

Antonella Mascio, *Serie di moda.*  
*Il ruolo dell'abbigliamento nelle serie televisive.*  
FrancoAngeli, 2023

Daniela Cardini\*

Università IULM (Italy)

Pubblicato: 11 luglio 2024

Da diversi anni le serie tv rappresentano un ambito di studio fecondo, capace di mettere alla prova approcci disciplinari diversi, anche molto distanti tra loro, e di sollecitare analisi stimolanti e ricche di spunti di approfondimento. Analogamente, la riflessione sulla rilevanza della moda come linguaggio e forma di comunicazione rappresenta oggi un denso campo di ricerca che coinvolge numerose discipline legate allo studio dei testi mediali e delle pratiche di consumo, in riferimento sia ai media tradizionali, sia alla dimensione digitale e ai social media.

Il lavoro di ricerca di Antonella Mascio esplora da tempo l'incrocio tra questi due territori con l'aiuto di un bagaglio metodologico interdisciplinare, ricco e flessibile, che restituisce la complessità di entrambi gli ambiti evidenziandone le interazioni, esplorandone le influenze reciproche e prefigurando le possibili interazioni future.

È questo sguardo ricco ed esperto, insieme analitico e prospettico, che emerge dal suo ultimo libro: «Serie di moda. Il ruolo dell'abbigliamento nelle narrazioni televisive» (FrancoAngeli).

Nella prima parte del volume, la riflessione di Mascio prende le mosse da un'ampia ricognizione dello scenario contemporaneo dei media digitali e degli studi sulla serialità televisiva, intesa come ecosistema narrativo, muovendosi poi lungo le traiettorie dei *fashion studies*, ricostruite con altrettanta attenzione e arricchite dallo sguardo sul tema centrale dei *celebrity studies*, punto di osservazione imprescindibile per dar conto della complessa fisionomia della moda come linguaggio.

La prima sezione si chiude con la presentazione di una analisi qualitativa svolta su alcuni contenuti di Instagram e TikTok legati ai due ambiti di ricerca esplorati nel volume, con l'obiettivo di mettere a fuoco la questione della produttività delle audience, che trova nel connubio tra serie tv, fashion e social media un campo espressivo potentissimo e ancora largamente inesplorato.

---

\* ✉ [daniela.cardini@iulm.it](mailto:daniela.cardini@iulm.it)

Oltre alla cura metodologica e alla competente flessibilità dello sguardo interdisciplinare, l'aspetto particolarmente originale del lavoro di Mascio riguarda la propria scelta di condurre uno studio sul fenomeno delle cosiddette *audience-fan*, che tramite i social «si appropriano dei contenuti legati all'abbigliamento nelle serie tv». I social media si pongono come punto di osservazione privilegiato per catturare la rilevanza del discorso su moda e serie tv da parte di un pubblico spesso sfuggente come i Millennial e la Gen Z. Attraverso l'analisi qualitativa su un campione di immagini e post raccolti da Instagram e TikTok emerge un quadro composito, sfaccettato e ricco di suggestioni sulla relazione tra media audiovisivi, moda e discorso social.

Questo sguardo è uno dei risultati più interessanti del lavoro di ricerca di Antonella Mascio, ovvero l'analisi empirica dell'impatto dei contenuti prodotti nella serialità e mediati dalla chiave interpretativa dell'abbigliamento che si esprime attraverso la viralizzazione da uno schermo all'altro. Tale punto di vista, inoltre, permette di far emergere con evidenza un risultato ulteriore: attraverso l'analisi dei contenuti prodotti dai fan su Instagram e TikTok viene restituita un'immagine molto interessante del modo in cui i brand di moda possono parlare al proprio pubblico grazie alla serialità, considerata quindi non solo come strumento pubblicitario o di posizionamento, ma come luogo di confronto e di interazione diretta col proprio pubblico. Allo stesso tempo, la scelta produttiva e narrativa di dare evidenza alla componente del fashion in una serie tv ne arricchisce il contenuto, incidendo positivamente sui valori estetici e distintivi della serie stessa.

Nella seconda parte del volume vengono individuati quattro casi particolari di serie tv (in aggiunta alle numerose citazioni di titoli seriali significativi che percorrono tutto il volume) in cui la presenza della moda costituisce un elemento centrale, che tratteggiano una tipologia interessante della relazione tra serialità televisiva e abbigliamento: *1992* e la centralità del *made in Italy*; *Stranger things* e gli abiti come espressione della nostalgia; *Sex Education* e le questioni legate al gender nel teen drama; *The Handmaid's Tale* e la potenza dell'uniforme come gesto politico.

“Serie di moda” unisce la competenza nello studio sulla serialità ad uno sguardo approfondito sulla rilevanza della moda nel contribuire all'originalità e alla densità del linguaggio narrativo seriale contemporaneo. Più in generale, il risultato principale della ricerca di Mascio sta, da un lato, nel rivelare e approfondire come l'abbigliamento e la moda rappresentino una chiave di lettura e di accesso imprescindibile per la serialità contemporanea, nonché uno degli elementi di “complessità” della cosiddetta *cinematic tv* che contribuiscono a definirne i *production values*. E, dall'altro lato, nel dichiarare come le serie tv contemporanee e i social media facciano sistema, promuovendo una circolazione dei contenuti sempre più pervasiva, in cui il ruolo produttivo delle audience si dimostra sempre più ineludibile.