

#GAT

FEMININE MAGAZINE

JUNE
2026
VOL. 1

THE
EVOLUTION
OF FREELANCE
WOMAN

SARAH JESSICA
PARKER



SARAH JESSICA PARKER
foto di STEVEN MEISEL
Vogue, agosto 2003.

Nell'editoriale "Bring Back the
Romance" indossa un look
Vivienne Westwood.





**GAL ABOUT TOWN:
L'EVOLUZIONE DELLA DONNA FREELANCE
DAGLI ANNI '90 A OGGI**

CREATO PER
ITS COSMO Fashion Academy

CORSO
Social Media Communication & Digital PR

ANNO ACCADEMICO
2025-2026

PROGETTO DI
Giulia Gorret

*Progetto editoriale realizzato in InDesign e ispirato al
linguaggio visivo dei magazine di moda contemporanei,
sviluppato attraverso l'incontro tra stampa, cultura
digitale e storytelling sui social media.*



BOTTEGA VENETA

#GAT

FONTI

Capitolo 1

FONTI EDITORIALI E CULTURALI

HALL OF SERIES

Sex and the City: l'impatto socioculturale della serie

hallofseries.com/sex-and-the-city/sex-and-the-city-impatto-socioculturale/

FORBES ITALIA

Come Sex and the City ha raccontato una rivoluzione

forbes.it/2018/06/04/come-sex-and-the-city-ha-raccontato-una-rivoluzione/

THE GUARDIAN

Sex and the City at 20: How the Show Changed Television

theguardian.com/tv-and-radio/2018/jun/02/sex-and-the-city-20-years-on

SMITHSONIAN MAGAZINE

A Brief Cultural History of the 1990s

smithsonianmag.com/history/1990s-cultural-history-180957389/

PEW RESEARCH CENTER

Women and Leadership: Public Says Women Are Equally Qualified, but Barriers Persist

pewresearch.org/social-trends/2015/01/14/women-and-leadership/

ENCYCLOPAEDIA BRITANNICA

The Third Wave of Feminism

britannica.com/topic/feminism/The-third-wave-of-feminism

RIFERIMENTI VISIVI E BIOGRAFICI

HBO Official

Sex and the City – Official Page

hbo.com/sex-and-the-city

IMDb

Sex and the City (1998–2004)

imdb.com/title/tt0159206/

ENCYCLOPAEDIA BRITANNICA

Sex and the City

britannica.com/topic/Sex-and-the-City

WIKIPEDIA

Sex and the City

wikipedia.org/wiki/Sex_and_the_City

SEX AND THE CITY WIKI – FANDOM

Carrie Bradshaw

sexandthecity.fandom.com/wiki/Carrie_Bradshaw

SEX AND THE CITY WIKI – FANDOM

Miranda Hobbes

sexandthecity.fandom.com/wiki/Miranda_Hobbes

SEX AND THE CITY WIKI – FANDOM

Charlotte York

sexandthecity.fandom.com/wiki/Charlotte_York

SEX AND THE CITY WIKI – FANDOM

Samantha Jones

sexandthecity.fandom.com/wiki/Samantha_Jones

WIKIPEDIA

Sarah Jessica Parker

wikipedia.org/wiki/Sarah_Jessica_Parker

IMDb

Sarah Jessica Parker Biography

imdb.com/name/nm0000572/bio/

IMDb

Patricia Field

imdb.com/name/nm0276072/

IMDb

Sex and the City 2

imdb.com/title/tt1261945/

MODA E COSTUME

MARIE CLAIRE ITALIA

La moda di Sex and the City: gli outfit e lo stile che hanno fatto la storia della serie

marieclaire.it/moda/look-star/a41976186/moda-sex-and-the-city/

VOGUE ITALIA

Sex and the City: come la serie ha cambiato il rapporto tra televisione e moda

vogue.it/moda/article/sex-and-the-city-moda-serie-tv

BUSINESS OF FASHION

How Sex and the City Changed Fashion

businessoffashion.com/articles/intelligence/how-sex-and-the-city-changed-fashion/

VOGUE

The Fashion of Sex and the City

vogue.com/article/sex-and-the-city-fashion-patricia-field

PATRICIA FIELD Official Website

patriciafield.com

MANOLO BLAHNIK Official Website

manoloblahnik.com

SEX AND THE CITY WIKI – FANDOM

Fashion and Style

sexandthecity.fandom.com/wiki/Fashion

NET-A-PORTER

Sarah Jessica Parker Interview

net-a-porter.com/en-us/porter/article-6f6a7d0f4d4e2a4b/fashion/fashion-memoirs/sarah-jessica-parker

SJP by Sarah Jessica Parker

Official Website

sjpbysarahjessicaparker.com

SJP Fragrances

Official Website

sjpfragrances.com



LOUIS VUITTON

#GAT

BIBLIOGRAFIA

AMY SOHN, SARAH WILDMAN

Sex and the City: Kiss and Tell
Gallery Books, New York, 2004.

AMY SOHN

Sex and the City: The Movie
Headline Book Publishing, London, 2008.

ERIC C. CYPHERS

Sex and the City 2: The Stories. The Fashion. The Adventure.
Photographs by Craig Blankenhorn
Running Press, Philadelphia/London, 2010.

Capitolo 2

COMUNICAZIONE DIGITALE E NUOVI MEDIA

ENCYCLOPAEDIA BRITANNICA

World Wide Web (WWW)
britannica.com/topic/World-Wide-Web

CERN

The Birth of the Web
home.cern/science/computing/birth-web

COMPUTER HISTORY MUSEUM

Mosaic Web Browser
computerhistory.org/blog/the-world-wide-web-a-brief-history/

MICROSOFT

The History of Windows
microsoft.com/en-us/windows/history

PEW RESEARCH CENTER

The Internet and the Evolution of Communication
pewresearch.org/internet/fact-sheet/internet-broadband/

BBC NEWS

A Brief History of the Mobile Phone
bbc.com/news/technology-19969223

HISTORY.COM

Email and the Evolution of Communication
history.com/news/the-history-of-email

BRANDING E SOCIAL MEDIA

HUBSPOT

What is Personal Branding?
blog.hubspot.com/marketing/personal-branding

FORBES

Why Personal Branding is More Important Than Ever
forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2019/06/03/why-personal-branding-is-more-important-than-ever/

HOOTSUITE

What is a Social Media Manager?
blog.hootsuite.com/social-media-manager/

INFLUENCER MARKETING HUB

What is a Content Creator?
influencermarketinghub.com/what-is-a-content-creator/

STATISTA

Number of Social Media Users Worldwide
statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/

CREDITI FOTOGRAFICI

CITY GIRL pp.21

Scatto urbano di Taylen Hippolyte per Pexels.

SEX AND THE CITY POSTER pp.26

Poster promozionale ufficiale di Sex and the City, serie HBO trasmessa dal 1998 al 2004.

SEX AND THE CITY POSTER pp.30

Poster promozionale ufficiale di Sex and the City, serie HBO trasmessa dal 1998 al 2004.

MIRANDA HOBBS pp.49

Cynthia Nixon nel ruolo di Miranda Hobbes in Sex and the City. Il personaggio è noto per il suo stile essenziale e funzionale, anticipando un'estetica "normcore" ancora oggi riconoscibile.

CHARLOTTE YORK pp.52

Kristin Davis nei panni di Charlotte York in uno scatto promozionale ufficiale della serie HBO Sex and the City. Copyright HBO.

SAMANTHA JONES pp.56

Poster promozionale della serie HBO Sex and the City (1998-2004). Copyright Getty Images.

CARRIE BRADSHAW E SAMANTHA JONES pp.56

Sarah Jessica Parker e Kim Cattrall nei panni di Samantha Jones e Carrie Bradshaw in uno scatto ufficiale della serie HBO Sex and the City (1998-2004). Copyright HBO.

CARRIE BRADSHAW pp. 62

Sarah Jessica Parker nei panni di Carrie Bradshaw nell'iconico look della sigla di Sex and the City, con la celebre gonna in tulle diventata simbolo della serie. Foto Getty Images.

SANDALO GUESS pp. 63

Campagna promozionale Guess, dicembre 2025.

CARRIE, MIRANDA, CHARLOTTE, SAMANTHA pp.64

Il cast principale di Sex and the City in uno scatto promozionale per la seconda stagione della serie, 1999.

CARRIE BRADSHAW pp.67

Sarah Jessica Parker durante le riprese di Sex and the City 2 per le strade di Manhattan, New York, settembre 2009. Fotografia di James Devaney/WireImage.

PATRICIA FIELD pp.74

Ritratto della costumista e stylist Patricia Field, figura chiave nella costruzione dell'immaginario fashion di Sex and the City.

EDITOR'S LETTER



Q

Quello che ci ispira davvero spesso non arriva in modo razionale. A volte prende forma attraverso immagini, personaggi, città e

storie che finiscono per sembrarci familiari ancora prima di capire il perché. Per me uno di questi immaginari è stato quello raccontato da Sex and the City, e in particolare dalla figura di Carrie Bradshaw. Non solo per l'estetica, la moda o New York, ma per quel modo di

stare nel mondo: imperfetto, indipendente, ambizioso, emotivo, ancora in costruzione. Questo magazine unisce moda, cultura pop, comunicazione digitale ed esperienza personale. È un progetto costruito attraverso immagini, articoli e riferimenti che fanno parte del mio immaginario da anni, ma che oggi assumono un significato diverso: non più solo ispirazione, ma linguaggio. Perché a volte crescere significa anche questo: capire che le cose che ci hanno accompagnato per anni stavano già raccontando qualcosa di noi, molto prima che trovassimo il modo di dirlo da sole.

Giulia Gorret

FERRAGAMO FIAMMA

THE NEW FRAGRANCE



A fashion advertisement for Jimmy Choo. A woman with long, wavy blonde hair and dark sunglasses is the central figure. She is wearing a black, oversized leather jacket and is posing with one leg raised. She holds a small, heart-shaped, silver sequined bag by a thin chain. She is wearing blue strappy high-heeled sandals. The background consists of a bright pink wall with vertical slats, and palm trees are visible against a clear blue sky. The brand name 'JIMMY CHOO' is written in large, white, serif capital letters across the middle of the image.

JIMMY CHOO

TABLE OF

CONTENTS

COVER



SARAH JESSICA PARKER
fotografata da STEVEN MEISEL
per Vogue, agosto 2003.

Nell'editoriale indossa un abito
Gucci Autunno/Inverno 2003
disegnato da Tom Ford.

CITY GIRL

01 DOVE NASCE TUTTO
SEX AND THE CITY
NON SOLO MODA

MEDIA SHIFT

02 UN NUOVO SCENARIO
DAI MAGAZINE AL WEB
IL PERSONAL BRANDING

FREELANCE LIFE

03 IL CONTESTO DELLO STAGE
DALLA TEORIA ALLA PRATICA
E ADESSO?

GAL ABOUT TOWN

04 OBIETTIVI, VISIONE, DIREZIONE
ARCHITETTURA DEL BLOG
LA VOCE DI #GAT SUI SOCIAL

OROSCOPE

05 GIUGNO 2026
DI GIULIA GORRET

EPILOGUE

06 CONCLUSIONI
I MIEI RINGRAZIAMENTI



GAL ABOUT TOWN

[dall'INGLESE · locuzione INFORMALE · FEMMINILE]

Donna socialmente presente, attenta allo stile e alle dinamiche del proprio tempo, soprattutto è capace di costruire in modo autonomo il proprio percorso personale e professionale.

Tra lavoro, relazioni e identità, si muove con uno sguardo in continua evoluzione, trasformando la propria esperienza in un processo di crescita e definizione di sé.

*Jenna Ortega fotografata da Felix
Cooper, styling di Patti Wilson per Elle,
marzo 2023. Abito Dolce & Gabbana e
pumps Roger Vivier.*



**ARE YOU A
#GAT?**

INTRO



Il progetto #GAT nasce con l'intento di osservare e approfondire l'evoluzione della figura della donna freelance nell'ambito dei nuovi media, analizzando come, a partire dagli anni '90 fino ad oggi, le donne abbiano progressivamente ridefinito il proprio ruolo lavorativo, costruendosi uno spazio sempre più autonomo e riconoscibile.

Questo interesse nasce anche da un'esperienza diretta: durante il mio percorso di stage, svolto a stretto contatto con una libera professionista nel campo della comunicazione digitale, ho avuto modo di osservare concretamente dinamiche, criticità e opportunità legate al lavoro freelance. E non ho potuto fare a meno di chiedermi: sarà stato sempre così?

Per rispondere a questa domanda, il progetto parte da un riferimento culturale preciso: la figura della "city girl" degli anni '90, rappresentata in modo emblematico dal personaggio di Carrie Bradshaw nella serie *Sex and the City*. Non solo icona pop, ma simbolo di un cambiamento nella rappresentazione della donna: indipendente, economicamente attiva



e protagonista del proprio percorso professionale.

A partire da questo immaginario, l'analisi si sviluppa attraverso un confronto tra passato e presente, mettendo in relazione il modello della freelance newyorkese degli anni '90 con la figura contemporanea della city girl milanese osservata durante l'esperienza di stage.

"I couldn't HELP but WONDER..."

The CITY GIRL was never just a look. It's A WAY OF MOVING through the world.



Sarah Jessica Parker nei panni di Carrie Bradshaw durante le riprese di un video promozionale per HBO a Brooklyn Heights, New York, marzo 2003.

Questa riflessione teorica si concretizza nello sviluppo di un progetto editoriale digitale: #GAT. Il progetto prevede la realizzazione di un sito web e di una pagina Instagram, con l'obiettivo di costruire una presenza coerente che unisca il linguaggio dei media tradizionali, come il magazine, alle dinamiche della comunicazione digitale contemporanea.

L'obiettivo del progetto è quello di creare una community di Gal About Town contemporanee, o di aspiranti tali, offrendo uno spazio di ispirazione, supporto e riconoscimento, e proponendo al tempo stesso un modello di personal branding consapevole e sostenibile nel contesto attuale del lavoro freelance.

A woman with blonde hair, wearing brown-tinted sunglasses and a voluminous dark blue ostrich feather coat, is seated in a light green armchair. She is looking directly at the camera. The background is a large, multi-panel mural depicting a Venetian scene. The left panel shows a canal with a gondola, a small boat, and a building reflected in the water. The right panel shows a street scene with a fountain, a dog, and people in period clothing. The text "BOTTEGA VENETA" is overlaid in white serif font across the middle of the image.

BOTTEGA VENETA



CITY GIRL

DOVE NASCE TUTTO

*Gli ANNI '90 e la costruzione
di un NUOVO IMMAGINARIO
FEMMINILE*

G

Gli anni '90 rappresentano un periodo di forte cambiamento sociale e culturale, soprattutto per quanto riguarda il ruolo delle donne nella società occidentale. Sempre più donne infatti iniziano a costruire una propria carriera professionale, a vivere in modo indipendente e a prendere decisioni autonome sulla propria vita personale.

La città diventa lo spazio principale in cui questa trasformazione prende forma. Le grandi metropoli, come New York, si affermano come luoghi di opportunità lavorative, libertà personale e sperimentazione di nuovi stili di vita.

In questo contesto emerge una nuova figura femminile: giovane, urbana, indipendente, inserita in un contesto sociale dinamico e in continua evoluzione.

Questo cambiamento non riguarda solo la

vita quotidiana, ma anche il modo in cui le donne vengono rappresentate nei media. Riviste e televisione iniziano a raccontare donne che lavorano, vivono da sole, coltivano amicizie e costruiscono la propria identità al di fuori dei modelli tradizionali.

In questo nuovo scenario prende forma un immaginario femminile diverso rispetto al passato. La donna urbana degli anni '90 non è più rappresentata esclusivamente all'interno della dimensione familiare, ma come protagonista della propria vita professionale e sociale.

La città diventa il luogo in cui si sviluppano nuove forme di indipendenza: lavorativa, economica e personale. Lavoro, carriera, amicizia e vita sentimentale convivono all'interno di un equilibrio spesso complesso, ma sempre più centrale nella narrazione della vita femminile contemporanea.

I media iniziano quindi a raccontare donne che cercano di costruire una propria autonomia, confrontandosi con le opportunità ma anche con le contraddizioni della società dell'epoca.

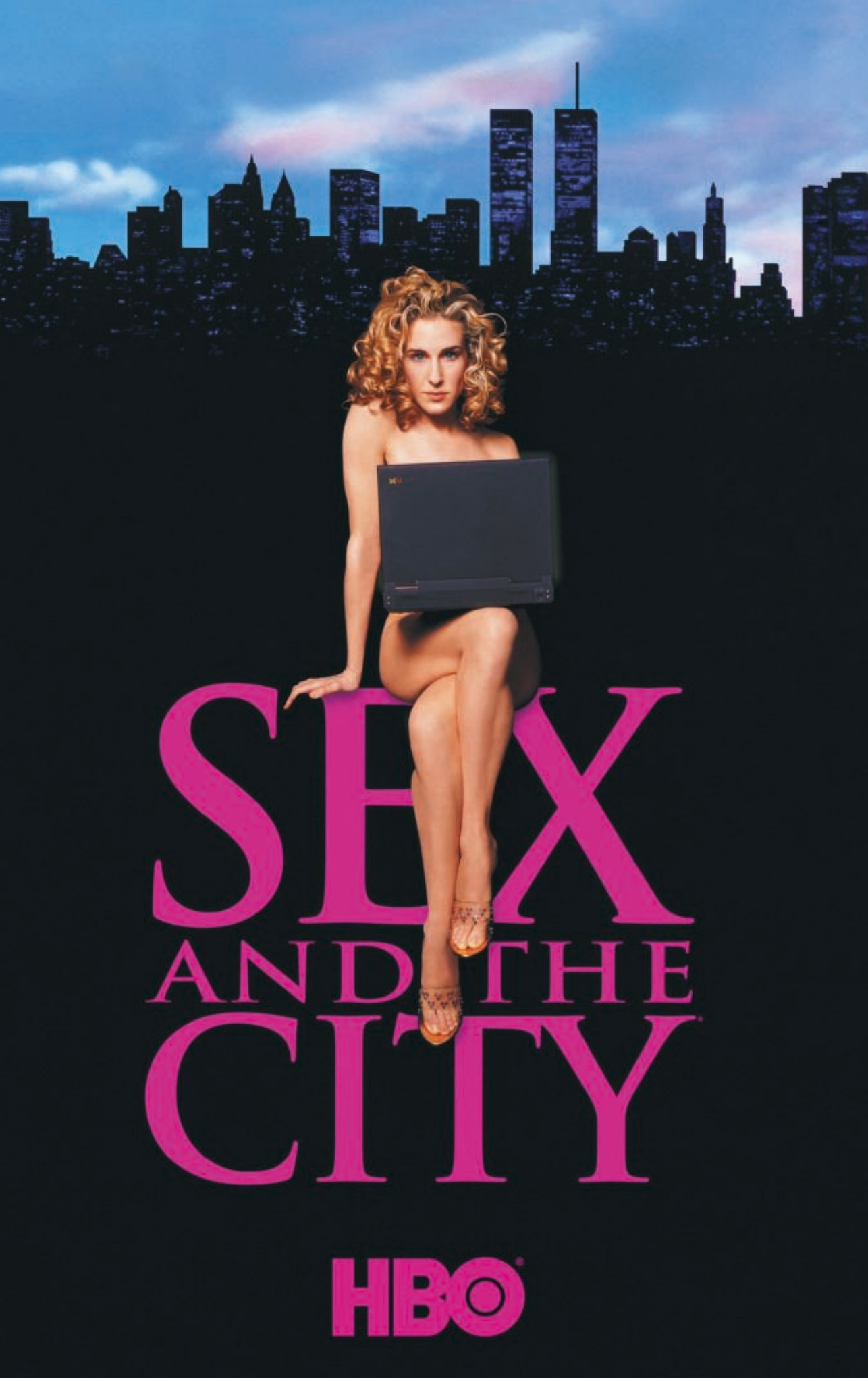


*Le supermodelle degli anni Novanta
ritratte da Michel Comte a Palazzo
Versace nel 1994. Uno degli scatti simbolo
dell'estetica fashion del decennio.*

j'adore
Dior







SEX AND THE CITY

HBO®

SEX AND THE CITY

*La SERIE che ha RISCRITTO il
racconto della DONNA in TV*

E

Ed è proprio in questo momento storico che prende vita Sex and the City, una delle prime serie televisive a raccontare la donna in modo nuovo, libero e indipendente

Lo show debutta nel giugno del 1998 negli Stati Uniti d'America sul canale HBO, rete televisiva statunitense nota per la produzione di contenuti innovativi e spesso lontani dalle logiche della televisione tradizionale.

Ideata da Darren Star e basata sul libro dell'autrice e giornalista Candace Bushnell, la serie è ambientata a New York e racconta la vita di quattro donne (Carrie Bradshaw, Miranda Hobbes, Charlotte York e Samantha Jones) alle prese con lavoro, relazioni, amicizie e vita quotidiana nella città.

In poco tempo Carrie e le sue amiche diventano delle vere e proprie icone della cultura pop contemporanea, portando sullo schermo una rappresentazione della donna urbana fino a quel momento poco raccontata in televisione.

Fin dalla sua uscita, infatti, la serie si distingue per il modo diretto e spesso innovativo con cui affronta temi legati alla sessualità, alle relazioni e all'indipendenza femminile. Per la prima volta in televisione quattro protagoniste femminili adulte parlano apertamente della propria vita sentimentale, delle difficoltà professionali e delle scelte personali, offrendo una rappresentazione più complessa e realistica della vita delle donne nelle grandi città.

*Sarah Jessica Parker nel ruolo di Carrie
Bradshaw, in uno scatto promozionale
ufficiale HBO per Sex and the City.*





Meet me for a COSMOPOLITAN?

Allo stesso tempo *Sex and the City* diventa anche una vera e propria icona culturale. La serie contribuisce a definire l'immaginario legato al lifestyle newyorkese, fatto di moda, locali, amicizie e carriera.

Carrie Bradshaw, in particolare, incarna la figura della "girl about town": una donna curiosa e indipendente, profondamente legata alla vita della città, che osserva e racconta il proprio tempo attraverso la sua rubrica settimanale.

Come osservato da diversi commentatori, la serie rappresenta in un certo senso anche la celebrazione del cambiamento di status sociale ed economico che molte donne hanno vissuto negli anni Novanta.

Allo stesso tempo, però, mette in luce anche alcune delle contraddizioni di questa nuova libertà: il desiderio di realizzazione personale convive spesso con le pressioni sociali, il consumismo e le difficoltà legate alla costruzione di una stabilità professionale ed emotiva.

Proprio questa capacità di raccontare aspirazioni, limiti e contraddizioni della vita urbana femminile ha reso la serie

uno dei prodotti culturali più influenti della fine degli anni Novanta e dei primi anni Duemila.

Ed è forse anche per questo che, fin da quando avevo sedici anni, ho iniziato a considerare questa serie come un punto di riferimento quasi naturale nel mio immaginario.

Guardandola ho scoperto un mondo fatto di amicizia femminile, indipendenza, lavoro creativo e vita urbana, elementi che negli anni sono diventati parte integrante del modo in cui immagino la mia vita adulta.

Sex and the City mi ha avvicinata non solo a un certo modello di donna indipendente, ma anche a un'intera atmosfera culturale: la New York degli anni Novanta, il ritmo della città, il linguaggio dei magazine, la moda e il lifestyle urbano, tutti elementi che, nel tempo, sono entrati a far parte del mio immaginario personale e che oggi rappresentano il punto di partenza di questo progetto.





FENDI

ROMA



QUATTRO DONNE

Per QUATTRO *modi* DI ESSERE

Uno degli aspetti più interessanti di *Sex and the City* è il modo in cui la serie riesce a raccontare diverse sfaccettature della femminilità contemporanea.

Le quattro protagoniste non rappresentano semplicemente

quattro amiche, ma quattro modi diversi di vivere la città, il lavoro, l'amore e l'indipendenza.

Carrie Bradshaw, Miranda Hobbes, Charlotte York e Samantha Jones incarnano infatti personalità molto diverse tra loro;



CARRIE MIRANDA CHARLOTTE OR SAMANTHA?

Kristin Davis, Sarah Jessica Parker, Cynthia Nixon e Kim Cattrall in uno scatto promozionale ufficiale della serie HBO Sex and the City, trasmessa dal 1998 al 2004.

proprio per questo motivo, negli anni, una delle domande più ricorrenti tra gli spettatori della serie è diventata quasi un piccolo gioco: “Tu chi sei?": una Carrie, una Miranda, una Charlotte o una Samantha?

L'idea alla base della serie sembra proprio essere quella di permettere a chi guarda di riconoscersi

in almeno uno di questi personaggi, o magari in una combinazione di più personalità diverse. Attraverso le loro storie, Sex and the City propone quindi quattro archetipi femminili che rappresentano diversi modi di affrontare la vita urbana contemporanea.

*Sarah Jessica Parker nei panni di
Carrie Bradshaw in uno scatto
promozionale HBO per la quinta
stagione di Sex and the City.*



P

Protagonista e voce narrante della serie, interpretata da Sarah Jessica Parker, lavora come giornalista freelance e scrive una rubrica settimanale dedicata alle relazioni sentimentali e alla vita nella città di New York.

Curiosa, creativa e profondamente legata alla vita urbana, Carrie osserva il mondo che la circonda trasformando le proprie esperienze personali, e quelle delle sue amiche, in riflessioni sulla vita, sull'amore e sull'indipendenza. Il suo carattere è spesso contraddittorio: romantica ma indipendente, ironica ma anche vulnerabile, Carrie rappresenta la figura

*"Maybe our MISTAKES
are what make OUR FATE,
without them what would
SHAPE our LIVES?
Perhaps if we never veered
off course, we wouldn't
FALL IN LOVE, or have
babies, or BE WHO WE
ARE.
After all SEASONS
CHANGE, so do cities.
People come into your life
and PEOPLE GO... but it's
comforting to know the
ones you love are ALWAYS
in YOUR HEART."*

della "girl about town", una donna che vive pienamente la città e ne racconta le dinamiche sociali e culturali.

Accanto al suo lavoro di scrittura, Carrie è famosa anche per il suo rapporto con la moda, che diventa una vera forma di espressione personale. I suoi look eccentrici e creativi contribuiscono a renderla uno dei personaggi più iconici della cultura pop televisiva.

Proprio per questo il suo personaggio incarna l'archetipo narrativo dell'osservatrice e della storyteller: una figura che interpreta la realtà che la circonda e la trasforma in racconto.

CARRIE BRADSHAW

A SHORT FILM BY

PRADA

STARRING SIDONIE

ON PRADA.COM







*Sarah Jessica Parker fotografata da
Dan Jackson per Vogue, dicembre 2021.
Nell'editoriale Rare Bird indossa un
cappello Valentino Haute Couture e
orecchini Tiffany & Co.*

S

Sarah Jessica Parker non è mai stata soltanto Carrie Bradshaw. Eppure, per un'intera generazione di donne, il suo volto, la sua voce e il suo modo di attraversare New York sono diventati il simbolo di un immaginario preciso: quello della "city girl" indipendente, ambiziosa, imperfetta e costantemente alla ricerca di sé stessa.

Nata a Nelsonville, in Ohio, il 25 marzo 1965, Sarah Jessica Parker inizia a recitare quando è ancora molto giovane. Muove i primi passi nel teatro e debutta a Broadway prendendo parte a produzioni come *Annie*, esperienza che segna l'inizio di una carriera costruita con costanza, disciplina e versatilità. Tra gli anni '80 e '90 lavora tra cinema e televisione, prendendo parte a film diventati ormai cult come *Footloose*, *Hocus Pocus*, *Mars Attacks!* e *Il club delle prime mogli*.

È però nel 1998 che arriva il ruolo destinato a cambiarle la vita e, in parte, anche quella della cultura pop contemporanea. Con *Sex and the City*, Sarah Jessica Parker entra nelle case di milioni di persone interpretando Carrie Bradshaw, giornalista newyorkese ossessionata

dall'amore, dalla scrittura e dalle scarpe Manolo Blahnik. Un personaggio ironico, fragile, intelligente e contraddittorio, che per la prima volta porta sullo schermo una rappresentazione femminile diversa da quelle tradizionali: più autentica, libera e profondamente umana.

Sarah Jessica Parker sulla copertina di Vogue, dicembre 2021. Abito Dolce & Gabbana Haute Couture, bracciali Dior e anello Harwell Godfrey. Fashion editor Tabitha Simmons. Fotografia di Dan Jackson.



SARAH JESSICA PARKER

"I DESTROYED my feet, BUT it was WORTH IT."
SJP in an INTERVIEW for Net-A-Porter, reflecting
on her YEARS IN HEELS as CARRIE BRADSHAW

*Sarah Jessica Parker fotografata da
Dan Jackson per Vogue, dicembre 2021.
Cappotto Chanel e abito Dior.*







Sarah Jessica Parker fotografata da Dan Jackson per Vogue, dicembre 2021. Nell'editoriale "Full Feather" indossa un abito Fendi Couture e orecchini Dior Fine Jewelry.

Nel corso delle sei stagioni della serie, Parker ottiene due Emmy Awards, quattro Golden Globe e tre Screen Actors Guild Awards, trasformandosi rapidamente in un'icona culturale riconoscibile ben oltre il mondo della televisione. Carrie Bradshaw non diventa soltanto un personaggio amatissimo, ma un vero e proprio simbolo di stile, indipendenza e femminilità contemporanea. Negli anni successivi, l'attrice

riprende il ruolo nei film *Sex and the City* (2008) e *Sex and the City 2* (2010), fino al ritorno dell'universo narrativo con *And Just Like That...*, serie sequel che riporta Carrie in scena in una versione più adulta, consapevole e malinconica, senza però perdere quell'ironia che l'ha resa iconica.

Accanto alla carriera da attrice, Sarah Jessica Parker costruisce anche un forte legame con il

COVER STORY

mondo della moda e del beauty, trasformando l'estetica di Carrie Bradshaw in qualcosa di reale anche fuori dallo schermo. Nel 2014 lancia infatti il brand SJP by Sarah Jessica Parker, dedicato a scarpe e accessori, nato dal desiderio di creare collezioni eleganti, femminili e fortemente ispirate allo stile newyorkese che aveva contribuito a rendere iconico attraverso la serie. Negli anni il marchio si amplia includendo anche fragranze e prodotti beauty, consolidando ulteriormente la sua immagine nel mondo fashion e lifestyle. Nel 2025 il progetto evolve ancora: il brand cambia identità e si trasforma in SJP Fragrances, concentrandosi esclusivamente sull'universo delle fragranze. Una scelta che riflette un approccio più personale e intimo,

mantenendo però intatto quell'immaginario sofisticato e riconoscibile che da sempre accompagna Sarah Jessica Parker.

Ma forse il motivo per cui continua a essere così rilevante non riguarda soltanto la moda o la televisione. Riguarda il fatto che, attraverso Carrie Bradshaw, ha contribuito a raccontare una generazione di donne che cercava di capire come essere contemporaneamente vulnerabile, ambiziosa, romantica e indipendente. E che, in quel racconto, ha finito per riconoscersi.

Sarah Jessica Parker fotografata da Dan Jackson per Vogue, dicembre 2021. Nell'editoriale "Home Again" indossa un abito Alexander McQueen con corsetto e gonna Christopher John Rogers e collana Haute Victoire.





BVLGARI
ROMA

MIRANDA HOBBS

*Cynthia Nixon ritratta in uno
shooting promozionale durante gli
anni di produzione originale di Sex
and the City (1998-2004).
Supplied by LMK / ipa-agency.net*

*La CARRIERA
prima di TUTTO*





*“I want to
ENJOY my
success,
NOT
APOLOGISE
for it.”*

*Cynthia Nixon nei panni di
Miranda Hobbes in uno scatto
tratto dalla serie HBO Sex and
the City (1998–2004).
Supplied by LMK / IPA.*

Avvocata brillante e determinata, impersonata da Cynthia Nixon, è caratterizzata da un forte senso pratico e da una visione spesso molto razionale della vita e delle relazioni.

Tra le quattro protagoniste è probabilmente quella più orientata alla carriera e all'indipendenza professionale. Miranda affronta con realismo le difficoltà del mondo del lavoro e rappresenta una figura femminile che cerca di affermarsi in un ambiente professionale ancora fortemente dominato dagli uomini.

Il suo carattere diretto e talvolta cinico la porta spesso a mettere in discussione le convenzioni sociali legate all'amore e alla famiglia. Nel corso della serie, però, anche Miranda evolve profondamente, mostrando una crescente apertura verso relazioni e scelte personali che inizialmente sembravano lontane dalla sua visione della vita.

Per queste caratteristiche Miranda rappresenta l'archetipo della professionista / razionale, una donna che mette al centro competenza, razionalità e autonomia nel mondo del lavoro.

BURBERRY GODDESS



THE POWER WITHIN
THE NEW FRAGRANCE

*Cynthia Nixon fotografata
da Martin Mautawizada
per Vogue, marzo 2021.*



CYNTHIA NIXON

*"I am ALWAYS looking for a GREAT
PLAY and a GREAT PART to do."*

N

Nata a New York, il 9 aprile 1966, è un'attrice e attivista statunitense. Inizia a recitare molto giovane, debuttando in televisione già a 12 anni e sviluppando parallelamente una solida carriera teatrale, che la porterà a esibirsi a Broadway e a vincere due Tony Awards.

Nel corso degli anni lavora tra cinema e televisione, con ruoli in produzioni come *Amadeus*, *Il rapporto Pelican* e diverse serie TV, ma il successo internazionale arriva nel 1998 con il ruolo di Miranda Hobbes in *Sex and the City*, che interpreta fino al 2004 e successivamente nei film e nella serie *And Just Like That...*

Accanto alla recitazione, continua a dedicarsi al teatro e ottiene importanti riconoscimenti, tra cui un Emmy Award per *Law & Order – Unità vittime speciali*. Negli anni più recenti ha interpretato Emily Dickinson nel film *A Quiet Passion* e Ada Brook nella serie *The Gilded Age*.

Parallelamente alla carriera artistica, è fortemente impegnata nell'attivismo politico e sociale, in particolare per i diritti civili, l'istruzione pubblica e la comunità LGBTQIA+. Vive a New York con la moglie Christine Marinoni e i loro figli.

Attraverso il personaggio di Miranda Hobbes ha contribuito a definire una rappresentazione donna indipendente, razionale professionalmente affermata.





VERSACE po

A woman with short, blonde, textured hair is lying on her side on a sandy surface. She is wearing a dark, shimmering, strapless top and large, rectangular, gold-colored earrings with purple accents. She is looking directly at the camera with a slight smile. To her left is a large, metallic, purple bowl. The background is a gradient of dark blue and purple, suggesting a sunset or sunrise sky.

our femme DYLAN PURPLE

CHARLOTTE YORK

“I BELIEVE *there's*
one PERFECT
PERSON *out there*
to COMPLETE ME”



L

L'anima più romantica e tradizionale del gruppo, portata sullo schermo da Kristin Davis, è cresciuta con un'idea molto chiara dell'amore e del matrimonio e crede profondamente nelle relazioni stabili e nella possibilità di costruire una famiglia.

Lavora nel mondo dell'arte come gallerista e il suo stile di vita riflette una visione più classica dell'eleganza e delle relazioni sociali.

Tra tutte le protagoniste, Charlotte è certamente quella che più spesso cerca di seguire un modello di vita

tradizionale.

Nel corso della serie, però, anche il suo personaggio attraversa diverse trasformazioni e momenti di crisi, mostrando come anche l'idea più romantica dell'amore debba confrontarsi con la complessità della vita reale.

Charlotte rappresenta quindi l'archetipo della romantica idealista, la figura che continua a credere nell'amore e nelle relazioni profonde nonostante le difficoltà della realtà.





© 2018 Tiffany & Co. All rights reserved. Schlumberger by Tiffany & Co.

Schlumberger by Tiffany

TIFFANY & Co.

“It’s NICE to be with someone, but I don’t think you NEED to be in a RELATIONSHIP to feel complete. That would be REALLY SAD.”

K

Nata a Boulder, il 23 febbraio 1965; è un’attrice statunitense.

Dopo gli studi in teatro alla Rutgers University, inizia la sua carriera tra televisione e cinema, affrontando inizialmente ruoli minori e difficoltà professionali che la portano a trasferirsi a New York, dove lavora anche al di fuori del mondo dello spettacolo.

Negli anni Novanta ottiene maggiore visibilità con ruoli in serie come *Melrose Place* e con apparizioni in produzioni televisive come *Friends* e *Will & Grace*, fino alla svolta nel 1998 con il ruolo di Charlotte York in *Sex and the City*, che interpreta fino al 2004 e successivamente nei film e nella serie reboot

And Just Like That....

Parallelamente alla carriera televisiva, prende parte anche a produzioni cinematografiche come *L’isola delle coppie* e continua a lavorare tra cinema e televisione.

Al di fuori della recitazione, è attivamente impegnata in attività umanitarie e di volontariato, in particolare in Africa, e ha adottato due figli.

Con Charlotte York ha dato forma a un personaggio che rappresenta il lato più romantico e idealista della femminilità contemporanea.

*Kristin Davis durante un servizio
fotografico per Haute Living a Los
Angeles, maggio 2023.
Copyright Getty Images.*

A portrait of Kristin Davis, a woman with long, wavy brown hair, smiling at the camera. She is wearing a dark blue, long-sleeved, asymmetrical dress with a high collar on one side. She is also wearing large, dangling pearl earrings and a ring on her left hand. Her left hand is resting on her hip. The background is a soft, out-of-focus grey.

KRISTIN DAVIS

SAMANTHA JONES

“Listen to me: the RIGHT GUY is an ILLUSION. Start LIVING your lives!”

I

Indubbiamente il personaggio più audace, amato e anticonvenzionale della serie, interpretato da Kim Cattrall, lavora come public relations manager e ha costruito la propria carriera con grande determinazione e indipendenza.

Sicura di sé, ironica e totalmente libera dalle convenzioni sociali tradizionali, Samantha rappresenta una figura femminile estremamente autonoma sia dal punto di vista professionale che personale.

Il suo approccio alla vita e alle relazioni è diretto e spesso provocatorio, ma proprio per questo il personaggio diventa uno dei simboli più forti dell'empowerment femminile all'interno della serie.

Samantha incarna quindi l'archetipo della seduttrice e della donna indipendente, una figura che vive la propria libertà senza compromessi, mettendo al centro il successo professionale, l'indipendenza economica e la piena autonomia nelle scelte personali.



*Kim Cattrall in uno
shooting promozionale per
TV Guide, giugno 2003.*





EMMA WATSON

PRADA PARADOXE

THE NEW REFILLABLE FRAGRANCE



SCAN AND EXPLORE THE PARADOXE



PRADA

*Kim Cattrall
fotografata per
Fashion Magazine,
maggio 2022.
Photography courtesy
of Ole Henriksen.*



KIM CATTRALL

*“When I see a WOMAN who LOOKS HER AGE, she’s
RADIATING something, and it’s LIFE.”*

ABOUT THE ACTRESS

K

Kim Victoria Cattrall, nata a Liverpool il 21 agosto 1956; è un'attrice britannica con cittadinanza canadese e statunitense. Dopo gli studi alla London Academy of Music and Dramatic Art e all'American Academy of Dramatic Arts di New York, avvia la sua carriera tra cinema e televisione, lavorando con gli Universal Studios e prendendo parte a numerose produzioni tra gli anni Settanta e Ottanta.

Si afferma sul grande schermo con film come *Porky's*, *Scuola di polizia*, *Mannequin* e *Grosso guaio a Chinatown*, oltre a partecipare al franchise di *Star Trek*. Parallelamente sviluppa una solida esperienza teatrale, che mantiene attiva fino agli anni Novanta.

La svolta arriva nel 1998 con il ruolo

di Samantha Jones in *Sex and the City*, che interpreta fino al 2004 e successivamente nei film del 2008 e 2010, ottenendo un Golden Globe, due Screen Actors Guild Awards e numerose candidature agli Emmy. Dopo la serie, sceglie di non prendere parte al reboot, proseguendo il proprio percorso con progetti televisivi e cinematografici come *Sensitive Skin*, *Filthy Rich* e *How I Met Your Father*.



Con il personaggio di Samantha Jones, Cattrall ha contribuito a portare sullo schermo una figura femminile allora ancora poco rappresentata nella televisione dell'epoca, trasformandola in un simbolo di libertà, sicurezza e indipendenza femminile.

*Kim Cattrall
fotografata da Thomas
Laisné per British Vogue,
settembre 2023.*

FASHION

U

Uno degli elementi che ha reso *Sex and the City* una serie così riconoscibile è senza dubbio il suo rapporto con la moda. Fin dalle prime stagioni, gli abiti e gli accessori non sono semplicemente un elemento estetico, ma diventano parte integrante del racconto e della costruzione dei personaggi.

Gran parte di questo immaginario si deve al lavoro della costumista Patricia Field, responsabile dello stile della serie. Field sviluppa un linguaggio visivo completamente nuovo per la televisione dell'epoca: gli outfit non seguono sempre regole tradizionali di eleganza o realismo, ma mescolano capi vintage, haute couture e street style, creando combinazioni spesso audaci e immediatamente riconoscibili.

Un'altra scelta molto particolare riguarda proprio la gestione del guardaroba dei personaggi. Nel corso della serie, infatti, i look non vengono praticamente mai ripetuti: Patricia Field decide volutamente di non riutilizzare gli stessi capi o accessori, creando per ogni episodio nuove combinazioni e nuovi outfit. Questa scelta contribuisce a rendere l'estetica della serie estremamente dinamica, riconoscibile e rafforza il legame tra moda, identità e narrazione.



*Quando lo STILE
diventa RACCONTO*

NON E' SOLO MODA

All'interno di questo universo visivo, *Sex and the City* contribuisce anche a portare al grande pubblico alcuni marchi e designer destinati a diventare iconici. Tra questi, uno dei più celebri è sicuramente Manolo Blahnik, le cui scarpe diventano un vero e proprio simbolo della serie. Per Carrie Bradshaw, in particolare, le scarpe non sono semplicemente un accessorio, ma quasi un oggetto di culto, capace di rappresentare desiderio, identità e aspirazioni personali.

Accanto alle scarpe, anche le borse assumono un ruolo centrale nell'immaginario della serie. Modelli firmati Fendi, Dior e Chanel compaiono spesso negli outfit delle protagoniste, contribuendo a costruire quell'estetica sofisticata e urbana che diventerà uno dei tratti distintivi dello show.

Proprio Carrie Bradshaw diventa, nel corso delle stagioni, una vera e propria fashion icon. I suoi look, spesso eccentrici, creativi e fuori dagli schemi, riflettono la sua personalità curiosa, indipendente e profondamente legata alla vita della città. La moda diventa così un linguaggio attraverso cui il personaggio esprime sé stesso, le proprie emozioni e le diverse fasi della sua vita.

Lo stile delle protagoniste quindi, contribuisce anche a definire le loro personalità. Miranda predilige un abbigliamento più pratico e professionale, coerente con la sua carriera di avvocatessa; Charlotte sceglie spesso look più classici ed eleganti, in linea con la sua visione romantica della vita; Samantha, invece, utilizza la moda come strumento di affermazione personale e sensualità.

Tra tutte, però, è Miranda il personaggio in cui l'evoluzione dello stile risulta più evidente. Nelle prime stagioni la vediamo spesso indossare tailleur strutturati, colori scuri e capi dal taglio quasi maschile, una scelta che riflette sia il suo carattere pragmatico sia il contesto professionale in cui lavora, ancora fortemente dominato dagli uomini. Con il passare delle stagioni, però, anche il suo stile si ammorbidisce progressivamente insieme al personaggio, diventando più femminile pur rimanendo coerente con la sua personalità.

*Campagna promozionale Guess,
dicembre 2025.*





The way SHE wears it.

*The FASHION GIRL was never just a look.
It was A WAY OF BEING.*

In generale, il guardaroba delle protagoniste cresce insieme a loro: lo sviluppo dei personaggi si riflette anche nelle scelte stilistiche, mostrando come moda e identità siano profondamente

collegate nel racconto della serie. La moda in *Sex and the City* è quindi molto più di un elemento decorativo: diventa parte integrante della narrazione e contribuisce a costruire l'immaginario culturale della serie.



Dior

*Sarah Jessica Parker
fotografata sul set
del film Sex and the
City a Manhattan,
New York,
settembre 2007.
Copyright Getty
Images.*

CARRIE ON

1. Vestito
HALSTON



2. Occhiali da sole
MYKTA



5. Collana
SOLANGE
AZAGURY-PARTRIDGE



3. Pochette
CHANEL

4. Scarpe
CHRISTIAN LOUBOUTIN



In *Sex and the City* gli outfit non sono mai semplici elementi estetici, ma parte integrante della costruzione dei personaggi e della loro evoluzione. Anche nei due film questo immaginario continua a svilupparsi attraverso look sempre più scenografici, sofisticati e riconoscibili, mantenendo centrale il legame tra moda, identità e narrazione.



*Sarah Jessica Parker,
Kim Cattrall, Kristin
Davis e Cynthia Nixon sul
set di Sex and the City 2
a Manhattan, New York,
settembre 2009.
Fotografia di James
Devaney/Wire Image.*





2. Scarpe
CHRISTIAN LOUBOUTIN



4. Collana
CHAHAN

3. Borsa
BEA VALDES



1. Vestito
JOHN GALLIANO
x DIOR



*Sarah Jessica Parker sul
set di Sex and the City 2
a New York, 2009. Nello
scatto indossa uno degli
iconici look firmati John
Galliano.
Fotografia di James
Devaney.*



In Sex and the City 2, in particolare, Carrie Bradshaw porta ancora una volta in scena il suo stile eccentrico e imprevedibile, mescolando haute couture, accessori iconici e riferimenti fashion che contribuiscono a rafforzare il suo ruolo di fashion icon contemporanea.



BLACK
OPIUM
YVES SAINT LAURENT



*Sarah Jessica Parker
nei panni di Carrie
Bradshaw durante le
riprese della seconda
stagione di Sex and the
City. Il look è completato
dalla celebre collana con
il nome Carrie, dalla
collana Playboy e dalla
iconica Fendi Baguette,
diventata simbolo della
serie tra la fine degli
anni Novanta e l'inizio
dei Duemila.*

DRESS CODES

DIETRO il GUARDAROBA di *Carrie Bradshaw*





“I think FASHION is an EXTENSION of your PERSONALITY. It’s an EXPRESSION of who you are”

D

Dietro l'estetica di *Sex and the City* ci sono figure che hanno contribuito a trasformare la moda in uno degli elementi più riconoscibili della serie.

Tra queste, Patricia Field e Manolo Blahnik hanno avuto un

ruolo centrale nella costruzione dell'immaginario visivo dello show. Patricia Field, costumista e stilista statunitense nata a New York nel 1941, è considerata una delle figure più influenti nel costume per cinema e televisione.



Con il suo stile creativo e anticonvenzionale ha lavorato a produzioni come *Il diavolo veste Prada*, *Ugly Betty* ed *Emily in Paris*, ridefinendo il rapporto tra moda e narrazione visiva.

Accanto al suo lavoro, anche le scarpe assumono un ruolo fondamentale grazie alle creazioni di Manolo Blahnik. Nato nel 1942 a Santa Cruz de la Palma, il designer spagnolo fonda l'omonimo marchio diventando

uno dei nomi più iconici della moda internazionale. Le sue calzature, rese celebri anche da *Sex and the City*, diventano simbolo di desiderio, eleganza e identità, contribuendo a rendere Carrie Bradshaw una delle fashion icon più riconoscibili della cultura pop contemporanea.

Attraverso il loro lavoro, la moda diventa così uno dei linguaggi più riconoscibili dell'intera serie.



Sarah Jessica Parker, Kim Cattrall, Kristin Davis e Cynthia Nixon in una scena del finale della terza stagione di Sex and the City.

To be CONTINUED...

Un IMMAGINARIO che CONTINUA: dalla carta stampata ai MEDIA DIGITALI

A

Attraverso le sue protagoniste, il suo stile e il modo in cui racconta la vita urbana femminile, *Sex and the City* contribuisce a costruire un immaginario che segnerà profondamente la cultura pop degli anni successivi.

Questo modello di donna indipendente, inizialmente raccontato attraverso la televisione e i magazine, troverà nuove forme di espressione con l'evoluzione dei media digitali.

Se negli anni Novanta Carrie raccontava la città attraverso una rubrica su un giornale, oggi quella stessa voce potrebbe esprimersi attraverso blog, podcast, social media o altre piattaforme digitali, trasformando il racconto della vita urbana in una nuova forma di identità sociale e professionale.



MEDIA SHIFT

Un nuovo SCENARIO

Quando il mondo ANALOGICO lascia spazio al DIGITALE

G

Gli anni '90 segnano non solo un cambiamento culturale e sociale, ma anche l'inizio di una trasformazione molto più concreta e tangibile: quella legata alla nascita del digitale. Se nel capitolo precedente abbiamo osservato come cambia l'immaginario della donna e il suo ruolo all'interno della società, in questo contesto è importante considerare anche come cambiano gli strumenti attraverso cui quella stessa società si racconta e si costruisce.

È proprio in questo periodo, infatti, che si pongono le basi di quella che oggi definiamo società digitale. La diffusione dei computer nelle case e nei luoghi di lavoro, insieme allo

sviluppo delle prime tecnologie informatiche accessibili al grande pubblico, segna il passaggio da un mondo prevalentemente analogico a un mondo sempre più connesso.

Questa trasformazione non avviene in modo immediato, ma rappresenta l'inizio di un processo che nei decenni successivi porterà a una vera e propria rivoluzione nel modo di comunicare, informarsi e lavorare. Gli anni '90 diventano quindi un punto di partenza fondamentale per comprendere l'evoluzione dei media: da strumenti statici e unidirezionali a sistemi aperti, dinamici e partecipativi.

È all'interno di questo nuovo scenario che iniziano a prendere forma le prime innovazioni tecnologiche destinate a cambiare radicalmente il rapporto tra persone, contenuti e comunicazione, aprendo la strada a un mondo sempre più interconnesso e, progressivamente, sempre più digitale.



A full-page photograph of Miley Cyrus. She is sitting in a white wicker lounge chair on a rooftop. She is wearing a white ribbed Gucci cardigan with a small 'GUCCI' logo on the left chest. Her right arm is raised behind her head, and her left hand rests on the chair's frame. She has large hoop earrings and a red and green striped bracelet on her left wrist. The background shows a panoramic view of Los Angeles with the city skyline visible in the distance under a clear blue sky.

*Miley Cyrus
protagonista della
campagna Gucci
Flora firmata da
Sabato De Sarno,
ambientata a Los
Angeles tra paesaggi
onirici e riferimenti
alla creatività
contemporanea,
2024.*

E'

È proprio all'inizio degli anni '90 che prende forma una delle rivoluzioni più importanti per la società contemporanea: la nascita del World Wide Web.

Sviluppato da Tim Berners-Lee* tra il 1990 e il 1991, il web rende Internet accessibile a un pubblico sempre più ampio, trasformando radicalmente il modo di condividere e reperire informazioni.

Con l'arrivo dei primi browser, e la diffusione dei computer nelle case grazie a sistemi come Windows 95, la tecnologia smette di essere uno strumento per pochi e diventa progressivamente parte della vita quotidiana.

Parallelamente, cambia anche il modo di comunicare. L'introduzione della posta elettronica segna il passaggio da una comunicazione lenta e legata alla carta a una comunicazione immediata e digitale, mentre la diffusione dei telefoni cellulari e degli SMS rende la comunicazione sempre più personale e svincolata da un luogo fisico. Per la prima volta, diventa possibile essere raggiungibili ovunque e in qualsiasi momento, aprendo

la strada a un nuovo tipo di relazione tra le persone e, di conseguenza, anche a un nuovo modo di lavorare.

Queste innovazioni segnano un passaggio fondamentale anche per il mondo dei media. Se fino a quel momento l'informazione era veicolata principalmente attraverso giornali, riviste e televisione, come nel caso

della rubrica di Carrie Bradshaw, con l'arrivo del web iniziano a svilupparsi le prime forme di contenuto online, come siti e blog. Il racconto non scompare, ma cambia piattaforma: da un sistema chiuso e controllato da pochi a uno spazio sempre più aperto, accessibile e condivisibile.

Questo processo, ancora agli inizi negli anni '90,

rappresenta il primo passo verso un'evoluzione che nei decenni successivi porterà alla nascita dei social media e a una trasformazione ancora più profonda del modo in cui le persone comunicano, si raccontano e costruiscono la propria identità, sia personale che professionale.



* Informatico britannico, nato a Londra l'8 giugno 1955, è noto per il suo contributo fondamentale allo sviluppo del web durante il suo lavoro al CERN.



VALENTINO
GARAVANI

La nascita del **PERSONAL BRANDING**

Costruire la propria IDENTITA' ONLINE



C

Con l'evoluzione del web e, soprattutto, con la diffusione dei social media nei primi anni 2000, cambia profondamente anche il modo in cui le persone si presentano e si raccontano. Internet non è più solo uno spazio in cui cercare informazioni, ma diventa un luogo in cui costruire e condividere la propria identità.

È in questo contesto che nasce il concetto di personal branding. In modo molto semplice, si può definire come il processo attraverso cui una persona costruisce e comunica la

propria immagine, i propri valori e le proprie competenze, sia a livello personale che professionale.

Se in passato erano principalmente aziende e brand a curare la propria comunicazione, con l'arrivo dei social media questa possibilità si estende a chiunque. Piattaforme come blog, Instagram, LinkedIn o YouTube permettono alle persone di raccontarsi, condividere contenuti e creare una presenza online riconoscibile.

Negli ultimi anni, inoltre, è diventato sempre più evidente quanto la presenza online sia importante anche dal punto di vista professionale. Il modo in cui una persona si presenta sui social, i contenuti che condivide e il tipo di comunicazione che utilizza contribuiscono a costruire la sua credibilità e il suo posizionamento nel mondo del lavoro.

Il personal branding rappresenta quindi un passaggio fondamentale nell'evoluzione dei media: non si tratta più solo di consumare contenuti, ma di produrli e utilizzarli in modo strategico, per definire la propria identità. In questo senso, ogni individuo diventa allo stesso tempo autore, comunicatore e, in parte, anche brand di sé stesso.

*Immagine tratta dalla
campagna Guess Underwear
FW25, ispirata all'estetica
glamour e teatrale del burlesque
e del cabaret contemporaneo.*







LOUIS VUITTON

Nuove IDENTITA' PROFESSIONALI

Da RAPPRESENTAZIONE ad AZIONE

L

L'evoluzione dei media digitali non ha trasformato solo il modo di comunicare, ma ha avuto un impatto diretto anche sul mondo del lavoro e, in particolare, sull'identità professionale femminile. Se negli anni '90 le donne iniziavano a conquistare maggiore indipendenza all'interno dei contesti lavorativi

tradizionali, con l'arrivo del digitale si aprono nuove possibilità ancora più autonome e flessibili.

Internet e, successivamente, i social media permettono infatti di accedere a nuove forme di lavoro che non dipendono più esclusivamente da strutture aziendali tradizionali. Nascono così nuove figure professionali legate alla comunicazione digitale, alla creazione di contenuti e alla gestione delle piattaforme online.

Tra queste, una delle più diffuse è quella del content creator, ovvero una persona che crea contenuti digitali (come foto, video o testi) destinati a essere pubblicati online, spesso con l'obiettivo di informare, intrattenere o costruire una community.

Accanto a questa figura si sviluppa anche quella del social media manager, che si occupa di gestire la comunicazione di un brand o di un progetto sui social, pianificando contenuti, strategie e modalità di interazione con il pubblico.





In questo scenario, il passaggio più significativo è quello che porta le donne da oggetto della narrazione a soggetto attivo della comunicazione. Se in passato venivano raccontate dai media, oggi sono loro stesse a raccontarsi, a costruire contenuti e a definire il proprio percorso professionale attraverso gli strumenti digitali.

La possibilità di lavorare in modo autonomo, di gestire progetti in maniera indipendente e di costruire una presenza online coerente rappresenta una delle evoluzioni più evidenti di questo cambiamento. Il lavoro non è più solo un ruolo da occupare, ma diventa sempre più spesso un'estensione delle proprie competenze, dei propri interessi e del proprio modo di comunicare.

In questo contesto prende forma la figura del libero professionista in ambito

digitale: una realtà lavorativa che richiede non solo competenze tecniche legate alla comunicazione e ai media, ma anche capacità organizzative, gestionali e strategiche.

A differenza dei modelli più tradizionali, chi lavora in modo autonomo si trova spesso a gestire in prima persona ogni aspetto della propria attività, dalla relazione con i clienti alla pianificazione dei contenuti, fino agli aspetti più operativi e gestionali.

Questa evoluzione rappresenta uno dei cambiamenti più significativi introdotti dal digitale nel mondo del lavoro contemporaneo, aprendo nuove possibilità ma anche nuove responsabilità, soprattutto per chi sceglie di costruire un percorso professionale indipendente.



FENDI

ROMA



FREELANCE LIFE



A photograph of a vintage 76 gas station in a desert landscape. The station has a large canopy with a '76' logo and a gas pump with a '76' logo. A white Volkswagen Beetle is parked at the pump. The background shows a desert with mountains and a clear blue sky. The text 'IL CONTESTO DELLO STAGE' is overlaid in large white letters.

IL CONTESTO DELL' STAGE

L'ingresso nel MONDO della
COMUNICAZIONE DIGITALE



H

Ho svolto uno stage di sei mesi, presso una libera professionista attiva nel settore del social media management, della comunicazione digitale e del web design.

La mia tutor Micol Lizzio, lavora sia in autonomia sia in collaborazione con un'altra giovane libera professionista, Ines Emma Nicolai, con cui ha fondato un collettivo digitale chiamato Rêve Digital Collective.

L'attività si sviluppa attraverso la gestione di clienti sia individuali sia condivisi all'interno

del collettivo, coprendo diverse aree della comunicazione digitale.

DENTRO il LAVORO della TUTOR: *strategia, contenuti e identità digitale*

Il lavoro di Micol si articola su più livelli e comprende sia una dimensione strategica sia una operativa.

Per quanto riguarda i social media, la stessa si occupa dell'intero processo, dall'analisi del target e dei competitor alla definizione della strategia, fino alla creazione dei contenuti, al copywriting e al monitoraggio delle performance.

Accanto a questo, lavora anche nell'ambito del



branding, sviluppando identità visive coerenti con i valori e gli obiettivi dei clienti, attraverso la definizione di elementi come posizionamento del brand, tone of voice, logo e palette colori. Un'altra parte fondamentale riguarda il web design. Il lavoro parte dalla configurazione tecnica iniziale, come hosting e dominio, per arrivare alla progettazione e realizzazione completa del sito web, con un'attenzione sia alla struttura strategica sia al funzionamento tecnico, sempre in coerenza con l'identità del cliente.

Sydney Sweeney protagonista della campagna Jimmy Choo Summer 2024 "Road to Joy". Fotografata da Oliver Hadlee Peach a Palm Springs, interpreta l'estetica luminosa e spensierata della collezione ispirata all'estate californiana.



In conversazione con MICOL LIZZIO

DENTRO *la VITA di una giovane* *professionista* FREELANCE

S

Social media manager e web designer freelance, Micol Lizzio racconta il suo percorso nel mondo della comunicazione digitale contemporanea.



Da quanto tempo lavori nel mondo della comunicazione digitale e qual è stato il tuo percorso prima di arrivare alla libera professione?

Lavoro nel mondo della comunicazione dal 2023, anno in cui ho concluso il mio percorso di studi. In realtà, il desiderio di lavorare in libera professione era già nato durante gli anni di formazione, perché ho sempre sentito il bisogno di costruire qualcosa di mio.

Dopo gli studi ho comunque iniziato a lavorare in agenzia, un'esperienza che mi ha aiutata a capire ancora meglio quale fosse la direzione che volevo prendere.

Infatti con il tempo, ho capito che mi sentivo più stimolata nel lavorare a un progetto personale, qualcosa da costruire, far crescere e seguire in prima persona.

Cosa ti ha spinto ad intraprendere la libera professione?

Sicuramente la possibilità di esprimere la mia creatività in modo libero e autentico, costruendo un mio metodo di lavoro e scegliendo progetti vicini ai miei interessi e ai miei valori.

È un lavoro impegnativo, ma allo stesso tempo dà una soddisfazione enorme, soprattutto quando senti che quello che fai ti rappresenta davvero.

Qual è stata la difficoltà più grande all'inizio del tuo percorso da freelance?

Sicuramente all'inizio è stato difficile farmi conoscere e trovare i primi clienti. Allo stesso tempo, ho dovuto costruire da zero un personal branding che mi rappresentasse davvero, cosa non sempre semplice, soprattutto essendo molto perfezionista.

Anche tutta la parte burocratica, fiscale e di gestione dei clienti è stata una grande sfida, perché nella libera professione ogni aspetto dipende direttamente da te.

Qual è invece l'aspetto che ami di più del lavorare in libera professione?

Il mio aspetto preferito è certamente avere la libertà di poter lavorare secondo il mio approccio creativo e il mio modo di gestire i progetti, mantenendo sempre il confronto con il cliente ma senza avere qualcuno sopra di me.

Mi piace anche poter scegliere con chi lavorare, sia clienti sia collaboratori, costruendo progetti e relazioni professionali davvero stimolanti.

Inoltre, nonostante sia un lavoro molto impegnativo, la libera professione mi permette di gestire il lavoro in modo più flessibile e vicino ai miei ritmi.

Pensi che essere una donna influenzi il

modo in cui vieni percepita nel tuo lavoro?

Personalmente, nel settore in cui lavoro, non ho mai percepito il fatto di essere donna come un limite, anzi, in molti casi è stato anche un valore aggiunto. Mi è capitato spesso di lavorare con clienti uomini, ma non ho mai avuto esperienze negative legate a questo aspetto.

Essere una donna, soprattutto nella libera professione e in un ambito come quello della comunicazione, può aiutare molto anche nella relazione con altre donne. Molte clienti si sono affidate a me proprio perché percepivano una maggiore affinità, sia dal punto di vista estetico sia nel modo di comunicare e comprendere le loro esigenze.

Quanto contano creatività ed estetica nel tuo modo di comunicare e lavorare?

Io sono una grandissima sostenitrice del detto "l'abito fa il monaco", perché è effettivamente così. Nella società odierna, il modo in cui ci si presenta influenza inevitabilmente anche il modo in cui si viene percepiti. Per questo credo che creatività, estetica e identità visiva abbiano un ruolo fondamentale nella comunicazione, soprattutto nel digitale.

Un'immagine curata riesce a trasmettere attenzione, personalità e professionalità, sia nel proprio personal branding sia nel lavoro con i clienti.

Nel lavoro freelance è facile perdere il confine tra vita personale e lavoro? Come vivi questo aspetto?

Assolutamente sì, soprattutto nei primi anni. All'inizio infatti mi capitava spesso di lavorare continuamente, sia di giorno sia di notte, perché avevo molta voglia di fare e tendevo a dedicare ai progetti tutta me stessa. Con il tempo, però, ho capito quanto sia importante creare una separazione sana tra lavoro e vita privata, soprattutto lavorando da casa. Negli ultimi mesi ho iniziato a impormi dei limiti più chiari, cercando di rispettare orari e momenti di pausa.

Milano ha influenzato il tuo immaginario creativo o il tuo percorso professionale?

Sono nata e cresciuta a Milano e, vivendo in una città così ricca di stimoli, arte, moda, tecnologia e realtà diverse, è inevitabile assorbire continuamente nuove influenze creative. Anche il fatto di aver frequentato il liceo artistico mi ha portata a conoscere la città molto dal punto di vista artistico, influenzando ancora di più la mia crescita creativa.

A livello professionale, invece, mi ha permesso di entrare in contatto con realtà e modi di lavorare molto diversi tra loro.

Com'è lavorare in collaborazione con un'altra persona all'interno di un lavoro così creativo?

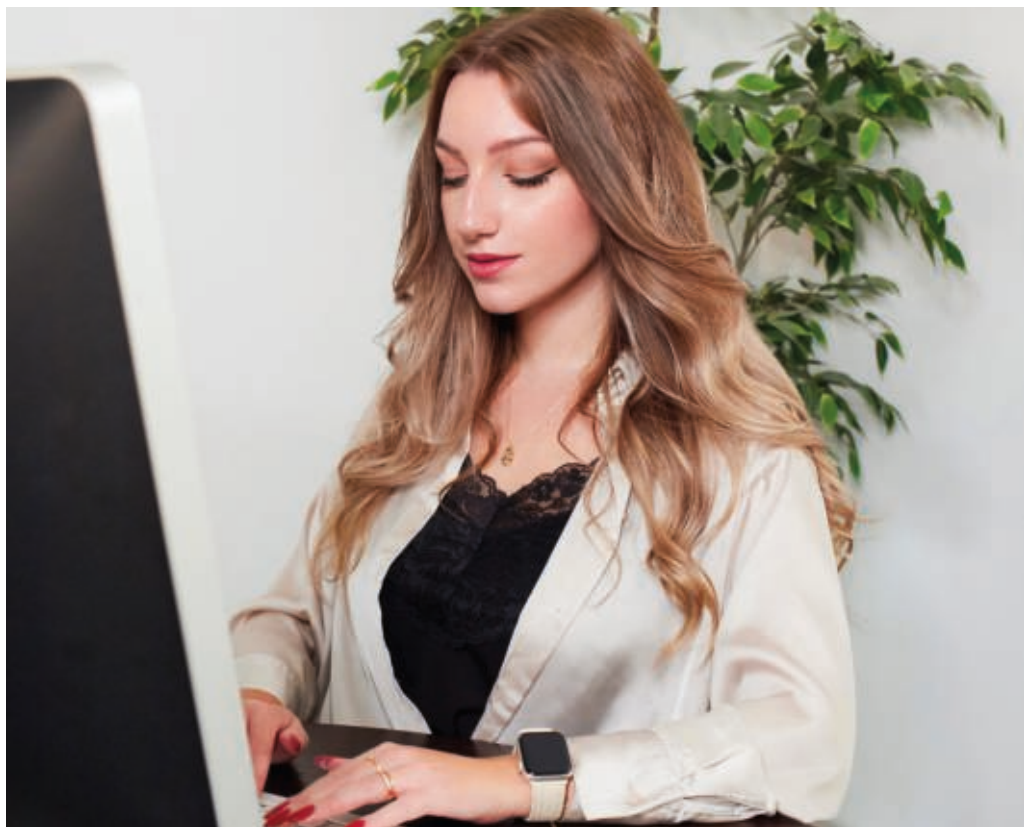
Lo trovo molto stimolante perché permette di confrontarsi continuamente e di avere uno scambio di idee e punti di vista diversi. Ed è qualcosa che spesso manca quando si lavora da soli.

Nel nostro caso poi, io e la mia socia ci siamo scelte professionalmente anche, perché abbiamo un approccio e una visione del lavoro molto affini. Ed è bello avere accanto una persona che comprende davvero il tuo lavoro e con cui puoi "parlare la stessa lingua".

Quanto pensi sia cambiata oggi l'idea della "city girl" indipendente raccontata negli anni '90?

Credo che sia cambiata molto, soprattutto perché è diventata qualcosa di più normalizzato e accessibile.

Oggi abbiamo molti più strumenti e possibilità per costruire un percorso personale e professionale indipendente, soprattutto nel digitale. In questo senso, quella figura esiste ancora, ma è diventata molto più reale e vicina alla quotidianità di tante persone.





Maison Margiela
PARIS

Dalla TEORIA alla PRATICA

*Esperienza OPERATIVA
e GESTIONE del lavoro*

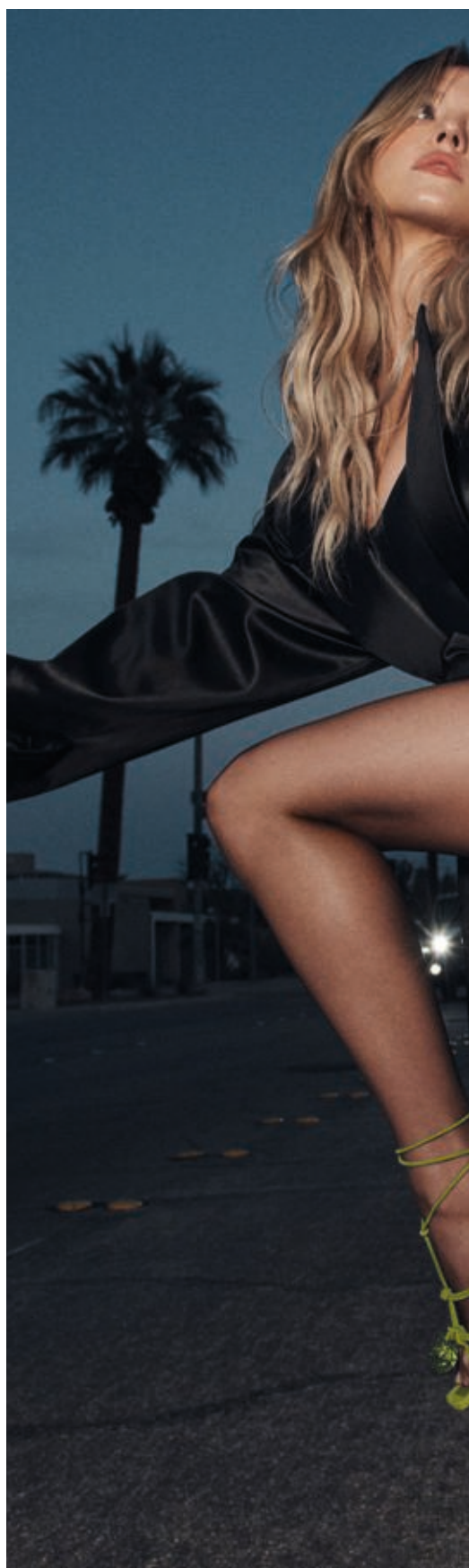
A

All'inizio dello stage il mio ruolo è stato prevalentemente di supporto operativo. Ho iniziato affiancando Micol nelle attività più semplici, come la scrittura di caption, la creazione di contenuti base o il supporto durante gli shooting.

Con il passare del tempo, però, ho acquisito maggiore autonomia e sono stata coinvolta in un numero sempre più ampio di attività. In particolare nella fase finale dello stage, in base alle necessità dei progetti, sono stata attivata su diverse aree del lavoro, partecipando sia alla fase di ideazione sia a quella operativa.

Mi sono occupata della creazione e dell'ideazione di contenuti per alcuni clienti, della sistemazione dei piani editoriali, della scrittura degli script per i video, del montaggio video e dell'editing fotografico. Ho inoltre contribuito alla scrittura di brief per i clienti e ho avuto modo di partecipare anche alla costruzione di alcuni preventivi, sempre sotto supervisione.

Un aspetto particolarmente significativo è stato il carattere dinamico del lavoro. Le attività svolte non sono mai state completamente ripetitive, ma variavano in base ai progetti e ai clienti; questo ha reso l'esperienza dinamica e stimolante, lontana da una struttura rigida, permettendomi di confrontarmi costantemente con situazioni nuove e diverse.





Dal punto di vista formativo, arrivavo allo stage con una preparazione teorica acquisita durante il percorso di studi, che mi ha permesso di avere familiarità con la terminologia e con i principali concetti del settore. Tuttavia, è stato proprio il contesto pratico dello stage a permettermi di comprendere realmente come funziona il lavoro quotidiano.

Nel corso dell'esperienza ho sviluppato una visione più completa del lavoro nel digitale, comprendendo concretamente come si costruisce una strategia, come si ideano e si realizzano contenuti e come si gestisce un progetto in tutte le sue fasi.

Allo stesso tempo, ho compreso un aspetto ancora più centrale di questo lavoro, ovvero la necessità di adattare ogni attività in modo specifico al singolo cliente. Ogni progetto richiede un approccio diverso, costruito su misura in base agli obiettivi, al target, al posizionamento e all'identità del brand.

Ho quindi imparato non solo a svolgere le attività operative, ma a modularle e adattare di volta in volta, sviluppando un approccio flessibile e consapevole.

Questa capacità di adattamento rappresenta uno degli aspetti più importanti del lavoro nel digitale, perché permette di costruire strategie e contenuti realmente efficaci e coerenti con il contesto di riferimento.

L'esperienza presso una libera professionista mi ha inoltre permesso di osservare e comprendere anche gli aspetti organizzativi e gestionali del lavoro, dalla gestione del tempo e delle priorità al rapporto con i clienti, fino alla struttura complessiva di un'attività svolta in autonomia.

Quello che ho IMPARATO (davvero)

*Competenze acquisite e
CRESCITA professionale*

E ADESSO?

*Il prossimo PASSO verso il mio
percorso PROFESSIONALE*



*Sydney Sweeney protagonista della campagna
Jimmy Choo Summer 2024 "Road to Joy".
Fotografata da Oliver Hadlee Pearch a Palm
Springs, interpreta l'estetica luminosa e spensierata
della collezione ispirata all'estate californiana.*

A

A seguito dell'esperienza di stage, il percorso intrapreso non si conclude, ma si apre a una nuova fase. Mi è stata infatti proposta una collaborazione all'interno di Rêve Digital Collective, che mi permetterà di lavorare a stretto contatto con la mia tutor e la sua collaboratrice, contribuendo attivamente ai progetti del collettivo.

Allo stesso tempo, questa opportunità si integra con la possibilità di sviluppare un percorso in libera professione, gestendo in autonomia i miei clienti e applicando in modo concreto le competenze acquisite durante lo stage. Questo duplice approccio rappresenta per me un equilibrio particolarmente interessante, che unisce collaborazione e indipendenza. Prima di questa esperienza, non avevo preso in considerazione in modo concreto la libera professione, anche perché non avevo una reale consapevolezza di cosa comportasse.

Lavorare a stretto contatto con Micol mi ha permesso non solo di comprendere le dinamiche di questo tipo di lavoro, ma anche di apprezzarne l'approccio, la gestione e la visione complessiva.

La scelta di intraprendere questo percorso nasce quindi sia da un'esperienza professionale positiva, sia da una riflessione personale più profonda. La libera professione offre infatti un livello di autonomia e flessibilità che considero fondamentale, permettendo di organizzare il proprio lavoro in modo indipendente e adattabile alle proprie esigenze.



In questa fase iniziale ho già individuato alcuni clienti con cui inizierò a lavorare non appena mi sarà possibile, una volta terminato il mio percorso di studi, sia nell'ambito del web design sia nella gestione dei social media.

Questo rappresenta un primo passo concreto verso la costruzione di un

percorso professionale autonomo all'interno del settore.

L'obiettivo futuro è quello di ampliare progressivamente la mia rete, sviluppando sia collaborazioni all'interno del collettivo sia progetti personali, con lo scopo di consolidare una posizione sempre più autonoma e consapevole nel mondo della comunicazione digitale.



rabanne



GAL ABOUT TOWN

THE PROJECT

NASCITA *e struttura* del PROGETTO

G

Gal About Town nasce come un progetto editoriale digitale che unisce contenuto, estetica e narrazione all'interno di un unico spazio coerente.

L'idea prende forma a partire dall'immaginario costruito nei capitoli precedenti, in particolare quello legato alla figura della donna urbana indipendente e al modo in cui questa viene raccontata nei media, da *Sex and the City* fino al contesto contemporaneo.

Il progetto si sviluppa con un taglio dichiaratamente editoriale, sia nel tono di voce sia nella costruzione dei contenuti. L'obiettivo non è semplicemente informare, ma creare un racconto visivo e narrativo riconoscibile,



Lily Collins fotografata da Luc Braquet per Harper's Bazaar, marzo 2023.

capace di restituire un'estetica precisa e una visione coerente del mondo che rappresenta. In questo senso, Gal About Town si ispira al linguaggio dei magazine, sia nella forma sia nell'approccio ai contenuti. Il formato stesso della tesina, strutturato come una rivista, diventa parte integrante del progetto, così come lo sviluppo del blog e della comunicazione tramite la pagina Instagram.

Il progetto nasce quindi come uno spazio in cui contenuto editoriale e identità visiva si incontrano, con l'obiettivo di raccontare, attraverso un'estetica curata e un tono riconoscibile, un immaginario contemporaneo legato alla figura femminile, alla città e al lavoro creativo.



COSTRUIRE uno spazio RICONOSCIBILE

OBIETTIVI, *visione e* DIREZIONE

L'obiettivo principale del progetto è quello di analizzare e raccontare l'evoluzione della figura femminile nel mondo del lavoro digitale, con particolare attenzione alla libera professione nell'ambito della comunicazione e dei nuovi media.

A partire dall'immaginario costruito nei capitoli precedenti, il progetto si propone di mettere in relazione la rappresentazione della donna urbana degli anni '90 con la realtà contemporanea, osservando come questo modello si sia trasformato nel tempo fino ad assumere nuove forme nel contesto digitale.

Accanto a questo, un ulteriore obiettivo è quello di comprendere in modo concreto come funziona il lavoro freelance oggi, non solo dal punto di vista teorico, ma attraverso l'osservazione diretta e l'esperienza pratica sviluppata durante lo stage.

Il progetto non si limita però a una dimensione di analisi. L'obiettivo finale è anche quello di creare uno spazio capace di connettere le Gal About Town contemporanee, o chi aspira a diventarlo, offrendo un punto di riferimento che possa essere allo stesso tempo supporto e ispirazione.

#GAT mira quindi alla costruzione di uno spazio editoriale digitale coerente, capace di tradurre questi contenuti in una forma concreta, attraverso il sito web e la comunicazione sui social media. In questo senso, la progettazione pratica diventa parte integrante del percorso, permettendo di applicare le competenze acquisite e di sviluppare una visione personale all'interno del contesto professionale analizzato.





Dom Pérignon
& LADY GAGA

Enjoy responsibly. Over 18s only. [be~~dr~~inkaware.co.uk](http://bedrinkaware.co.uk)



miu miu



U

PIU' DI UN *PROGETTO*, UN *SISTEMA*

Magazine, blog e social in DIALOGO

Gal About Town si sviluppa come un progetto articolato su più livelli, costruito per integrare contenuto editoriale e presenza digitale in modo coerente.

Il primo livello è rappresentato dal magazine, ovvero la tesina stessa, che introduce e sviluppa il concept del progetto attraverso un linguaggio e una struttura tipicamente editoriali.

A questo si affianca il sito web, pensato come un blog, che costituisce il cuore del progetto a livello digitale.



Qui i contenuti trovano una forma più estesa e organizzata, permettendo di sviluppare in modo continuativo i temi trattati.

Infine, la pagina Instagram rappresenta il canale di supporto e diffusione, con l'obiettivo di rendere il progetto visibile, accessibile e in dialogo con il pubblico.

Questi tre elementi non funzionano in modo separato, ma come parti di un unico sistema, costruito per mantenere coerenza tra contenuto, estetica e modalità di comunicazione.



*Ariana Grande fotografata per
Vogue Italia, febbraio 2025.
Abito Rabanne e collane Swarovski.*

*Ariana Grande
per Vogue Italia,
febbraio 2025.
Abito Gucci.*





*Ariana Grande fotografata per Vogue Italia,
febbraio 2025. Abito Palomo, stola New York
Vintage e orecchini Swarovski.*

UNO STILE, UNA VOCE

IDENTITA' e COERENZA *comunicativa*

Uno degli elementi centrali del progetto è la costruzione di un'identità comunicativa coerente, capace di mantenere continuità tra contenuto, estetica e tono di voce.

Come già detto il progetto si sviluppa con un'impostazione editoriale, richiamando il linguaggio dei magazine e reinterpretandolo in chiave digitale, sia nella scrittura sia nella costruzione visiva dei contenuti.

Il tono è curato, narrativo e riconoscibile, con l'obiettivo di creare un'esperienza che non sia solo informativa, di condivisione, ma anche estetica e vicina a chi legge.

La coerenza comunicativa rappresenta quindi un elemento fondamentale del progetto.

Ogni contenuto, indipendentemente dal formato o dalla piattaforma, è pensato per mantenere una linea visiva e narrativa comune, in modo da rendere il progetto immediatamente identificabile.

Questo approccio permette di costruire un'immagine solida e continuativa nel tempo, in cui ogni elemento contribuisce a rafforzare l'identità complessiva del progetto, evitando frammentazioni tra i diversi canali.

THE ICONICA COLLECTION
INSPIRED BY MILAN



Pomellato

MILANO 1967

Il progetto diventa SPAZIO



*Jenna Ortega
fotografata da Félix
Cooper. Abito Prada
e collana Harry
Winston.*

ARCHITETTURA e contenuti del SITO

Il sito web di Gal About Town rappresenta il cuore del progetto, uno spazio editoriale digitale strutturato come un blog, in cui contenuto, estetica e punto di vista si incontrano all'interno di una struttura semplice ma coerente.

La homepage introduce immediatamente l'identità del

progetto, guidando l'utente verso il blog e offrendo una prima visione d'insieme attraverso una sezione di overview che definisce il tono e l'intenzione dello spazio. Qui il racconto si apre su un immaginario preciso, legato alla città, al lavoro creativo e alla costruzione di sé, creando un primo punto di contatto tra chi scrive e chi legge.

Accanto a questa introduzione, la homepage integra una sezione dedicata all'about e agli ultimi articoli, permettendo una navigazione fluida e intuitiva. Il sito non si presenta come una semplice piattaforma informativa, ma come un ambiente narrativo in cui ogni elemento contribuisce a costruire un'identità riconoscibile.

La sezione blog costituisce il nucleo centrale del progetto. Gli articoli sono organizzati in categorie, come moda, freelance, consigli e lifestyle, che riflettono le diverse dimensioni della vita urbana contemporanea. I contenuti si sviluppano come un racconto continuo, in cui esperienze personali, riferimenti culturali e osservazioni quotidiane si intrecciano senza risultare mai didascalici, mantenendo un equilibrio tra ispirazione e realtà.

La pagina about approfondisce ulteriormente il progetto, introducendo una dimensione più personale e riflessiva. Qui prende forma il legame tra immaginario e esperienza, tra la city girl degli anni '90 e la gal about town contemporanea, definendo il progetto come uno spazio in evoluzione, aperto e in costruzione.

A completare il sito, una sezione più leggera e interattiva come quella dell'oroscopo aggiunge un elemento di coinvolgimento, contribuendo a rendere l'esperienza più dinamica e vicina al linguaggio editoriale contemporaneo.



Dal punto di vista visivo, il sito mantiene un'estetica coerente e riconoscibile, costruita attraverso una palette neutra, composta da tonalità di beige, nero e grigio, e una scelta tipografica essenziale ed elegante. Il font Prata, utilizzato per i titoli, richiama il linguaggio dei magazine, mentre Inter, impiegato per i testi, garantisce leggibilità e pulizia.

Le immagini, selezionate secondo un'estetica curata e sofisticata, contribuiscono a rafforzare l'identità visiva del progetto, rendendolo immediatamente riconoscibile.

Nel suo insieme, il sito si configura quindi come un blog editoriale digitale che non si limita a contenere contenuti, ma costruisce

un immaginario coerente, in cui forma e contenuto dialogano costantemente tra loro.



*Abito Simone Rocha,
orecchini Paula Mendoza
e pumps Roger Vivier.*

SAINT LAURENT
LA COLLECTION DE PARIS
PARIS



INSTAGRAM

La VOCE di #GAT sui social

Dalla fanpage al PROGETTO EDITORIALE

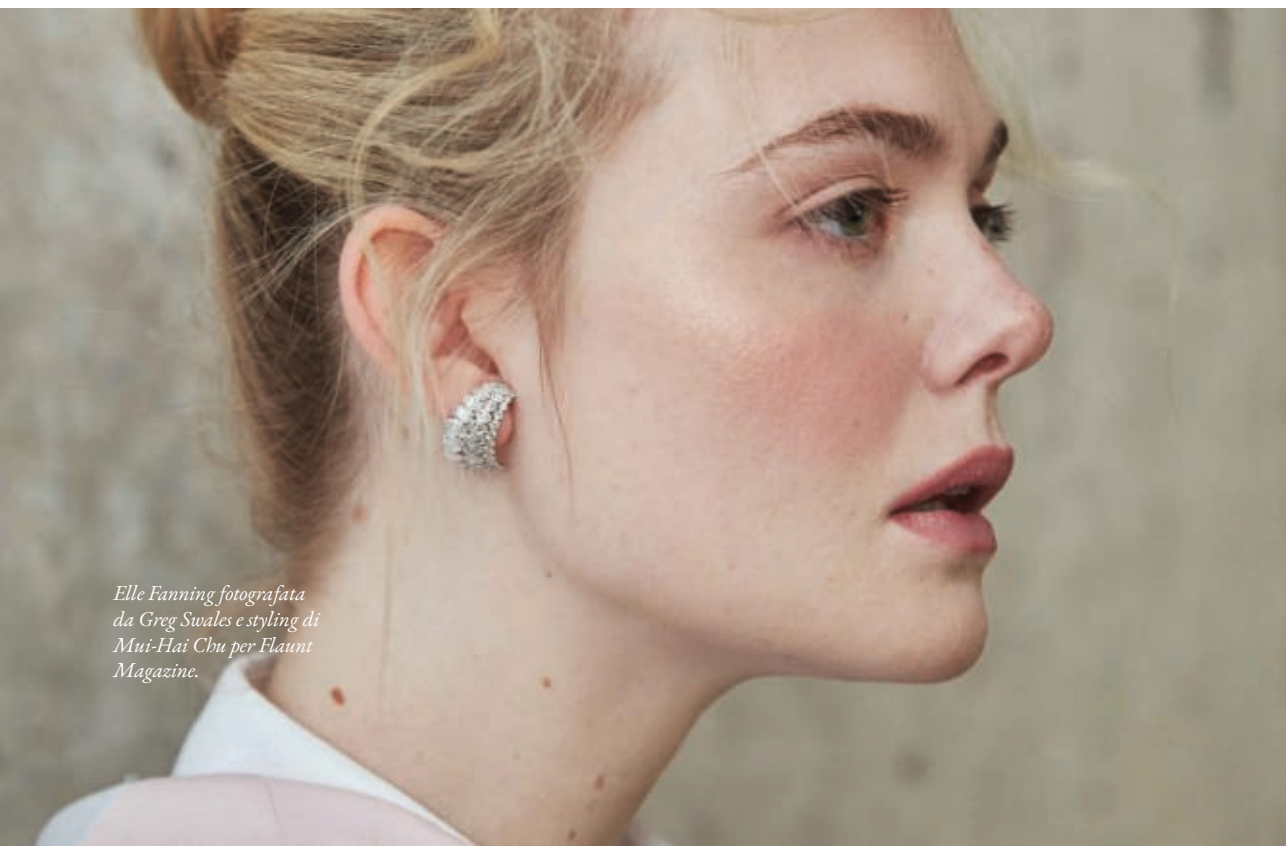
L

La pagina Instagram nasce inizialmente come uno spazio spontaneo, privo di una vera e propria strategia. Creata nel 2022 come fanpage dedicata a Sex and the City, aveva come unico obiettivo la condivisione di immagini, video e momenti iconici della serie, accompagnati occasionalmente da opinioni personali e interazioni con la community attraverso sondaggi e box domande.

La crescita della pagina avviene in modo organico e inaspettato. Senza una pianificazione strutturata, il profilo si sviluppa nel tempo grazie all'interesse del pubblico, costruendo una prima base di follower legata all'immaginario della serie.

Con la nascita del progetto Gal About Town, la pagina assume un nuovo ruolo all'interno del sistema digitale. Non viene abbandonata, ma reinterpretata come piattaforma di supporto al blog, diventando uno spazio ibrido tra contenuto fan-based e progetto editoriale.

*Elle Fanning fotografata
da Greg Swales e styling di
Mui-Hai Chu per Flaunt
Magazine.*



*Elle Fanning fotografata per
Flaunt Magazine. Gilet e camicia
Thom Browne; orecchini, bracciale,
orologio e anelli Cartier.*

La gestione si sviluppa come un processo progressivo. I contenuti inizialmente restano legati alla serie, ma nel tempo iniziano a evolversi, introducendo temi più ampi legati all'indipendenza femminile, al lavoro, alla vita urbana e alla costruzione dell'identità.

Questo passaggio non avviene in modo netto, ma come un accompagnamento, che permette alla community di riconoscersi e adattarsi alla nuova direzione del progetto.

Uno dei primi cambiamenti introdotti riguarda l'aspetto visivo. A partire dall'applicazione della strategia, la pagina inizia a integrare immagini non direttamente legate alla serie o ai suoi personaggi, ma coerenti con l'immaginario estetico del progetto. Questa scelta segna un primo spostamento da fanpage a spazio editoriale, introducendo un'estetica più curata, pulita e riconoscibile.

“Un passaggio SPERIMENTALE che comporta anche un RISCHIO”

Si tratta di un passaggio sperimentale, che comporta anche un rischio. Da un lato, questi contenuti risultano meno immediatamente riconducibili alla serie e quindi meno virali. Dall'altro, contribuiscono a costruire un posizionamento più definito e consapevole.

La risposta del pubblico si è dimostrata comunque positiva. Pur registrando una minore viralità rispetto ai contenuti più strettamente legati alla serie, la crescita della pagina è proseguita in modo costante, confermando la coerenza e la sostenibilità della direzione intrapresa.

A partire dal mese di febbraio, la pagina viene quindi strutturata secondo una strategia più definita. Vengono introdotti un tono di voce coerente, una direzione visiva riconoscibile e un'estetica in linea con il progetto, mantenendo un equilibrio tra contenuto editoriale e linguaggio tipico della piattaforma.

#transition



I PILASTRI *della* *comunicazione*

La pubblicazione si articola in CONTENUTI DIVERSIFICATI, tra video, caroselli e post statici, costruiti attorno a QUATTRO pilastri strategici PRINCIPALI.



Il primo è iconic, che raccoglie contenuti legati ai momenti più riconoscibili della serie, come scene, outfit o immagini simboliche.



Il secondo è relatable, basato su contenuti in cui il pubblico può facilmente identificarsi, favorendo il coinvolgimento.

INSTAGRAM

Uno degli aspetti fondamentali nella costruzione di una strategia digitale riguarda l'organizzazione dei contenuti attraverso pilastri comunicativi, ovvero macro-categorie tematiche che permettono di mantenere coerenza, riconoscibilità e continuità nel tempo.

I pilastri strategici aiutano a definire non solo gli argomenti trattati, ma anche il tono di voce, il tipo di coinvolgimento ricercato e il modo in cui il progetto si relaziona con il proprio pubblico. La loro definizione dipende dagli obiettivi comunicativi, dall'identità del brand e dagli interessi della community di riferimento.

In questo caso, i contenuti vengono sviluppati attraverso un approccio editoriale che alterna informazione, immaginario estetico, coinvolgimento e conversazione, mantenendo una linea visiva e narrativa coerente tra i diversi formati e piattaforme.

La presenza di pilastri strategici chiari rappresenta inoltre un importante supporto anche nella creazione continuativa dei contenuti. Dopo una prima fase introduttiva, infatti, i pilastri aiutano a mantenere una direzione precisa nella strategia comunicativa, facilitando la ricerca di nuove idee ed evitando che la produzione dei contenuti perda coerenza o continuità nel tempo.



Il terzo è opinion, che introduce temi più strutturati e stimola il confronto attraverso punti di vista e riflessioni.



Infine, il pilastro community comprende contenuti pensati per rafforzare il legame con i follower, come trend, ricorrenze e momenti condivisi.



PUBBLICO E LINGUAGGIO

Il pubblico della pagina è prevalentemente internazionale, con una presenza significativa negli Stati Uniti, seguiti da paesi come Brasile, Messico, Italia e Regno Unito.

Questa distribuzione ha portato alla scelta di utilizzare l'inglese come lingua principale, rendendo i contenuti accessibili e coerenti con la community.

Dal punto di vista demografico, il pubblico è composto in larga maggioranza da donne, che

Elle Fanning fotografata per Flaunt Magazine.

rappresentano circa il 90% dei follower, con una concentrazione maggiore nelle fasce di età comprese tra i 25 e i 44 anni.

Questo rende la pagina uno spazio fortemente orientato a un immaginario femminile contemporaneo, in cui convivono esperienze, punti di vista e riferimenti generazionali diversi.

A

Anche la costruzione dei contenuti riflette questa varietà. I contenuti più iconici e di opinione mantengono un linguaggio trasversale, capace di parlare sia a chi ha vissuto la serie nel suo periodo originale sia a chi la scopre oggi.

I contenuti relatable e community, invece, tendono a essere più orientati verso un pubblico giovane, con l'obiettivo di creare connessione e rendere l'immaginario della serie attuale e accessibile anche a nuove generazioni.

IDENTITA', nome e direzione STRATEGICA

Un elemento centrale nella gestione della pagina riguarda la scelta di mantenere il nome originale *Sex and the City Lover* di continuare a includere contenuti legati alla serie.

Questa decisione non è casuale, ma risponde a una logica strategica precisa. La pagina è cresciuta nel tempo proprio come punto di riferimento per un pubblico interessato a *Sex and the City*. Modificare in modo drastico il nome, l'identità visiva o il tema principale avrebbe rischiato di disorientare i

follower, compromettendo la riconoscibilità del profilo e il rapporto costruito nel tempo con la community.

Allo stesso tempo, *Sex and the City* rappresenta una base perfettamente coerente con il progetto *Gal About Town*. L'immaginario della serie, infatti, incarna già i valori e i temi centrali del progetto, come l'indipendenza femminile, la costruzione di sé, il lavoro e la vita urbana.

Per questo motivo, la scelta è stata quella di non sostituire questo immaginario, ma di utilizzarlo come punto di partenza, accompagnando progressivamente il pubblico verso una narrazione più ampia e contemporanea.

In questo senso, la pagina si configura come uno spazio di transizione, in cui contenuti legati alla serie convivono con nuovi temi, creando continuità tra passato e presente e permettendo alla community di riconoscersi nel cambiamento senza subirlo.



Elle Fanning fotografata per Flaunt Magazine. Abito e guanti Bottega Veneta; collana Cartier.

INSTAGRAM

*Elle Fanning fotografata
per Flaunt Magazine. Abito
Givenchy; orecchini, collana,
bracciale e anelli Cartier.*

La BIO come spazio NARRATIVO

Anche la biografia della pagina riflette la doppia identità del progetto.

*“Hello lovers!
An aesthetic, editorial
take on 4 iconic
women in NYC
Gal About Town - blog”*

L'apertura “Hello Lovers” richiama direttamente il linguaggio della serie, creando un immediato senso di familiarità con il pubblico. La descrizione definisce la pagina come un'interpretazione editoriale dell'immaginario di Sex and the City, introducendo allo stesso tempo una direzione più ampia e contemporanea.

L'inserimento di riferimenti a Gal About Town, inizialmente attraverso formule come “coming soon” e successivamente attraverso il collegamento diretto al blog, permette di accompagnare gradualmente il pubblico verso il progetto, senza interrompere la continuità narrativa della pagina.



Le STORIE IN EVIDENZA e la continuità visiva

L

Le storie in evidenza mantengono una struttura coerente con l'identità originaria della pagina, raccogliendo contenuti legati alla serie, alle opinioni del pubblico e alle dinamiche della community.

Accanto a queste, viene introdotta una sezione dedicata al progetto, costruita con un linguaggio più editoriale e riflessivo, che

permette di approfondire i temi di Gal About Town e di espandere il racconto oltre il feed.

Dal punto di vista visivo, anche le storie in evidenza sono state riorganizzate per mantenere coerenza con l'estetica generale, utilizzando una palette cromatica essenziale e uno stile pulito, in linea con l'identità del progetto.



VERSO GAL ABOUT TOWN



Nel tempo, la pagina EVOLVE e progressivamente verso una maggiore INTEGRAZIONE con #GAT.

I contenuti iniziano a riflettere sempre più i temi del progetto, accompagnando il passaggio verso il blog e preparandone il lancio.

Questo processo permette di trasformare una fanpage in una vera e propria piattaforma editoriale, mantenendo però il

legame con l'immaginario originale da cui è nata.

In questo senso, la pagina Instagram non rappresenta solo un canale di comunicazione, ma una parte attiva del progetto, capace di costruire connessione, identità e continuità tra contenuto e community.

STASH
SJP

COME AND FIND IT.
THE NEW FRAGRANCE BY SARAH JESSICA PARKER.

WWW.SJPBEAUTY.COM @SJPBEAUTY





vergine

Mese produttivo, ma solo se eviti il controllo eccessivo. Sul lavoro stai costruendo qualcosa di concreto, anche se non tutto è ancora definito. Fidati dei piccoli progressi e del processo. In amore tendi ad analizzare troppo: prova a lasciare spazio anche all'imprevisto.



bilancia

Giugno riporta abbastanza movimento. Sul lavoro potrebbero arrivare nuove proposte o collaborazioni interessanti, ma valuta bene prima di accettare. In amore torna il bisogno di armonia, senza però annullarti. È il momento di scegliere ciò che ti rispetchia.



scorpione

Mese intenso, come piace a te, ma da gestire con lucidità. Sul lavoro emergono dinamiche da chiarire: affrontarle subito farà la differenza. In amore cerchi profondità e verità, senza compromessi. Giugno ti chiede di lasciare andare ciò che non è più allineato.

OROSCOPO

Giugno è emotivo, ma anche molto rivelatore. Sul lavoro potresti sentirti più sensibile del solito: usalo come punto di forza. In amore cerchi profondità, ma senza perderti nelle aspettative. È il momento di mettere confini più chiari, anche con te stessa.

Giugno ti spinge a prendere iniziativa, soprattutto sul lavoro. Se hai un'idea ferma da tempo, questo è il momento giusto per metterla in movimento. Attenzione però a non voler fare tutto subito. Finalmente, in amore sei più diretta del solito: bene, ma senza bruciare le tappe.

Un mese più lento, ma necessario per rimettere ordine. Sul lavoro hai bisogno di stabilità, anche mentale: seleziona meglio le energie. In amore cerchi presenza e concretezza, niente giochi. Giugno ti invita a ritrovare il tuo ritmo, senza confrontarti con quello degli altri.

pesci



ariete



toro





sagittario

Giugno ti mette davanti agli altri: collaborazioni, confronti, relazioni. Sul lavoro è il momento di uscire dalla tua comfort zone e sperimentare. In amore, più apertura ma anche più ascolto. Non tutto deve essere leggero: alcune connessioni possono diventare importanti.



capricorno

Mese concreto, come piace a te. Sul lavoro sei focalizzata e determinata, ma evita di chiuderti troppo nelle tue dinamiche. Anche il confronto può essere utile. In amore serve meno controllo e più presenza. Ricorda che costruire non significa fare tutto da sola.



acquario

Creatività e idee in fermento. Sul lavoro arrivano intuizioni interessanti, ma serve struttura per renderle reali. In amore hai bisogno di leggerezza, ma anche di connessione autentica. Giugno ti chiede di concretizzare ciò che immagini.

GIUGNO '26

Sei nel tuo momento, e senti. Comunicazione, contatti e nuove opportunità girano veloci: sta a te scegliere cosa vale davvero. Sul lavoro arrivano spunti interessanti, ma serve direzione. In amore, leggerezza sì, ma non superficialità. Giugno è movimento, ma con più consapevolezza.

Giugno è una fase di passaggio, un po' sospesa ma importante. Sul lavoro potresti sentirti incerta, ma è solo una riorganizzazione interna. Fidati del processo anche se non è tutto chiaro. In amore hai bisogno di sicurezza, ma anche di spazio per capire cosa vuoi davvero.

Hai voglia di farti vedere, e fai bene. Sul lavoro torna una certa sicurezza, soprattutto se hai lavorato su te stessa negli ultimi mesi. Attenzione solo a non voler dimostrare sempre qualcosa. In amore energia alta ma altaLENANTE: cerca equilibrio tra visibilità e autenticità.

gemelli



cancro



leone



FALCONERI

Cashmere e filati naturali





EPILOGUE

E

E così, alla fine di questo percorso, la mia domanda iniziale ha trovato finalmente una risposta: no, essere una donna in libera professione non è stato sempre come oggi.

Infatti la figura della donna indipendente e professionalmente autonoma che osserviamo ai giorni nostri, è il risultato di un'evoluzione che ha trasformato profondamente il modo di lavorare, comunicare e costruire la propria identità.

Negli anni Novanta, Carrie Bradshaw rappresentava un immaginario. Era una voce, un punto di vista, una possibilità. Raccontava la città, le relazioni, il lavoro attraverso uno spazio editoriale che, per quanto innovativo, rimaneva ancora legato a un sistema ben definito e fine a se stesso.

Oggi, quella figura esiste ancora ma è profondamente cambiata.



Sarah Jessica Parker nei panni di Carrie Bradshaw durante le riprese di un video promozionale per HBO a Brooklyn Heights, New York, marzo 2003.

No longer JUST a column.

*Building a presence, CREATING
content, DEVELOPING projects,
working INDEPENDENTLY.*

La Carrie Bradshaw contemporanea non scrive più soltanto una rubrica: costruisce la propria presenza online, gestisce la propria immagine, crea contenuti, sviluppa progetti, lavora in autonomia. Non è più solo un personaggio che racconta, ma una professionista che agisce.



“... the REAL opportunity to be a GAL ABOUT TOWN.”

L'esperienza di stage mi ha permesso di osservare questo passaggio in modo concreto. Ho visto cosa significa costruire un'attività nel digitale, gestirla in autonomia e trasformarla in un percorso reale, fatto di scelte, responsabilità e possibilità.

In questo contesto, la libera professione diventa una delle forme più evidenti di questa trasformazione. Non solo un modo di lavorare, ma anche un modo di definirsi, di prendere spazio e di costruire qualcosa di personale.

Forse è proprio qui che il significato cambia. Non si tratta solo di costruire una carriera, ma di



costruire qualcosa che ci rappresenti davvero. Qualcosa che si sceglie ogni giorno, anche quando non è semplice.

Ed è in questo che, oggi, riconosco il punto di arrivo di questo percorso.

Non tanto nell'aver trovato una risposta definitiva, ma nell'aver compreso di avere la possibilità di costruire il mio spazio, la mia identità, il mio modo di lavorare... di essere una #GAT.

Una possibilità che assomiglia molto a quella che osservavo all'inizio: solo che oggi, non è più solo un immaginario ma una realtà.



MIU MIU



CHANEL

SPRING-SUMMER 2026 COLLECTION



BVLGARI

ROMA 1884