

La moda Il secondo giorno

Giovani, belli, magri L'azzardo plausibile al tempo del twink

Pitti Uomo racconta un equilibrato mix
fra avanguardia e buon senso

Dove l'unico vero imperativo è essere, o almeno apparire, giovani. Tra sportwear e nostalgia. Un trionfo di felpe, tessuti performanti, colori fluorescenti e status symbol del passato recente

SHOOTING A CENTRO PAGINA: FOTOGRAFO RICCARDO SVELTO, FASHION STYLIST ROBERTO CIMINAGHI, MAKE-UP ARTIST IASMIN ABOU SHAREB, MODELLO JORRIT BERNDSEN @ILOVEMODELSMANAGEMENT. SI RINGRAZIA PITTI IMMAGINE PER LA COLLABORAZIONE

SERENA TIBALDI, FIRENZE

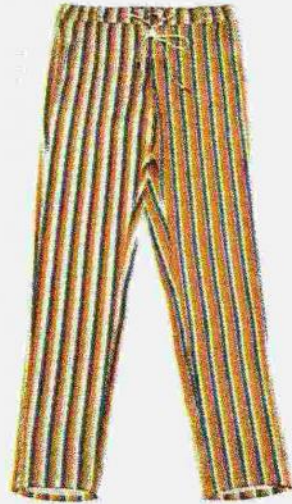
Benvenuti nell'era del twink. È con questo termine proprio dello slang omosessuale anglosassone (pare derivi dall'appellativo dato negli anni '20 ai clienti dei prostituti; secondo altri risalirebbe invece ai Twinkies, artificialissima merendina un tempo assai in voga), che identifica i ragazzi intorno ai vent'anni belli, magri e glabri, che il *New York Times* ha ribattezzato la più recente corrente che sta trasformando il costume maschile contemporaneo, un universo di base piuttosto tradizionalista. In altre parole: la gioventù va di moda, mai come adesso. Il fenomeno, in verità, esiste già da parecchio tempo, nel bene e nel male; tanto per fare un esempio, uno dei detti più veri (e anche crudeli) per riassumere l'equivoco che un certo tipo di abbigliamento può provocare è "Dietro liceo, davanti museo": un proverbio che non ha certo bisogno di ulteriori chiarimenti. La vera differenza stavolta è che,

mentre sinora certe stigmatizzazioni nei confronti di chi rincorre la giovinezza a ogni costo erano riservate principalmente alle donne, adesso tocca agli uomini, categoria storicamente più refrattaria a certi meccanismi, per abitudine o forse per timore di rischiare troppo. La teoria è che il twink, sdoganato dal suo significato originale, sia oggi assurto a nuovo simbolo estetico globale, a prescindere da orientamento sessuale ed età di coloro a cui si rivolge. Meglio ancora, il pubblico pare più che pronto ad accettarlo come tale. In effetti gli esempi a tema ultimamente abbondano: in "Call me by your name", di Luca Guadagnino, Timothée Chalamet nel ruolo di Elio è la quintessenza del twink; nella musica trionfano le Kpop band come BTS ed Exo (entrambe affollate di ragazzi belli, giovani, sottili e delicati), mentre Z Zegna ha appena annunciato di aver arruolato come testimonial il tennista ventunenne numero 3 del mondo Alexander Zverev. Per non parlare di Harry Styles, ex-twink per eccellenza

all'epoca degli One Direction e ora volto del sartoriale di Gucci. Ma non sono solo icone e riferimenti a essere mutati: è sul lato pratico che il cambiamento si nota di più, ed è questo a renderlo tanto rilevante. Prova ne è Pitti, il cui successo risiede anche e soprattutto nella mescolanza tra avanguardia e "buon senso": quello che si vede oggi è ciò che fra qualche mese si vedrà in strada, che sarà acquistato e indossato da tutti, non solo dai modaioli irriducibili. E qui si percepisce una gran voglia di vestirsi da giovani. Nessun eccesso parodistico, per quanto il rischio sia obiettivamente in agguato (basta guardarsi intorno per capirlo): a dominare sono principalmente sportswear ed effetto nostalgia. Il primo segna il trionfo di felpe e tute, materiali performanti e colori fluo da usare, come fanno i ragazzi, nel quotidiano. Il secondo è forse il canale che meglio accomuna le diverse generazioni, grazie al ritorno in grande spolvero degli status symbol del passato recente (uno su tutti: i paninari, con tutti gli annessi e connessi), perfettamente calati nella realtà



Belvest



Berwich



Doucal's



Colmar



Paoloni



L'impermeabile



Hand Picked



Crime London