

266.1.46

Serie di Moda

Antonella Mascio

Le serie Tv hanno conquistato da almeno un decennio una posizione centrale nell'ecosistema mediale, sia per la qualità dei titoli proposti, sia per le modalità distributive, legate per lo più alle nuove piattaforme digitali. Gli alti standard di qualità adottati investono tutti gli ambiti della produzione, compreso quello dei costumi e degli outfit. L'abbigliamento rappresenta, infatti, una importante chiave interpretativa, utilizzata per far comprendere al pubblico il periodo storico evocato, il contesto culturale e geografico in cui vanno a svolgersi gli eventi, le distinzioni identitarie e sociali fra i diversi personaggi. Basti pensare a titoli quali *Stranger Things*, *1992*, *The Handmaid's Tale* oppure *Sex Education*, analizzati nel volume, che hanno attirato l'attenzione degli spettatori per la loro complessità narrativa, nonché per i vestiti apparsi sullo schermo. A partire da una riflessione sulle recenti trasformazioni avvenute nel contesto dei media, dove le piattaforme hanno assunto ruoli importanti anche nella definizione delle modalità di scelta e di fruizione dei prodotti televisivi, il libro indaga la complessa relazione fra moda e serie Tv utilizzando l'analisi testuale e lo studio sociologico delle audience online.

Antonella Mascio è professoressa associata in Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso l'Università di Bologna, Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali. Negli ultimi anni la sua ricerca si è focalizzata sulle relazioni sociali online e sui rapporti fra internet, serie Tv, celebrity e moda. Collabora con Henry Jenkins al progetto Pop Junctions (<http://henryjenkins.org/>). Fra le sue ultime pubblicazioni "Sponsored Things: Audiences and the Commodification of the Past in *Stranger Things*" (in *Investigating Stranger Things Upside Down in the World of Mainstream Cult Entertainment*, Palgrave Macmillan, 2021).

Serie di Moda

Il ruolo dell'abbigliamento nelle narrazioni televisive

Antonella Mascio

€ 24,00 (U)

 **FrancoAngeli**
La passione per le conoscenze

ISBN 978-88-351-4774-9



9 788835 147749



FrancoAngeli

Consumo, Comunicazione, Innovazione

Indice

Introduzione	pag.	9
 Prima parte Moda, media e tv: scenari, teorie, audience		
1. Media digitali e relazioni sociali	»	15
1. Il contesto mediale contemporaneo	»	15
2. L'evoluzione sociale di Internet	»	16
3. Media e utenti nell'universo online	»	18
4. Dalla comunità al network	»	23
5. Il paradigma della convergenza	»	25
6. La relazione fra utenti e contenuti nell'universo digitale	»	29
7. La Tv nella Platform Society	»	31
 2. La moda e le serie Tv	»	37
1. Moda e società	»	37
2. Prima delle serie Tv: i media e la moda	»	39
3. Moda e celebrità	»	42
4. Le serie Tv	»	45
5. A partire dagli anni Ottanta: qualità, complessità, ecosistemi	»	47
6. Narrative modulari	»	53
 3. La moda nelle serie Tv	»	57
1. La moda come discorso narrativo autonomo	»	57
2. L'importanza dello stylist	»	61
3. L'abbigliamento nella narrazione	»	63
4. Moda, serie Tv e pubblico	»	64
5. Serie Tv, social network e moda. Un esempio di analisi	»	65

4. L'imitazione degli outfit delle serie Tv oltre il binarismo di genere	pag.	76
1. Perché l'abbigliamento	»	77
2. Perché TikTok	»	79
3. Costruzione del campione e metodologia di analisi	»	80
4. <i>Outfit inspired by Tv series</i> . Il rapporto delle audience-fan con i guardaroba	»	82
5. Quando la moda sembra più importante della serie. I video "fashion style"	»	86
6. Gli abiti come forma di espressione identitaria	»	88
7. Conclusioni	»	90

Seconda parte

Costumi, outfit, uniformi nelle serie Tv

5. 1992. Milano, Mani Pulite e la moda italiana	»	95
1. Milano fra gli anni Ottanta e gli anni Novanta	»	95
2. 1992. La trama e i personaggi	»	99
3. 1992. Un <i>quality</i> attento alla moda	»	101
4. Stili di vita e abbigliamento	»	102
5. Leonardo Notte e il mestiere di pubblicitario	»	106
6. Conclusioni	»	108
6. <i>Stranger Things</i>. Gli abiti fra presente e passato nostalgico	»	110
1. Estetica funzionale e fandom investigativo in <i>Stranger Things</i>	»	110
2. <i>Stranger Things</i> . Una proposta di analisi	»	112
3. Il ruolo dell'abbigliamento nell'evoluzione dei personaggi	»	113
4. L'intertestualità in <i>Stranger Things</i>	»	120
5. Lo studio delle audience	»	122
6. Il passato è un territorio straniero?	»	127
7. Teen drama e moda. L'esempio di <i>Sex Education</i>	»	131
1. La difficile collocazione temporale di <i>Sex Education</i>	»	131
2. Il guardaroba come chiave di lettura e di interpretazione dei personaggi	»	133
3. Il ruolo dell'abbigliamento nella storia	»	137
4. Conclusioni	»	139

8. <i>The Handmaid's Tale</i>. L'importanza della storia dietro l'uniforme	pag.	141
1. <i>The Handmaid's Tale</i> . Il romanzo prima della serie Tv	»	142
2. La serie Tv	»	145
3. La presentazione di <i>The Handmaid's Tale</i> e la vittoria di Donald Trump	»	151
4. L'uso <i>politico</i> della serie da parte delle audience	»	152
5. Conclusioni	»	155
 Bibliografia di riferimento	 »	 159

Introduzione

Le serie Tv hanno conquistato da almeno un decennio una posizione centrale nell'ecosistema mediale, sia per la qualità dei titoli proposti, sia per le modalità distributive, legate per lo più alle nuove piattaforme digitali. Si tratta di prodotti divenuti veri e propri oggetti di culto per fasce ampie della popolazione (Dusi, Grignaffini 2020). Esse si nutrono di storie accadute nel reale (come *Dahmer*, Netflix 2022), mostrano scenari distopici (*The Handmaid's Tale*, Hulu 2017-), lavorano sul registro ironico-parodico (*The Office*, NBC 2005 – 2013), inaugurano nuove strategie di costruzione del racconto (*The Affair*, Showtime 2014 – 2019) e molto altro ancora. Sono divenute un ambito di sperimentazione, nel quale ogni livello narrativo riveste un ruolo fondamentale.

In questo contesto il linguaggio dell'abbigliamento ha acquisito una posizione più rilevante. Certo, gli abiti di scena, i costumi, hanno sempre avuto un ruolo importante nelle produzioni mediali, nella definizione delle identità dei personaggi e nella costruzione delle atmosfere. Con l'evoluzione del genere seriale, però, i guardaroba hanno ottenuto una maggiore pregnanza sullo schermo, ricevendo notevole attenzione sia dagli operatori del settore fashion, sia dalle audience. Non si tratta solo di storie legate ai nomi dell'universo moda (come ad esempio possono essere *L'Assassinio di Gianni Versace*, Fox Crime 2016 o *Halston*, Netflix 2021) ma di narrazioni nelle quali i riferimenti alla cultura dalla moda presentano una loro rilevanza, attraverso lo spettro di significati che chiamano in causa. *Sex and The City* (HBO 1998 – 2004) prima, *Gossip Girl* (The CW 2007 – 2012) poi e più recentemente *Emily in Paris* (Netflix 2020-), insieme a *The Queen's Gambit* (Netflix 2020) sono apprezzate sia per le storie che raccontano, sia per gli abiti mostrati in scena. In queste narrazioni il linguaggio dell'abbigliamento convoca l'attenzione dello spettatore, lo guida verso possibili percorsi interpretativi, lo stupisce con i cambiamenti repentini che avvengono nei guardaroba dei personaggi e che mostrano i percorsi tortuosi della loro crescita.

Nell'era della tv complessa, la moda si configura dunque come un segmento di possibile interesse per il pubblico. Nell'universo digitale gli spazi dedicati alle discussioni sui guardaroba, sugli oggetti comparsi in scena, sulle pratiche e gli stili connessi attraggono una buona parte delle audience-fan, le quali, mediante i meccanismi della cultura partecipativa (Jenkins 2006), si incontrano, producono contenuti, li condividono e li diffondono. Analizzare il ruolo dell'abbigliamento nelle serie tv e seguire i destini che attraversa per via dell'operato delle audience diviene un possibile punto di vista per osservare le dinamiche tipiche della platform society (van Dijck, Poell, de Waal M. 2018).

L'obiettivo del libro è proprio quello di far dialogare l'analisi testuale, dunque osservare il discorso della moda in alcune serie tv, con lo studio sociologico delle audience, approfondendo le modalità messe in atto da quella parte del pubblico interessata ai guardaroba utilizzati nelle storie. Per questa ragione il volume si divide in due sezioni.

La prima è dedicata alle trasformazioni che sono avvenute nelle relazioni sociali online, a partire dalla metà degli anni Novanta. Dalle comunità virtuali, ai social network, fino alla platform society le evoluzioni tecnologiche sono state molte, così come sono variati enormemente gli usi degli strumenti da parte degli utenti. La televisione è parte di questo universo, sia nelle sue modalità distributive, che in quelle fruibili. Una parentesi viene poi dedicata allo studio della moda, in relazione alla sua funzione nelle narrazioni mediali, con una focalizzazione sulle serie tv e sull'uso di Instagram come strumento utilizzato dalle audience-fan. Completa questa sezione l'analisi di un insieme di video pubblicati su TikTok da parte di giovani utenti, fan delle serie tv, nei quali i capi di abbigliamento vengono rivisitati secondo una logica *genderfluid*.

Nella seconda parte del volume sono presentate le analisi relative a quattro serie tv: *1992* (Wildside 2015), *Stranger Things* (Netflix 2016-), *Sex Education* (Netflix 2019-) e *The Handmaid's Tale* (MGM Television 2017-). Rispetto al linguaggio dell'abbigliamento, ognuna di esse presenta caratteristiche peculiari: in *1992* si rintraccia l'atmosfera del Made in Italy, con tutto il suo portato valoriale. *Stranger Things* presenta guardaroba anni Ottanta che hanno prodotto differenti forme di nostalgia nelle audience. In *Sex Education* gli abiti partecipano in modo significativo alla costruzione delle personalità dei personaggi, divenendo in alcuni momenti 'testimoni' di situazioni difficili. Infine in *The Handmaid's Tale* l'iconica divisa fuoriesce dall'ambito televisivo per invadere le strade di diverse città del mondo, divenendo simbolo di una lotta delle donne, in difesa dei loro diritti.

Le pagine che seguono sono il frutto di tanti momenti di riflessione, divenuti via via interventi a convegni, a workshop e seminari, occasioni di confronto con colleghi e colleghe. Soprattutto lo scambio con alcuni e con alcune di loro, durante momenti meno istituzionali, mi ha aiutata a comprendere il senso che questo progetto poteva avere. Non riesco ad inserire tutti i nomi ma ognuno (e ognuna) di loro è compreso/a in queste parole. Un ringraziamento particolare per il sostegno va a Roberta Paltrinieri, Paola Parmiggiani, Anna Manzato, Nicola Dusi e Francesca Graziina.

Alla mia famiglia va un grazie speciale per la pazienza, nei miei momenti di assenza, e per l'instancabile voglia di guardare serie tv insieme.

Questo libro è dedicato ad Alessia, sempre presente, anche nella profonda assenza.