“˜Paramount per Guru’, concept T-shirt

Ashburton

La *T-shirt*, capo icona dell’urban style, si veste di spunti e suggestioni tratte da pellicole indimenticabili del cinema internazionale, attraverso le nuove *T-shirt* firmate da GURU per la Primavera/Estate 2011, pensate per rendere indossabili i protagonisti, i loghi e le battute di grandi successi cinematografici. Il più amato dei capi casual (assieme al jeans) viene rivisitato dal lifestyle brand italiano in chiave ironica e urbana, con una limited edition di *concept T-shirt* dedicate a famosi cult-movie. Continua la partnership tra GURU e le principali major cinematografiche per la creazione di collezioni ispirate a film molto noti; dopo *‘Taxi Driver’* e*“˜The Warriors’* è la volta di un’esclusiva collaborazione triennale con la casa di produzione cinematografica *Paramount Pictures*, che ha concesso al brand i diritti di riproduzione di alcune delle sue pellicole più celebri.

La celebre maglietta a “T” si affermò come capo di abbigliamento di culto negli anni Cinquanta, emancipandosi dall’uso lavorativo o di indumento intimo, proprio grazie all’espansione della moda americana diffusa dal cinema. La tipica maglietta bianca a maniche corte, indossata sul grande schermo sopra un paio di jeans da attori come James Dean o Marlon Brando, entrava in modo definitivo nei canoni della moda contemporanea divenendo attraverso pellicole come *“Rebel Without a Cause”* (*“Gioventù bruciata”)* emblema e *“divisa”* delle nascenti controculture giovanili. Se tra gli anni Cinquanta e Sessanta le *T-shirt* erano prevalentemente bianche, a partire dalla fine degli anni Settanta inizia ad imporsi il colore (la *T-shirt* ribadisce un senso di gruppo e di appartenenza attraverso il proliferare nell’uso quotidiano, di magliette ispirate alle divise delle squadre di

calcio o di football americano).



GURU PARAMOUNT - Forrest Gump

Con l’arrivo degli 80’s la *T-shirt* si carica di connotati ancora più forti nel gioco fra appartenenza e opposizione, integrazione e bisogno di individualismo, diviene veicolo fashion di comunicazione coprendosi di scritte e di grafiche originali. Le magliette possono rappresentare uno stato d’animo, si pensi alle stampe con i primi “*Smile*”*,* antesignani degli emoticon che solamente anni dopo, avrebbero invaso gli sms ed il web. Le *T-shirt* divengono bandiere per affermare un’appartenenza politica o una provenienza geografica e territoriale.

La collezione “˜*Paramount per Guru*’ gioca proprio con la capacità del capo casual di farsi mezzo di espressione, oggetto irrinunciabile per comunicare ricordi, passioni o condividere le emozioni suscitate attraverso le generazioni, dalla macchina dei sogni cinematografica. La collezione riproduce immagini, dialoghi e grafiche che fanno ormai parte del nostro immaginario collettivo: dai ritratti di Marlon Brando in “*The Godfather*” di Francis Ford Coppola, pietra miliare della storia del cinema, a proverbiali citazioni tratte dal film “*Forrest Gump*”, record di incassi e vincitore di sei Premi Oscar, non dimenticando film e musical che hanno segnato la cultura giovanile come “*Grease*” e “*Footloose*” (più molte altre pellicole). Ovviamente non poteva mancare sulle magliette un omaggio al logo della Paramount, la grande fabbrica dei sogni hollywoodiana che compirà 100 anni nel 2012.

“˜Paramount per Guru’, concept T-shirt