



Greta Garbo

Il mondo del cinema da sempre influenza la moda e ne è influenzato. Il grande Luchino Visconti ai suoi attori faceva indossare non solo abiti e accessori autentici, ma addirittura quei particolari che mai gli spettatori avrebbero visto (ad esempio le sottovesti). Nell'epoca del muto i couturier creavano per le "divine" i costumi più bizzarri, affinché essi stessi diventassero degli eventi, e spesso le sceneggiature erano scritte appositamente per consentire alla star di turno - da Gloria Swanson a Greta Garbo - di sfoggiare abiti sempre diversi.



Richard Gere in Armani

Sicché questa "follia" portò i grandi sarti, alla fine degli anni '20, a concepire lo stile del bianco e nero giusto in ossequio al bianco e nero dello schermo. Fu forse negli anni '60 che il rapporto tra moda e cinema si fece più stretto, a giochi invertiti però, nel senso che, col tramonto delle star del passato, furono gli stilisti ad imporre il mito dell'immagine. Tutt'oggi è così e ci piace constatare che sovente dalle *major* hollywoodiane vengono scelti abiti *made in Italy* per i set cinematografici. Così vediamo James Bond, alias Pierce Brosnan, in Brioni e l'*American gigolo* Richard Gere in Armani (indelebile la scena dell'affascinante attore che stende sul letto camicie e cravatte, giacche e pantaloni, tono su tono, per accostare i pezzi giusti). King Giorgio, in verità, ha vestito i protagonisti di oltre 80 film: per ricordarne solo alcuni, citiamo "Entrapment", "Batman", "Pulp Fiction", "Nirvana". Anche Missoni ha dato il suo tocco a varie pellicole, da "Basic Instinct" a "Pretty Woman, da "Philadelphia" a "Qualcosa è cambiato". Ma pure



Ermenegildo Zegna, Valentino, Versace, Fendi, Corneliani  
“firmano” i guardaroba della mecca del cinema; del resto, non  
dimentichiamo che “il diavolo veste Prada”!

Tenendo conto dell’egemonia dell’industria filmica americana e della sua forza commerciale,  
possiamo ben comprendere quale sia la promozione che deriva per la moda italiana.

Insomma, spettacolo e moda viaggiano mano nella mano su vie sempre più intricate: si pensi  
a quanti stilisti cerchino di accaparrarsi come testimonial (a suon di doni e ricchi cachet) le  
star più note. Valentino, ad esempio, si distingue per lo strabiliante numero di attori di cui si  
aggiudica la “vestizione” alla serata degli Oscar.



*Jennifer Aniston in Valentino*

Non va trascurato, inoltre, lo stretto legame che esiste tra fotografia  
di moda e cinema: lo osserviamo nella comunicazione di tanti stilisti,  
dove il desiderio di frammentazione e veridicità appaiono fortissimi,  
al punto che talvolta le immagini delle campagne pubblicitarie  
vengono tratte da veri e propri cortometraggi girati ad hoc. Così le  
atmosfera patinate cedono il passo ai toni narrativi del cinema o del  
documentario, in una commistione di linguaggi sempre più esplicita  
(l’eccezione che conferma la regola è stata la storica campagna di  
Ferdinando Scianna per Dolce&Gabbana che ha sottratto al tempo  
gli abiti per farne segni semantici puri).

Si pensi, del resto, all’importanza che hanno assunto forme espressive come i videoclip  
“griffati”, da cui trapela tutta l’ambizione delle case di moda a vestire le *celebrities* del  
mondo della musica.



E d'altro canto, scopriamo che sono davvero esigui i registi cimentatisi con successo nel raccontare la moda. C'è riuscito, ad esempio, Wim Wenders nel 1989 con "Appunti di viaggio su moda e città" incentrato sulla figura di Yamamoto, di cui viene esaltato il magistrale lavoro (incarnato in una camicia da uomo).

Comunque, è solo quando moda e cinema arricchiscono reciprocamente i loro linguaggi, caricandoli di valori, che le immagini si fanno senza tempo, in grado di narrare in pochi fotogrammi il cuore di tutta l'esistenza.