DOPPIOZERO

Dress Code 21. Fabrizio Corona: moda e berlusconismo

Bianca Terracciano

24 Gennaio 2026

Il mio primo ricordo legato a Fabrizio Corona, in realtà, non riguarda direttamente l'uomo, ma la sua emanazione visiva. Ed è già un dettaglio rivelatore Stampato su magliette e mutande, il logo "I Corona's" campeggiava replicato e impolverato in un negozio di intimo che, all'epoca, si trovava nei pressi della mia residenza in provincia di Napoli, colpendo immediatamente il mio senso del kitsch: non riuscivo a capire se fosse un "pezzotto" – un falso made in Napoli – della birra messicana o l'ennesima diavoleria pseudo-pop.

Il marchio raffigura una donna nuda dai capelli lunghi, ritratta come una sagoma bianca, seduta sulla "I" mentre, con la schiena arcuata all'indietro come in un amplesso, tenta di afferrare la corona alle sue spalle. Un logo che racchiude l'atteggiamento sprezzante di Corona verso sé stesso, la vita e le persone incontrate lungo il cammino. Corona si mette in scena come centro assoluto degli eventi, sospeso sopra leggi e codici etici, costruendo un'immagine di inafferrabilità permanente. Un'immagine che, regolarmente, viene smentita dalla realtà giudiziaria.

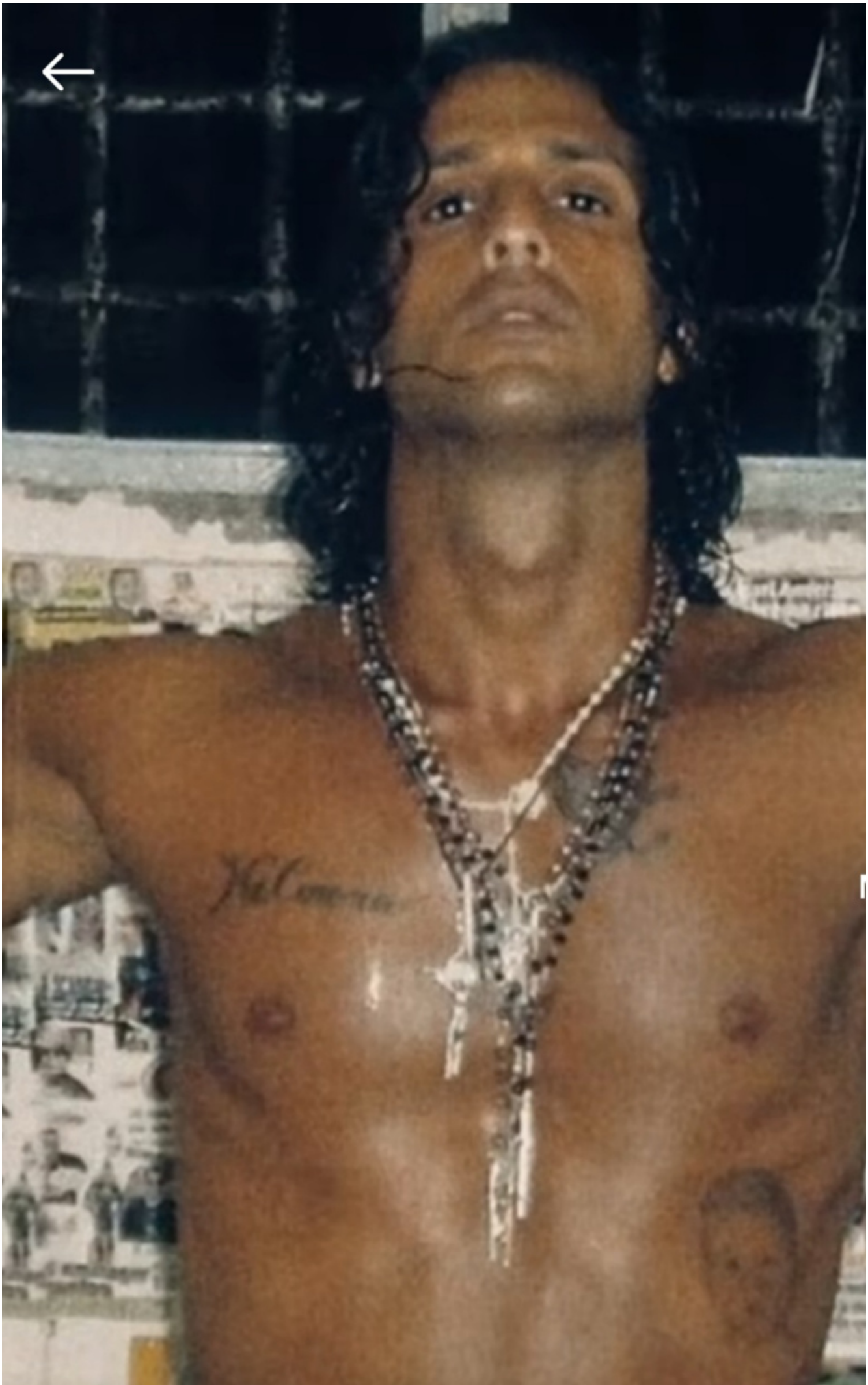


A dirla tutta, Corona ha incrociato, per caso o per destino, una buona parte delle storie brutte del nostro belpaese. Non come semplice testimone, ma come catalizzatore. Lo racconta la miniserie-documentario *Fabrizio Corona. Io sono notizia* (Netflix, 2026), dove il filo rosso che lega persone ed eventi è il berlusconismo, una forma mentis liberista orientata all'annientamento dei valori morali, mascherata da conservatorismo populista.

In un dialogo sui corpi della politica italiana con Sergio Luzzatto su *Doppiozero*, Marco Belpoliti spiega che Berlusconi "ha modellato l'Italia, attraverso le emittenti commerciali, il consumismo, una nuova forma di sessualità. I valori sono: successo, riconoscimento, ammirazione". Schiavo di successo, sesso e denaro, Corona incarna gli effetti di trent'anni di berlusconismo fino a diventarne emblema. Non tanto per una coerenza ideologica, quanto per i suoi doppi, tripli, molteplici standard: antitesi vivente della condotta coerente, cultore del "whatever it takes", dell'"a ogni costo", applicato nella forma più brutale possibile asservita al guadagno.

Corona, a differenza di Kant, non ha sopra di sé il cielo stellato, bensì un soffitto con migliaia di euro murati e almeno una donna compiacente; dentro di sé una personalità borderline, l'ego smisurato di un narcisista e un centinaio di pillole che non colmano, evidentemente, la carenza di legge morale. Oltre al denaro, Corona nutre un'ammirazione smodata per il proprio corpo, che lo rende ipervigilante sull'esteriorità, dalla forma fisica al total look.

Le ere di Corona possono essere tracciate osservandone lo stile vestimentario, che coincide con i "travestimenti" dello Zelig della politica di cui scrive, ancora una volta, Belpoliti: la moda come dispositivo di adattamento, mimetismo e sopravvivenza. Lo stile dell'era "I Corona's" sancisce il debutto, nel 2001, come aspirante re dei paparazzi, pur senza aver scattato una foto in vita sua. Corona lo indossa per comunicare alla madre Gabriella Privitera e al padre, il giornalista Vittorio Corona, di essere sotto indagine per Vallettopoli.



Il total look – abito scuro, camicia bianca, cravatta nera, anelli, gioielli e “ventre” (forse metonimia di un fisico scolpito) – serve, a detta dello stesso Corona, a sembrare “uscito da un film”. Il riferimento è Tony Montana di *Scarface* (Oliver Stone, 1983), di cui si proclama reincarnazione, condividendone l’ossessione distruttiva per l’eccesso e l’ambizione. Capi e accessori funzionano come replica e mimesi, assurgono a oggetti magici che assorbono le qualità dell’idolo e le trasferiscono, trasformando corpo e animo.

Una metamorfosi vestimentaria che coincide con il passaggio dal poter essere e fare al non poter essere e fare è quella mostrata nel documentario Netflix, che vede protagonista l’interlocutore privilegiato di Corona, Lele Mora. C’è una scena, ottenuta tramite dissolvenza e sovrapposizione, in cui Mora si trasforma da agente dei VIP vestito di bianco in Costa Smeralda a uomo comune caduto in disgrazia, triste e dimesso, in tuta gialla e vestaglia nera di ciniglia, come un’ape inerme in un parchetto di Milano.

Nelle sequenze a lui dedicate, Mora rievoca le estati sarde e il suo indumento prediletto: il caftano ricevuto in dono da Yasser Arafat. Accostare oggi queste due figure può sembrare paradossale. Ma l’abito, com’è noto, non fa né il monaco né, tantomeno, la morale. Fa però la scena, di fondamentale importanza nel nostro Paese.



L’immagine deve circolare anche a uso e consumo del senso comune, il più grande fan di Corona, composto da masse variopinte che lo venerano alla stregua degli astri nascenti del *tronismo* dell’epoca (si pensi a Costantino Vitagliano, corpo-modello e testimone privilegiato di quegli anni). Nasce così la linea di t-shirt e mutande con cui ho appreso la sua esistenza, assurte a simbolo di una ribellione qualunquistica al sistema.


Corona's
Corona's

Invero, la t-shirt logata accompagna le diverse ere di Corona declinandosi in slogan e variazioni. Il total look bianco con maglietta “I love HJW. Il PM biondo che fa impazzire il mondo” mette alla berlina il persecutore Henry John Woodcock, in posa icastica davanti alla procura di Potenza, teatro di Vallettopoli. Seguono la t-shirt “Farfallina”, ispirata al tatuaggio della compagna dell’epoca – siamo nel 2012 – Belén Rodríguez, che da intravisione erotica sul palco di Sanremo diventa simbolo di libertà, con scritta “To be free”, riferita alla liberazione dopo l’ingiusta prigionia. Corona si dichiara più volte vittima del sistema, preso di mira da magistrate e magistrati per mera antipatia. Risentimento comunicato dalle sue magliette “Sí se puede”, slogan del riscatto post-reclusione, o “Adalet” – giustizia in turco – fino ad arrivare ad *Andreite*, probabile riferimento alla virilità, sotto il cui marchio si vendono iterazioni con la stampa della pistola detenuta senza porto d’armi e caricature celebrative di Berlusconi, tutt’oggi disponibili nelle versioni “E che te lo dico a fare”, “Mi consenta sono il numero uno”, “So solo vincere”. Dalle t-shirt “giovanili”, il Corona di mezza età abbandona l’uso dei calzini per adornarsi di polo a maniche lunghe da uomo che non accetta trattative, commercializzate a marchio *Fhame*, omaggio esplicito alla sua divinità preferita, la fama.

Seguono orologi, integratori, sigarette elettroniche, creme viso, tute da workout e il merchandising del podcast *Falsissimo*. Corona, da personaggio secondario, scala la piramide sociale vendendosi come protagonista del *coronismo*, forma di vita e narrazione-meme del self-made man senza scrupoli che infiamma le folle per il suo “non mandarle a dire”, scambiato per autenticità.

La moda, però, è un’arma a doppio taglio: lo rende sempre più indigesto agli inquirenti che indagano sulle sue risorse economiche, tanto che uno dei suoi avvocati gli consiglia di rinunciare temporaneamente al Rolex Daytona, agli anelli e ai gioielli, poiché al centro di intercettazioni e pedinamenti.

Nei racconti di Corona emerge anche un dress code carcerario. All’istituto di reclusione di Opera – dove, in isolamento, gli porta il caffè Olindo Romano – il compagno di cella, il calabrese Pietro, gli impone ferree regole di decoro: negli spazi comuni no a maglie a mezze maniche, pantaloni corti e, soprattutto, intimo in vista; il cambio d’abito deve avvenire rigorosamente in bagno.

La prima incarcerazione dura settantasette giorni. La liberazione viene sancita da un total look composto – cito Corona – da occhiali rossi Gucci ultimo modello, “esistenti solo in America” (vai a capire se è verissimo o falsissimo) dal costo di duemila euro; “trecento rosari” per un sincretismo fashion-religioso;

l’onnipresente t-shirt “I Corona’s” con maniche tagliate a vivo, un po’ Mark Lenders, un po’ antenato dei maranza. Corona ammette di aver fatto queste scelte estetiche per apparire vincente, “bello come il sole e cattivo”, negando l’ideale di *kalokagathìa*, in cui la bellezza fisica coincide con la virtù morale. Non a caso, festeggia lanciando dal balcone di casa qualche slip “I Corona’s” verso un manipolo di fedeli in adorazione.

Nel corso delle sue sortite carcerarie, Corona utilizza capi e accessori per risignificare il proprio essere e rivendicare il proprio sentire. Le scarpe diventano oggetti contundenti da scagliare contro il direttore del carcere di Opera; oppure stratagemmi per nascondere una macchina fotografica usa e getta, destinata a realizzare il primo grande *photoshoot* della storia dei galeotti, i cui rullini verranno poi distrutti.

Corona racconta l’idea paragonandola a una campagna di Dolce & Gabbana, che – a suo dire – sarebbe stata inferiore per suggestione grazie al materiale di scena “unico”: sigarette, coppole, t-shirt “I Corona’s”. Se il primo tentativo fallisce, il secondo riesce grazie a una guardia carceraria ipnotizzata dal “carisma” di Corona. La macchina fotografica arriva in cella dove Corona posa in slip Dolce & Gabbana, capelli bagnati per un’aria sofisticata, abbronzatura da ora d’aria e carta stagnola, glutei rassodati dagli squat. La guardia perde il lavoro; Corona guadagna un nuovo capo d’imputazione.

Che la scena sia una cella, una discoteca, una villa, Corona ha mutato corpi, total look, slogan, senza mai modificare il suo sistema di valori. Perché il berlusconismo, prima di essere un’epoca politica, è un’estetica che continua a sopravvivere ai suoi stessi personaggi.

Corona incarna l’ambizione dell’italianità alla scena, trasversale a ideologie e mestieri come unica verità tollerata. Finché la scena viene abitata da un pubblico, la colpa viene risignificata come estetica e stile di comunicazione. È lo sguardo che fa il monaco, insieme all’abito.

Leggi anche:
Bianca Terracciano | Dress code 10. Speciale provincia
Bianca Terracciano | Dress code 11: Tempo di guerra
Bianca Terracciano | Dress code 12. Vestire fuori norma
Bianca Terracciano | Dress code 13. Il red carpet come codice
Bianca Terracciano | Dress Code 14. Anonimato
Bianca Terracciano | Dress code 15. Colonialismo Glam

Bianca Terracciano | Dress code 16. Labubu
Bianca Terracciano | Dress code 17. Scuola: torna il buon costume
Bianca Terracciano | Dress Code 18. Riflessi dell’affermazione di genere in specchi, jeans, slip e cravatte
Bianca Terracciano | Dress Code 19. Mamdani, Albanese e altri tessuti
Bianca Terracciano | Dress Code 20. Guardaroba favoloso: da Mary Poppins a Pippi Calzelunghe

---

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

