
UNLABLE
SEPTEMBER
2025
INDYA MOORE
beyond
lables


GUC


CCI

CONTENTS

EDITORIAL

06 JOIN UNLABLE

08 BACK ISSUES

STYLE

16 INDYA MOORE

18 INTERVISTA INDYA MOORE

30 FLUID COUTURE

34 BODY POLITICS

40 HARRIS REED

46 EMERGING VOICES

52 TIMOTÉE CHALAMET

56 GENDERLESS AESTHETICS

IDENTITY

62 HARRY STYLES , FLUIDITÀ POP

66 CORPI IN TRASFORMAZIONE

70 LA MODA COME IDENTITÀ

74 JONATHAN ANDERSON

80 AGE & FASHION

84 IRIS APFEL: ICONA SENZA TEMPO

90 DISABILITÀ E RAPPRESENTAZIONE

94 SOFÍA JIRAU: BELLEZZA SENZA BARRIERE

FACES

96 NEW CODES OF SKIN

102 MAKEUP BEYOND GENDER

108 MAKEUP FOR ALL AGES

112 HAIR AS IDENTITY

116 BACKSTAGE BEAUTY

122 AARON PHILIP

CULTURE

126 CINEMA, MODA E IDENTITÀ

130 POSE: BALLROOM, MODA E RIVOLUZIONE

134 MAHMOOD: VOCE E IDENTITÀ

138 VIRTUAL BODIES

144 MIRANDA PRIESTLY RITORNA

150 TILDA SWINTON: L'ANDROGINO ETERNO

VOICES

154 MODA E SOCIETÀ

158 VOCI ALLE DISCRIMINAZIONI

162 COME AIUTARE, ASSOCIAZIONI ATTIVE

FUTURE

168 NEXT GENERATION

172 CREDITS

SETTEMBRE



HARRY STYLES *pagina 62-64*



HARRIS REED *pagina 40-45*



TIMOTÉE CHALAMET *pagina 52-54*



COVER LOOK

INDYA MOORE
Makeup TATIANA DONALDSON
Hair CAROLYN RILEY/DE FACTO
Photography AINGERU ZORITA
Stylist MINA ERKLI, EMILY DRAKE

UNLABLE

6 MESI A SOLI 14,40€

anziché ~~36€~~

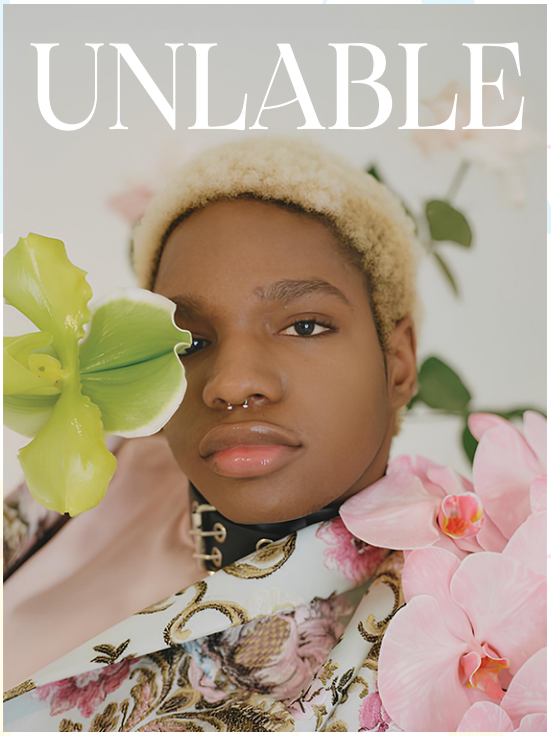
6 numeri + Edizione Digitale

Tendenze e costume. creatività e talento. Moda e Cultura.
È la formula di **UNLABLE**. Abbonati per scoprirla ogni mese

SCONTO
60%

ABBONATI SUBITO!


UNLABLE


UNLABLE


UNLABLE


UNLABLE


UNLABLE


UNLABLE


UNLABLE


UNLABLE


SAINT LA


AURENT



SAINT L



AURENT


SAINT LAURENT





INDYA MOORE

ATTRICE, MODELLA, ATTIVISTA: Indya Moore ridefinisce la visibilità. In ogni ruolo, in ogni abito, sfida un'industria che ancora fatica a riconoscere corpi TRANS, NERI e NON CONFORMI, rivelando la moda come atto politico.

Indya Moore non è soltanto una modella, un'attrice o un volto televisivo: è una voce che attraversa le crepe della moda e dello spettacolo per trasformarle in spazi di rappresentazione. La loro storia comincia molto prima dei riflettori, nel Bronx, dove la rigidità di un contesto familiare e religioso segnato dall'intolleranza li costrinse a lasciare casa da adolescenti. Lì iniziò un percorso fatto di sopravvivenza, di resilienza e di costruzione di sé, in un mondo che sembrava negare spazio a corpi e identità non conformi. Fin da allora la visibilità ha avuto per Moore un doppio volto: da un lato la possibilità di essere finalmente visti, dall'altro il rischio di essere fissati e giudicati attraverso lenti che non appartengono. Questo conflitto si è trasformato nella linfa della loro carriera e del loro attivismo: ogni apparizione, ogni scatto, ogni intervista non è solo estetica ma politica, non è solo stile ma dichiarazione d'esistenza.

Il successo internazionale arriva con Pose, la serie che ha fatto conoscere al grande pubblico la ballroom culture e le comunità LGBTQ+ nere e latine di New York. Angel Evangelista, il personaggio interpretato da Moore, è fragile e insieme potente, vittima e protagonista, un riflesso delle esperienze reali di chi ha sempre dovuto inventarsi un posto nella società. Ma Indya non ha mai lasciato che il ruolo li definisse completamen-

te: “Non siamo solo personaggi, siamo persone, e il nostro diritto a esistere non deve dipendere dalla fantasia di chi ci guarda”, hanno affermato in più interviste. In questo modo Pose è diventato non solo uno show, ma un archivio vivente di identità, un manifesto collettivo in cui la moda, il corpo e la performance diventano strumenti di autodeterminazione.

Parallelamente, la moda ha fatto di Indya una delle sue muse più discusse e rivoluzionarie. Dalle campagne per Calvin Klein alle collaborazioni con Tommy Hilfiger, fino agli scatti di Vogue e Elle, Moore ha costantemente forzato i limiti di ciò che un corpo trans e nero può rappresentare nello spazio visivo della pubblicità. La collezione TommyXIndya, ad esempio, non è stata solo un’operazione commerciale ma un esperimento radicale: abiti genderless, linee pensate per adattarsi al corpo e non il contrario, una campagna inclusiva che metteva al centro persone solitamente escluse dai set patinati. Indya ha più volte ribadito che la moda deve smettere di essere un tempio per pochi privilegiati e diventare uno spazio condiviso, in cui i vestiti siano disegnati per conformarsi a noi e non il contrario.

La bellezza, per Indya, non è mai stata neutrale. Durante l’infanzia e l’adolescenza sembrava un linguaggio riservato a chi incarnava standard irraggiungibili: corpi magri, pelli chiare, sessualità eteronormative. Col tempo hanno trasformato quella distanza in uno strumento di riscatto. “La bellezza non è privilegio di pochi, è diritto di tutti”, hanno affermato. Attraverso la fotografia, il make-up, lo styling, MoWhe accoglie, che si apre, che non teme di essere contraddittoria.

Al centro del percorso di Indya c’è una consapevolezza che li rende imprescindibili per una rivista come UNLABLE: l’identità non è mai fissa, non è mai totale, non è mai conclusa. È movimento, transizione, attraversamento. Per questo Indya rappresenta non solo un volto ma un paradigma: il corpo come spazio politico, l’abito come linguaggio, la visibilità come responsabilità.

Indya Moore è tutto questo: la memoria di chi ha dovuto resistere, la voce di chi pretende giustizia, la bellezza che non obbedisce. La loro presenza è un atto di amore e di sfida, una testimonianza che la moda può diventare terreno fertile per riscrivere i confini dell’identità. E se oggi li celebriamo, non è solo per ciò che indossano o per i ruoli che interpretano, ma perché ci insegnano che la moda, quando è viva, è capace di restituire dignità e possibilità a chiunque.







Indya, hai raccontato più volte che il tuo corpo è stato fin da subito terreno di conflitto. Quanto ha influenzato il tuo percorso nella moda e nel cinema?

Sono cresciuta sentendo che il mio corpo era "sbagliato" per chi mi circondava. Troppo queer, troppo trans, troppo fuori da ogni norma. Eppure è stato proprio quel corpo a salvarmi: mi ha costretta a inventare un modo diverso di esistere. La moda e il cinema mi hanno dato una lingua visiva per raccontarlo. Quando indosso un abito, non sto solo vestendo la pelle: sto affermando che ho diritto di esistere, di essere vista, di essere amata.

In Pose sei diventata simbolo di un'intera generazione. Cosa ha significato per te quella esperienza?

Pose è stata rivoluzionaria perché ha dato spazio a storie che raramente vediamo. Persone trans, nere, queer, latine — non come comparse, ma come protagonisti. Per me è stato un dono, ma anche una responsabilità. Ho capito che la mia visibilità non era solo mia: apparteneva a chi non poteva parlare, a chi aveva bisogno di vedersi riflesso sullo schermo per credere di avere un futuro.

La moda spesso ti celebra come icona. Ti riconosci in questa definizione?

Onestamente no. Io non voglio essere un'icona. Non voglio essere messa su un piedistallo e poi guardata da lontano. Io voglio che le persone capiscano che la bellezza non è un club esclusivo. Non voglio che mi chiamino icona mentre altre persone come me vengono scartate dai casting o discriminate nei negozi. Preferisco essere un esempio, non un mito: qualcuno che dimostra che è possibile esserci anche quando ti hanno detto che non potevi.

Hai lavorato con brand importanti come Louis Vuitton, ma sei anche critica verso il sistema moda. Come vivi questa contraddizione?

È una contraddizione reale, e non cerco di nasconderla. Io amo la moda, ma so che è un'industria che spesso sfrutta, esclude, romanticizza corpi conformi e dimentica tutti gli altri. Lavorare con grandi maison mi dà visibilità e mi permette di spostare il discorso, ma non basta. Per questo uso la mia voce: per ricordare che la diversità non può essere solo estetica, deve essere strutturale.

L'inclusione è oggi parola chiave nella moda. Credi che sia reale o spesso marketing?

Spesso è marketing. Lo vediamo: un brand mette in passerella una modella trans o un corpo curvy, e poi dietro le quinte continua a trattare la diversità come eccezione. Inclusione non significa mettere un volto diverso su una campagna: significa cambiare le regole, chi prende decisioni, chi disegna gli abiti, chi siede al tavolo. Non basta rappresentarci: bisogna darci potere.

Se dovessi immaginare la moda del futuro, cosa speri di vedere?

Vorrei vedere una moda che non abbia paura dei corpi. Tutti i corpi. Una moda che non usi le etichette come gabbie, ma come possibilità. Vorrei che la moda diventasse un luogo dove chiunque può entrare e dire: "questo sono io" — e trovare uno spazio che lo rifletta. Non una passerella di eccezioni, ma un mondo quotidiano in cui la diversità è la norma.






FENTY HAIR
THE CONTROLLING TYPE
FENTY HAIR
THE GELLY TYPE
strong hold gel
gel fixation forte
200ML/7FL.OZ
FENTY HAIR
THE HOMECURL
curl-defining cream
crème définition
FENTY HAIR
THE RICH ONE
moisture repair shampoo
FENTY HAIR
THE RICH ONE
moisture repair conditioner
après-shampooing
réparateur hydratant
300ML / 10FL. OZ.
FENTY HAIR
THE COMEBACK KID
instant damage
repair treatment
soin réparateur
instantané
150ML/5FL. OZ.



FENTY HAIR


#WHATSY


OURTHING

Rare Beauty




Rare Beauty
Rare Beauty
Rare Beauty
Rare Beauty
Rare Beauty
Rare Beauty
Rare Beauty


LANCÔME
PARIS





FLUID COUTURE

L'alta moda non è più gabbia di perfezione femminile o maschile, ma un territorio fluido dove i codici si mescolano e l'identità diventa lusso.

Couture significa da sempre esclusività, sartoria estrema, rigore formale e ricerca di perfezione. È il regno dei tessuti più preziosi, dei ricami infiniti, delle silhouette che sembrano scolpite nella materia. Ma oggi, anche questo universo che per secoli ha incarnato l'apice del lusso e del genere binario — l'abito da gran soirée per lei, lo smoking impeccabile per lui — si apre a una nuova possibilità: la fluidità. La Fluid Couture è la couture che smette di parlare a un solo corpo ideale e comincia a rivolgersi a una moltitudine di identità.

La trasformazione è visibile sulle passerelle più sperimentali come nei grandi atelier. Harris Reed, enfant terrible della couture, costruisce abiti monumentali che uniscono volumi femminili a giacche maschili, crinoline a smoking vittoriani, in una teatralità che rende la fluidità non un dettaglio ma un linguaggio totale. Pierpaolo Piccioli, con Valentino, ha riscritto l'idea di bellezza aristocratica mescolando figure maschili in tuniche di seta e modelle in completi militari dal taglio scultoreo. Schiaparelli e Maison Margiela hanno giocato con i codici del corpo, alternando bustier iper-femminili a giacche armatura che cancellano il genere, trasformando la couture in un laboratorio politico oltre che estetico.

La Fluid Couture nasce come contrappunto al mito della couture come regno inaccessibile, femminile per definizione, maschile solo nel ruolo di creatore. Oggi la couture non è più solo "abito da sposa" o "vestito da red carpet": è performance, è gesto, è corpo che non chiede permesso. Pensiamo a Billy Porter in smoking-gown firmato Christian Siriano sul red carpet degli Oscar, o a Timothée Chalamet in top di paillettes e blazer senza camicia: gesti che hanno trasformato il tappeto rosso in un'estensione della passerella, e la passerella in un'estensione della libertà.

Ma la fluidità in couture non è solo estetica. È anche un discorso politico e culturale: chi ha diritto a indossare un abito fatto a mano, chi può accedere a un immaginario che per decenni ha escluso corpi non conformi, persone trans, generazioni non più giovani? Aprire la couture alla fluidità significa aprirla a un pubblico che non vuole soltanto guardare, ma riconoscersi. Significa che l'alta moda, con il suo potere simbolico, accetta di farsi specchio non solo dell'élite, ma della diversità del mondo reale.

La Fluid Couture non cancella il lusso, anzi lo rinnova. Un abito di seta può essere maschile o femminile, o entrambi, o nessuno. Una giacca può essere portata con una crinolina, un bustier può appartenere a un corpo che non si riconosce nelle categorie tradizionali. È couture proprio perché rimane esclusiva nella lavorazione, ma inclusiva nell'immaginario. È un linguaggio che mette insieme sogno e realtà, artigianato e rivoluzione, per dirci che l'abito più prezioso non è quello che aderisce a uno standard, ma quello che lascia spazio a chi lo indossa di definirsi ogni volta da capo.

In un mondo che chiede definizioni veloci, la couture si riscopre radicalmente lenta, complessa, stratificata. E proprio per questo può permettersi di abbracciare la fluidità non come tendenza passeggera, ma come identità estetica. La Fluid Couture è un invito: guardare il corpo senza etichette, accogliere la differenza come bellezza, riconoscere che il lusso più grande è poter essere sé stessi.




L'OR


RÉAL



BODY POLITICS

Dalle passerelle alle campagne pubblicitarie, la moda continua a scrivere regole sul corpo. La body politics è la chiave per comprendere come i nostri abiti parlino di noi, e di chi decide i confini della bellezza.

Il corpo non è mai stato soltanto un corpo. È segno, simbolo, linguaggio. È il primo abito che indossiamo, quello che non possiamo togliere, quello su cui la società proietta norme, giudizi, desideri. La moda, da sempre, è una delle arene più evidenti in cui queste tensioni si giocano. Non basta dire che un vestito veste: un vestito modella, enfatizza, nasconde, legittima o censura. Parlare di body politics significa riconoscere che ogni scelta estetica è politica, perché decide chi viene rappresentato e chi resta fuori dall'immaginario.

Per secoli il sistema moda ha esaltato corpi omogenei: magri, bianchi, giovani, abili. Le passerelle hanno consacrato silhouette irraggiungibili, rendendo invisibili milioni di persone. È stato necessario lottare perché altri corpi — curvy, neri, trans, disabili, anziani — trovassero spazio. Non si tratta di "trend", ma di battaglie culturali. Quando Paloma Elsesser apre una sfilata di alta moda, quando Jill Kortleve sfila per Chanel, quando Aaron Philip posa per Moschino, non assistiamo semplicemente a un casting diverso: assistiamo a una riscrittura del canone, a una contestazione di chi decide cosa significhi bellezza.

Il corpo, nella moda, è sempre stato misurato, giudicato, ridotto a standard. La body politics ribalta questo processo e chiede: perché? Perché il corpo femminile deve essere giovane e sottile per valere? Perché il corpo maschile deve essere muscoloso e alto? Perché un corpo trans o disabile dovrebbe essere nascosto? Queste domande si riflettono oggi non solo nelle passerelle ma nelle campagne pubblicitarie, nelle riviste, nei feed dei social. Ogni immagine, ogni lookbook, ogni scatto editoriale decide chi viene normalizzato e chi rimane marginalizzato.

La body politics è anche un invito a pensare il corpo come campo di resistenza. Le nuove generazioni hanno trasformato Instagram e TikTok in palcoscenici dove corpi grassi, queer, non conformi si mostrano con orgoglio, fuori dalle cornici della vergogna. La moda indipendente raccoglie queste voci e le traduce in abiti che non vogliono minimizzare, ma amplificare. Non più vestiti per rendere il corpo accettabile, ma vestiti che celebrano ciò che il corpo è.

Eppure il rischio di ridurre l'inclusività a marketing è sempre presente. Molti brand hanno inserito corpi diversi in campagne pubblicitarie senza cambiare davvero i propri criteri strutturali: la diversità come eccezione, non come regola. La body politics ci obbliga a vigilare, a riconoscere quando la rappresentazione è autentica e quando è strategia. Non basta un volto diverso in una campagna: serve trasformare l'intero sistema, dalla scelta dei casting alla progettazione delle taglie, dall'immaginario visivo alle politiche interne.

Il corpo non è mai un dettaglio. È il centro della moda e della società. È ciò che rende l'abito vivo e ciò che l'abito, a sua volta, segna. La body politics ci ricorda che non possiamo parlare di stile senza parlare di potere, che non possiamo parlare di estetica senza parlare di identità. In ogni abito c'è una scelta: conformarsi o resistere, escludere o includere, normalizzare o liberare. E se la moda vuole davvero guardare al futuro, deve iniziare dal corpo: da tutti i corpi, senza eccezioni.









power *of* beauty


DIOR



HARRIS REED

Tra couture e ribellione, Harris Reed riscrive i codici dell'eleganza con abiti monumentali e identità senza confini.

Ci sono designer che inventano tendenze e altri che inventano linguaggi. Harris Reed appartiene a questa seconda categoria. A soli ventisei anni, con la sua figura alta, i capelli lunghi e i completi scenografici, è diventato il simbolo di una generazione che vuole cancellare le frontiere tra maschile e femminile, tra couture e ready-to-wear, tra moda e dichiarazione politica. Per Reed, la moda non è mai solo estetica: è un'arma di espressione, un atto di visibilità, una lotta silenziosa contro i confini che per secoli hanno imprigionato il corpo.



L'immaginario di Reed nasce dal dialogo costante tra epoche diverse: il romanticismo vittoriano, il glam rock dei Seventies, il teatro barocco, il surrealismo contemporaneo. Tutto convive in collezioni che sembrano spettacoli teatrali più che passerelle di moda. Non a caso, Reed si è sempre definito "half fashion designer, half performer": un autore di visioni che non vestono soltanto i corpi, ma raccontano storie.

La svolta nella sua carriera è arrivata nel 2020, quando Harry Styles ha indossato un suo abito gender-fluid per la copertina di Vogue US. Quel momento non ha solo consacrato Reed agli occhi del mondo, ma ha reso visibile un'estetica che per troppo tempo era rimasta relegata agli spazi underground. Da lì in poi, le sue creazioni sono comparse sui red carpet più prestigiosi: Billy Porter, Solange, Adele, Florence Welch e molti altri hanno scelto i suoi abiti come strumenti di rappresentazione, dimostrando che lo stile può essere manifesto tanto quanto una dichiarazione politica.

Ma Reed non si limita alla couture. La sua collezione demi-couture, così come le collaborazioni con brand come MAC Cosmetics e Nina Ricci (di cui è direttore creativo), hanno esteso il suo linguaggio oltre le passerelle, raggiungendo un pubblico più ampio. Ogni progetto porta con sé la stessa filosofia: il corpo come terreno fluido, la moda come rito di liberazione. In questo senso Reed non è soltanto un designer, ma un attivista. La sua voce è chiara: "La moda deve dare spazio a chi non ne ha mai avuto. Se non cambiamo i corpi che vediamo nelle immagini, non cambieremo mai la società."

Il successo di Reed risiede nella capacità di trasformare la spettacolarità in strumento di resistenza. I suoi abiti non nascondono, non normalizzano, non cercano la discrezione: al contrario, amplificano la presenza di chi li indossa, obbligano lo sguardo a confrontarsi con corpi che rifiutano le categorie. La couture diventa così fluida, ibrida, irriducibile. È un modo per dire che la moda non deve più conformare, ma liberare.

Nei suoi abiti vivono la tradizione e la rottura, la bellezza e la ribellione, l'artigianato e la politica. Guardare una sua sfilata significa assistere a una celebrazione di ciò che la moda può essere quando smette di chiedersi "a chi appartiene" e inizia a chiedersi "cosa racconta". E Reed racconta questo: che la vera eleganza non sta nell'aderire a una forma, ma nel creare lo spazio perché ciascuno possa reinventarla.







TOMMY
HILFIGER



EMERGING VOICES

Una nuova ondata di designer e creativi porta in scena corpi fluidi, estetiche ibride e visioni radicali. Queste VOCI EMERGENTI della moda.

La moda non è mai stata solo industria: è anche sperimentazione, rottura, ricerca di linguaggi nuovi. E se le grandi maison continuano a dettare tendenze, è tra i giovani creativi che oggi si accende la scintilla della trasformazione. Sono loro le voci emergenti, designer e artisti che sfidano il sistema con collezioni autoprodotte, show digitali, campagne improvvisate in strada. Figure che non aspettano legittimazione, ma che costruiscono mondi autonomi, in cui la moda diventa manifesto di identità e laboratorio politico.

Harris Reed, oggi già consacrato, è stato uno di loro. Ma subito dopo di lui una galassia di nomi sta ridefinendo il lessico della moda contemporanea. Charles Jeffrey Loverboy porta nelle passerelle londinesi l'energia punk delle sottoculture queer, mescolando kilt scozzesi e make-up teatrali. Collina Strada, con Hillary Taymour, trasforma la sostenibilità in estetica radicale, mostrando corpi queer e disabili in sfilate che sembrano performance collettive. Telfar Clemens ha fatto di una shopping bag un simbolo di democrazia estetica: "Not for you — for everyone", recita il suo motto, diventato bandiera di un nuovo lusso accessibile e inclusivo. Eckhaus Latta racconta corpi imperfetti, corpi veri, corpi che il fashion system aveva sempre tenuto ai margini, trasformandoli in protagonisti di campagne autentiche.

Non è solo una questione di stile, ma di attitudine. Queste voci emergenti rifiutano le gerarchie tradizionali della moda: casting aperti a chiunque, collezioni presentate in spazi pubblici o virtuali, collaborazioni con artisti visivi e musicisti. La loro estetica non ha paura di mescolare tessuti di recupero e couture, denim e organza, digitale e artigianato. È moda che nasce dal basso ma parla al futuro, moda che celebra la diversità senza farne un'etichetta, moda che non vuole essere per pochi ma per molti.

In un'epoca in cui la rappresentazione è diventata terreno di conflitto, queste voci dimostrano che un altro immaginario è possibile. Non si tratta solo di vedere un corpo queer o un corpo disabile su una passerella, ma di riconoscere che la moda può essere davvero di tutti. L'energia che portano con sé è la stessa che un tempo animava gli stilisti rivoluzionari degli anni Ottanta e Novanta: desiderio di rompere, di provocare, di rifiutare lo status quo. Solo che oggi la rivoluzione non passa più per lo scandalo, ma per l'inclusione.

Le Emerging Voices sono il presente che anticipa il domani. Sono i nomi che tra qualche anno potrebbero guidare le grandi maison o cambiare per sempre il sistema moda. Ma soprattutto sono il promemoria che la moda è viva solo quando ascolta chi arriva dalle sue periferie, dalle sue strade, dalle sue comunità invisibili. Sono loro, oggi, a ricordarci che la bellezza non è unica, che l'identità non è un binario e che il futuro, per essere reale, deve essere radicalmente plurale.










Asma
I'AMPO


OSSIBLE



TIMOTÉE CHALAMET

Tra red carpet in backless couture, completi sartoriali decostruiti e una naturalezza disarmante, Chalamet ha trasformato l'idea dell'uomo in un LINGUAGGIO PIÙ LIBERO, VULNERABILE e SPETTACOLARE.

Per decenni l'immagine della mascolinità è stata una sola: rigida, compatta, impenetrabile. Completi scuri, virilità contenuta, nessuna concessione alla fragilità. Ma oggi la moda racconta un'altra storia, e tra i protagonisti di questo nuovo immaginario c'è Timothée Chalamet, forse l'attore che più di tutti ha reso evidente la trasformazione del maschile in un campo aperto di possibilità.

Chalamet è riuscito a sovvertire l'idea di red carpet come passerella di smoking omologati. Ha indossato completi rosa, look in vinile, giacche scintillanti, fino al celebre outfit backless di Haider Ackermann a Venezia: un abito rosso sangue, elegante e sensuale, che lasciava la schiena completamente scoperta. Non un gesto provocatorio, ma naturale, come se quel corpo fosse sempre stato destinato a indossare couture. Lì, in quell'immagine virale, si è cristallizzata una nuova mascolinità: teatrale ma intima, coraggiosa ma vulnerabile.

La sua forza è proprio questa naturalezza. Chalamet non "interpreta" la fluidità come fosse un ruolo: la indossa con leggerezza, senza bisogno di giustificazioni. La sua fisicità longilinea, quasi fragile, diventa tela bianca per abiti che sembrano scolpiti addosso: completi di velluto, camicie trasparenti, dettagli che oscillano tra femminile e maschile senza doverli separare. È un'estetica che affonda

le radici nell'androgino rock degli anni '70, ma che oggi risuona con una generazione abituata a pensare il genere come spettro, non come binario.
Accanto a lui, la moda ha già iniziato a ricaricare il maschile. Prada, Gucci, Thom Browne e Dior Men hanno aperto a codici ibridi; hanno reso mainstream nuove immagini dell'uomo. Ma Chalamet ha qualcosa di diverso: la capacità di incarnare la delicatezza come potere. Non urla, non forza, non ostenta: semplicemente occupa lo spazio, con il suo corpo esile e i suoi look audaci, e in questo gesto racconta che essere uomo oggi non significa più rinunciare alla fragilità, ma abitarla.
Masculinities Reloaded non è una rottura definitiva col passato, ma un'espansione. Significa che lo smoking può convivere con la paillettes, che il velluto può essere sensuale quanto il vinile, che la schiena scoperta può essere virile quanto una cravatta. Chalamet, con la sua presenza silenziosa e magnetica, dimostra che la mascolinità non ha bisogno di imporsi per esistere: può sedurre, emozionare, destabilizzare, semplicemente aprendo nuove forme.
Timothée Chalamet non è l'unico volto di questa rivoluzione, ma è il suo emblema più riconoscibile. È il simbolo di una generazione che ha smesso di chiedere il permesso per giocare con i codici, che ha trovato nella moda uno spazio per raccontare l'uomo in tutte le sue sfumature.
La mascolinità, oggi, non è più un monolite. È fragile, audace, teatrale, sensuale. È reloaded, ricaricata, pronta a liberarsi dei vecchi cliché. E se c'è un volto che racconta questa trasformazione, è quello di Timothée Chalamet: un volto che non ha paura di guardare oltre.









GENDERLESS AESTHETICS

Oltre il maschile e il femminile, la moda sta scoprendo un'estetica nuova: LIBERA, IBRIDA, RADICALMENTE INCLUSIVA.

Negli ultimi anni la moda ha iniziato a liberarsi dalla gabbia binaria del maschile e del femminile, sperimentando linguaggi che parlano a corpi e identità senza confini. Non si tratta soltanto di capi unisex, ma di un'estetica nuova, capace di contaminare silhouette, proporzioni e codici culturali per costruire un guardaroba che non appartenga a una categoria rigida ma al desiderio individuale. L'estetica genderless nasce come risposta a un bisogno profondo: non dover scegliere, non dover recitare, non dover indossare ruoli preconfezionati.

Sulle passerelle questa rivoluzione si manifesta da tempo. Harris Reed mescola volumi da couture e tailoring maschile, creando figure sospese tra epoche e generi. Alessandro Michele, durante la sua direzione da Gucci, ha fatto sfilare uomini in abiti di seta e donne in completi gessati, trasformando ogni look in un manifesto di libertà. Maison come Telfar o Collina Strada hanno costruito intere collezioni partendo dall'idea che il corpo non debba mai essere limitato da un'etichetta di genere, ma amplificato attraverso linee fluide, morbide, versatili. Anche grandi maison tradizionali, come Prada e Saint Laurent, hanno iniziato a proporre abiti che attraversano codici e suggestioni: smoking femminili, catsuit maschili, accessori pensati per tutti.

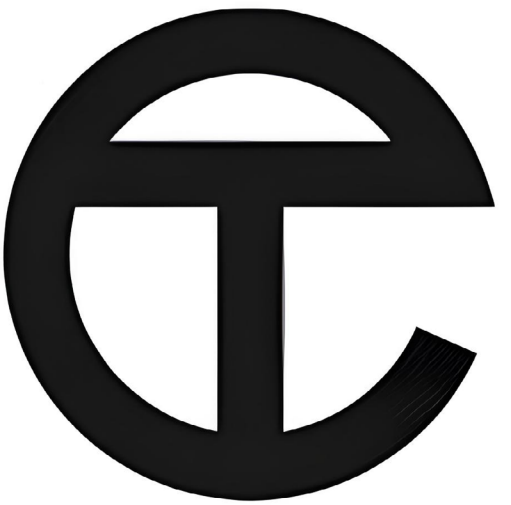
Ma il genderless non è solo ciò che

accade in passerella. È nelle strade, nei club, nei feed di Instagram e TikTok, dove una generazione intera ha deciso di indossare ciò che sente, non ciò che le viene imposto. È nell'abitudine di mixare abiti vintage e sportivi, lingerie e denim, borse e sneakers, senza preoccuparsi se siano "da uomo" o "da donna". È nello sguardo dei fotografi e delle riviste indipendenti che ritraggono corpi liberi di esprimersi senza rigide categorie. È nel desiderio di rendere quotidiano ciò che un tempo veniva percepito come trasgressivo.

L'estetica genderless non significa cancellare il maschile o il femminile, ma moltiplicarli. Significa pensare alla moda come terreno aperto, come tavolozza dove ogni identità può attingere senza sentirsi intrusa. Significa imparare che una giacca non è "da uomo" o "da donna", ma semplicemente una giacca: è il corpo, l'attitudine, l'interpretazione personale a darle senso.

La moda, oggi, non può più fingere che il genere sia un vincolo assoluto. Le nuove generazioni chiedono fluidità, inclusione, possibilità. E l'estetica genderless non è una tendenza passeggera, ma un linguaggio destinato a crescere, ad arricchirsi, a diventare patrimonio comune. In essa si riflette l'urgenza del nostro tempo: poter essere senza dover chiedere permesso, vestirsi come atto di libertà, abbracciare l'infinito spettro delle identità senza ridurlo a due sole opzioni.





TELFAR



Pleasing


Pleasing



HARRY STYLES

Dal pop alla moda, Harry Styles è diventato il simbolo di una nuova mascolinità in movimento.

Harry Styles non è solo una popstar. È un fenomeno culturale, un simbolo transgenerazionale, un catalizzatore di immaginari. Ex membro degli One Direction, idolo adolescenziale nato tra poster e arene sold out, oggi Styles è riuscito a spogliarsi della prevedibilità della boyband per reinventarsi come icona di libertà estetica. Nel suo percorso musicale e visivo ha intrecciato generi, epoche, influenze, costruendo un linguaggio personale che va ben oltre le note. La sua vera rivoluzione è stata nell'immagine: nell'aver reso visibile, e soprattutto desiderabile, una mascolinità fluida, ironica, sensuale, capace di abbracciare tanto il romanticismo quanto la ribellione.

La svolta è arrivata nel 2020, con la storica copertina di Vogue US che lo ritraeva in abito da sera azzurro, firmato Gucci, abbinato a una giacca sartoriale. Un'immagine che ha fatto il giro del mondo, generando dibattiti accesi. Per alcuni era provocazione, per altri appropriazione. Ma al di là delle polemiche, quella copertina ha segnato un punto di svolta: il gender-fluid, per la prima volta, era mainstream, patinato, cool. Non più relegato a nicchie culturali, ma stampato sulla copertina della rivista di moda più influente al mondo.

La collaborazione con Alessandro Michele, allora direttore creativo di Gucci, ha definito gran parte del suo stile pubblico. Con la capsule "Ha Ha Ha", Styles ha esplorato l'ibridazione tra romanticismo vintage e tailoring maschile, mescolando camicie di seta, pantaloni larghi, capi a quadri, stampe floreali e dettagli ironici. Le sue apparizioni sui red carpet hanno consolidato questo immaginario: completi rosa, boa di piume, smalti sulle unghie, gioielli vistosi, pantaloni a zampa che citano i Seventies e il glam rock di David Bowie. La sua estetica non è mai eccesso gratuito, ma gioco consapevole: un invito a vivere il genere come spazio di esplorazione, non come prigione.

Harry non è mai sopra le righe: sorride, scherza, seduce con naturalezza. Il suo gender-fluid non è provocatorio, ma accogliente. Non intimorisce, ma invita. Così è riuscito a parlare non solo a un pubblico queer, ma anche a fan etero, giovani e adulti, uomini e donne.

Eppure ridurre Harry Styles a un'icona fashion sarebbe ingiusto. La sua fluidità estetica dialoga con la sua musica, che miscela pop, rock, folk e soul, creando brani che sono confessioni intime e inni generazionali allo stesso tempo. A rafforzare questo percorso c'è anche Pleasing, il marchio genderless che ha fondato nel 2021. Nato come linea di smalti e prodotti beauty, Pleasing non è un semplice progetto commerciale, ma un manifesto estetico e politico: packaging





neutro, tonalità pensate per tutti, campagne inclusive che mostrano corpi e identità differenti. Col tempo il brand si è ampliato a capsule di abbigliamento e collaborazioni con designer emergenti, mantenendo la stessa filosofia: celebrare il piacere di prendersi cura di sé senza barriere di genere. Pleasing è l'estensione naturale della sua estetica: un marchio che non impone, ma invita; che non ostenta, ma normalizza; che dimostra come la bellezza possa essere un terreno libero e condiviso.

Harry Styles rappresenta oggi ciò che la moda e la musica cercano da anni: una figura capace di unire mondi apparentemente lontani, di essere mainstream senza perdere forza simbolica, di incarnare il cambiamento senza rinunciare alla leggerezza del pop. È un uomo che indossa una gonna senza chiedere permesso, che canta d'amore senza specificare genere, che si diverte con piume e paillettes senza sentirsi meno virile. Ed è proprio questa naturalezza a renderlo rivoluzionario.

Il suo impatto si vede non solo sui magazine o sui social, ma anche nella vita quotidiana dei fan: ragazzi che sperimentano con smalti e gioielli, uomini che indossano camicie di seta colorate senza sentirsi fuori posto, donne che trovano nel suo esempio un alleato contro stereotipi obsoleti. La sua estetica diventa contagiosa, diffusa, un invito silenzioso a provare. È la prova che la cultura pop, quando abbraccia la diversità, può davvero cambiare il modo in cui ci vestiamo, ci muoviamo, ci percepiamo.

Harry Styles è già un capitolo della storia della moda e della cultura contemporanea. La sua fluidità pop non ha bisogno di slogan o proclami: funziona perché è vissuta con semplicità, senza dramma.




MARY

