è andato oltre lo schermo televisivo per approdare addosso alle bambine, e non solo, di ogni latitudine. Esattamente come il revival anni 80 che ha accompagnato il successo di *Stranger things* ha fatto in modo che la gen Z, che quegli anni non li ha vissuti, recuperasse una serie di elementi vestimentari e non, rendendoli pop e immediatamente fruibili. Un po' come è avvenuto con *Euphoria*, in cui **Zendaya** e compagni sono vestiti e truccati seguendo una moda dai chiari

elementi Y2K che ha fatto schizzare i must have dell'epoca, dai minidress a fascia al mood grunge fino ai pantaloni a vita bassa, in cima ai trend topic di **Tiktok**. Senza tralasciare le rappresentazioni storiche traslate per il piccolo schermo che, a dispetto della distanza temporale con il presente, regalano trend seasonless, vedi alla voce Regencycore di *Bridgerton* come di *The crown*.



Lily Collins e Bruno Gouery in Emily in Paris (Instagram @emilyinparis)

Il fatto che l'abito strizzi costantemente l'occhio allo spettatore creando una relazione capace di continuare oltre il termine della storia ha fatto sì che le serie tv passassero dal rappresentare un semplice mezzo di intrattenimento al farsi veicolo privilegiato di messaggi che avessero anche a fare con il mondo della moda. Influenzando il mercato, plasmando il gusto degli spettatori, indirizzando l'ispirazione, ripescando trend a cui regalare nuova vita, come nel recentissimo caso del quiet luxury legato ai fasti

di *Succession*. Il tutto all'insegna di una perfetta originalità estetica, di livello sempre estremamente alto e dalla forte capacità emulativa. Fino alla fusione perfetta tra fiction e moda realizzata in passato, da serie acclamate come *Halston* a *Made in Italy*, e che ora è pronta a presentarsi con un nuovo capitolo in *The supermodels*, la docu-serie targata **Apple tv+**, che porterà nuovamente sotto i riflettori quattro top model che hanno scritto la storia della moda degli anni 90 (vedere *MFF* dell'11 luglio). **Naomi Campbell, Cindy Crawford, Linda Evangelista e Christy Turlington** sono pronte a lanciarsi in un excursus ricco di declinazioni su quel percorso che le ha portate a essere delle celebrità incontrastate. Gli ingredienti ci sono tutti per mostrare l'ennesimo e fecondo step di un rapporto, quello tra serie tv e fashion, che non conosce stanchezza. (riproduzione riservata)

LISTA NEWS

