

# Roman Lookbook: un'indagine antropologica e visiva sulla moda urbana giovanile

Federico Rebecchini

## Abstract

Questo paper presenta il progetto didattico *Roman Lookbook*, sviluppato nell'ambito del corso *Illustrazione di Moda* presso Sapienza Università di Roma. Il progetto si propone di rispondere alla domanda 'Come si vestono i giovani a Roma?' attraverso una *fashion survey* che combina rilevazioni grafiche e descrittive. Gli studenti hanno analizzato e documentato i look dei giovani romani in quartieri selezionati della città, rappresentativi di diverse realtà socio-culturali, elaborando oltre 1200 schede illustrate che offrono dati quantitativi e qualitativi su tendenze del vestiario, attenzione alla sostenibilità e specificità territoriali della moda urbana.

Ispirato a figure come August Sander, Wajiro Kon e Shoichi Aoki, il progetto adotta un approccio multidisciplinare che fonde antropologia visiva, illustrazione e ricerca sociale. Il lavoro ha spinto gli studenti a confrontarsi con la realtà urbana, rafforzando le loro competenze tecniche di illustrazione e sviluppando una visione critica sui fenomeni di omologazione e microtendenze locali.

I risultati, raccolti in mostre e pubblicazioni, non solo preservano la memoria collettiva di un preciso momento storico, ma offrono una piattaforma per riflettere sulla moda come strumento di identità culturale e consapevolezza sociale. Il *Roman Lookbook* continua a crescere, ampliando il suo archivio visivo e mantenendo il focus sulla relazione tra abbigliamento, contesto urbano e identità.

## Parole chiave

Moda urbana, identità giovanile, antropologia visiva, *fashion survey*, illustrazione di moda.



AA.VV., Roman Lookbook,  
2024. Immagine che  
raccoglie alcuni dei look  
più interessanti prodotti  
dagli studenti.

## Introduzione

Nel presente paper viene presentata un'esperienza didattica portata avanti all'interno dell'insegnamento *Illustrazione di Moda*, all'interno del Corso di Laurea in Scienze della Moda e del Costume di Sapienza Università di Roma. Il progetto presentato, chiamato *Roman Lookbook*, si è proposto di rispondere alla domanda 'Come si vestono i giovani a Roma?' attraverso la messa in pratica di un *fashion survey*, un sondaggio rivolto ai romani tra i 18 e 35 anni selezionati in diversi quartieri di Roma. La domanda mira a focalizzare l'attenzione sui modi di vestire dei giovani della capitale ripartendo da esperienze di rilievo urbano di fotografi, architetti, ricercatori e artisti del passato. Attraverso la compilazione di schede, con testi e disegni, sono stati raccolti dati di tipo quantitativo e qualitativo che restituiscono un quadro parziale, ma veritiero, delle tendenze del vestiario, l'attenzione alla sostenibilità e le peculiarità territoriali dell'abbigliamento dei giovani romani.

## Framework teorico

L'impostazione di questo progetto, a metà tra l'indagine di mercato e lo studio antropologico, trova ispirazione nei lavori di diverse personalità provenienti dai più disparati ambiti disciplinari. Ognuno dei riferimenti analizzati ha impiegato *media* diversi con obiettivi diversi. Il punto in comune resta la descrizione di un paesaggio umano in un determinato momento storico, con focus diretti (o indiretti) sui modi di vestire delle persone comuni.

Analizzando i riferimenti in ordine cronologico, è doveroso iniziare con il fotografo tedesco August Sander (1876-1964). La sua produzione è eterogenea, ma è principalmente noto per l'obiettivo di creare un catalogo della società contemporanea attraverso la serie di ritratti intitolata *Uomini del ventesimo secolo*. Questa raccolta è stata pubblicata nei libri *Face of our Time* [Sander 2003] e *People of the 20th Century* [Sander 2013].

Nei suoi lavori, Sander cattura la società tedesca durante il periodo della Repubblica di Weimar. Le sue immagini offrono un punto di vista alternativo rispetto agli ideali che definiranno il superuomo nazista. I soggetti dei suoi ritratti, suddivisi in sette sezioni, rappresentano volti e vestiti di persone comuni, immerse nei loro contesti di vita quotidiana. Questa documentazione ha un carattere quasi etnografico. Attraverso di essa, Sander ci racconta indirettamente i modi di vestire di diverse categorie sociali, come contadini, commercianti, lavoratori (fig. 1) e ciò che lui stesso definisce 'gli ultimi', ovvero senzatetto e reduci di guerra.



Fig. 1. August Sander,  
*Verniciatore*, 1930 ca.  
(fonte: <https://www.flickr.com/photos/47357563@N06/8236529868>).

Quasi contemporaneamente a Sander, l'architetto e ricercatore giapponese Wajiro Kon documentava, attraverso disegni dettagliati, l'occidentalizzazione del Giappone negli anni '20 del Novecento. Fondatore della *Modernology* (*Kōgengaku*), una disciplina che si può definire come un'archeologia del presente [Gill 1996, p. 199], Kon ha esplorato aspetti poco osservati della società giapponese di quel periodo. Tra questi, la sua attenzione si è focalizzata su quattro temi fondamentali: moda, architettura, proprietà materiali e comportamento. Nella sua ricerca in ambito moda (*Fukusou-kenkyū*), Kon riconobbe subito l'importanza dei "vestiti come indicatori del gusto e delle condizioni sociali delle persone" [Kon, Kuroishi 2015, p. 199]. Il suo disegno più celebre è quello che rappresenta, nel 1925, la percentuale di persone nel quartiere Ginza a Tokyo, che indossavano abiti occidentali e tradizionali giapponesi, con relativa classificazione. Inoltre, Kon realizzò una catalogazione completa delle divise delle cameriere del Caffè Kirin (con Kenichi Yoshida, sempre a Ginza). La potenza e chiarezza dei suoi disegni rimangono a oggi immutate, continuando a offrire metodologie e soluzioni per la rappresentazione.

Rimanendo in Giappone, poco più di settant'anni dopo il fotografo Shoichi Aoki intercetta le tendenze inedite del vestiario dei giovani del quartiere Harajuku a Tokyo e la racconta nel magazine *FRUiTS* attraverso centinaia di ritratti calati all'interno dello scenario urbano (fig. 2). Aoki si rende conto che l'instabilità sociale frutto della bolla economica degli anni '80 aveva portato i giovani a cercare nuovi modi di vestire, più locali, colorati, sostenibili e in diretta contrapposizione con il capitalismo imperante. Seleziona così soggetti in possesso di un'aura quasi artistica, "sculture viventi che esistono in uno specifico spazio e momento" [Mohajer Va Pesaran 2015, p. 53]. Attraverso le foto pubblicate nella rivista racconta, alimenta, legittima e in ultima analisi consuma, una tendenza del vestiario estremamente locale, qualcosa a oggi irripetibile nella società globalizzata in cui viviamo.



Fig. 2. Composizione di doppie pagine estratte da: partendo dall'alto, *People of the 21st Century* [Eijkelboom 2014], *Fresh FRUiTS* [Aoki 2006] e *Stazione Termini - Lookbook 2009-2021* [Beretta 2021] (elaborazione di F. Rebecchini).

L'intervento di documentazione portato avanti da Kon e Aoki è sempre soggetto a una soggettività impossibile da elidere, nonostante ciò i loro contributi descrivono i modi di vestire delle persone con occhio critico, aiutando a formare una memoria collettiva dei luoghi e la loro identità culturale [MohajerVa Pesaran 2015].

Molto più ampio il progetto dell'illustratore americano Jason Polan, che con il blog *Every Person in New York* si era posto l'obiettivo di disegnare ogni cittadino della Grande Mela arrivando a realizzare più di 10'000 sketch. Un'ambizione folle come gran parte dei suoi progetti, ma che, portata avanti con rigorosità, lo ha condotto a esplorare la città, osservare con attenzione i newyorkesi e infine a rappresentare un paesaggio umano eterogeneo e sorprendente. I suoi sketch essenziali, inquadrando semplici passanti o celebrità incontrate per caso, catturano alla perfezione la dinamicità della 'città che non dorme mai'.

Il fotografo olandese Hans Eijkelboom, nel suo libro più famoso *People of the 21st Century* (diretta citazione dell'opera di Sander) presenta una serie di composizioni di foto raffiguranti outfit e tendenze ricorrenti, documentate nelle strade di diverse città del mondo. Ogni composizione presenta delle foto del medesimo formato dove il fotografo mette in evidenza un particolare aspetto, come l'utilizzo di uno stesso accessorio, la colorazione degli outfit, la busta di un particolare brand (fig. 2). Le sue foto sono scattate sempre nella stessa area (solitamente vie commerciali) in un lasso di tempo ristretto (poche ore). Nei suoi ritratti di passanti ignari è riuscito a catturare tendenze comportamentali e di vestiario, mettendoci davanti agli occhi quanto ognuno di noi sia in qualche modo frutto della globalizzazione e segua pattern prestabiliti.

Molto più eterogeneo è il paesaggio umano catturato da Niccolò Berretta nella sua serie di ritratti a Roma Termini. Per anni, Berretta ha documentato la vita della stazione, dedicandosi con costanza a osservare, fare volontariato con la Caritas e fotografare l'umanità frenetica o disperata di passaggio della stazione [1]. Nel 2021 ha pubblicato il libro *Stazione Termini - Lookbook 2009-2021*, che raccoglie oltre dieci anni di lavoro in una selezione di scatti unici: volti famosi, turisti, senzatetto, venditori ambulanti e altre figure che popolano questo crocevia romano (fig. 2).

L'ultimo riferimento, forse il più importante, è lo YouTuber ICY KOF (Kofi McCalla), tra i primi a lanciare il format video *What are people wearing in...*, oggi virali su piattaforme come TikTok. Nei suoi video, girati in città come Londra, Parigi o Roma, Kofi chiede: 'Cosa indossi?', e gli intervistati raccontano i loro outfit, tra storie, brand e prezzi. Questo stile diretto documenta un'epoca e, già a distanza di pochi anni, offre una preziosa testimonianza su tendenze passeggiere e mode locali. Tuttavia, alcuni critici sottolineano come Kofi si concentri sui look alla moda di quartieri centrali e ricchi, dando voce a una nicchia privilegiata più che a una rappresentazione completa dello stile cittadino. In un commento del video girato a Roma un tale Frank James dice: 'Penso che dovresti esplorare quartieri più rurali della città, dove la gente non mira a vestirsi con soli brand conosciuti' (fig. 3). Questa frase, insieme ai riferimenti elencati sopra, sono diventati i punti di partenza del *Roman Lookbook* [2], un *fashion survey* condotto per le strade di Roma.

### Obiettivi e metodologia del *fashion survey*

L'obiettivo principale del *fashion survey* è rispondere alla domanda 'Come si vestono i giovani a Roma?', lasciandola volutamente ambigua e aperta a interpretazioni. Si può rispondere con un generico 'bene' o 'male' valutando la qualità estetica dei look, o con giudizi basati sulla sostenibilità dei capi. Altri potrebbero notare un'eventuale uniformità degli outfit ('i giovani di oggi vestono tutti uguali'). La domanda invita a esplorare vari aspetti: brand più indossati, colori ricorrenti o tendenze generali, evitando scopi commerciali o estetici rigidi, e promuovendo un approccio didattico aperto a molteplici visioni.

Il progetto ha richiesto la registrazione dettagliata, sia grafica che testuale, dell'abbigliamento giovanile romano. A tal fine, è stata sviluppata una scheda strutturata in due sezioni: una dedicata al disegno del figurino, che riproduce l'outfit del soggetto osservato; un'area testuale, dove vengono descritti nel dettaglio i capi indossati, con informazioni su brand, materiali e provenienza. Le schede correttamente compilate permettono quindi di estrapolare sia dati quantitativi che qualitativi, senza rimanere ingabbiati in una struttura rigida tipica dei sondaggi per scopi commerciali o per rilievi più scientifici.

**What Are People Wearing in Rome? ITALY**

The Unknown Vlogs 933K subscribers

Subscribe

13K Share Download ...

**C** Carlo Fabbri 1 year ago

I live in Rome and I don't think most people go around dressed like that. Probably for the sake of making the video appealing the creator chose people with more interesting outfits, which is understandable, but watchers shouldn't think that's the average. Also, it's worth mentioning that the city center is THE most expensive part of the city, which would explain why those passersby were wearing quite expensive brands. Again, not uncommon, but also not average either.

471 Reply 25 replies

**F** Frank James 1 year ago

Man everybody killed it in this video. I think you should explore somewhere more rural where most people don't aim to dress with lots of known brands. I think it would be cool to see what people can put together with just what they have. Keep it up brother sending love as always

469 Reply 10 replies

Fig. 3. Screenshot del video di ICY KOF ambientato a Roma: *What are people wearing in Rome? ITALY* [ICY KOF, 2021]. In basso i commenti di C. Fabbri e F. James (elaborazione di F. Rebecchini).

L'anno in cui è stato lanciato il progetto (A.A. 2022-2023) gli studenti partecipanti sono stati 156, e sono stati incaricati di compilare nel dettaglio un minimo di quattro schede. In aula è stato illustrato il progetto e fornito un vademecum per compilare la scheda. Ogni studente ha scelto un quartiere di Roma da una lista e vi ha trascorso alcune ore, passeggiando, fermandosi in un bar e osservando il paesaggio umano locale. Durante questa immersione, l'obiettivo era individuare persone tra i 18 e i 35 anni che rappresentassero al meglio la zona, senza concentrarsi su look appariscenti o costosi, ma su outfit autentici, comuni o involontariamente curiosi.

Gli studenti sono stati costretti a uscire dalla propria comfort zone nel momento in cui hanno dovuto interracciarsi direttamente con i soggetti scelti. Per poter completare la scheda era richiesto loro di intervistare il soggetto chiedendo informazioni dettagliate su ogni capo del loro outfit. Dai cappelli, agli accessori, fino a maglie, giacche o piumini, pantaloni, scarpe, borse, accessori e per i più coraggiosi anche underwear e calzini. I soggetti intervistati dovevano dichiarare brand del capo, provenienza, e se ne erano a conoscenza anche la composizione. Per annotare queste informazioni ogni studente si è servito della fotografia e di registrazioni audio dell'intervistato. Una volta raccolte le informazioni, gli studenti dovevano compilare una scheda seguendo linee guida precise. Ogni soggetto doveva essere disegnato in scala all'interno di un riquadro dedicato, con un figurino proporzionato e in una posa non banale. Il disegno, inizialmente a matita, doveva dettagliare i capi indossati, evidenziando vestibilità e panneggio.

Successivamente, veniva ripassato a china, con outline esterno da 0.5 e linee interne da 0.1, e infine colorato con matite stratificando colori e texture per indicare i tessuti. Per raccontare in modo completo i look rilevati, la scheda includeva anche una parte testuale, con sezioni dedicate a *Testa*, *Busto*, *Gambe* e *Piedi*. Una sezione *Altri commenti* permetteva di annotare accessori, oggetti particolari o animali al seguito. In alto, erano riportate informazioni tecniche come *Quartiere*, *Via*, *Data*, *Ora*, *Nome Rilevatore* ed *Età del Soggetto*. La descrizione di quanto disegnato è risultato uno step fondamentale nella corretta registrazione dei look. Rispetto a ciò è utile citare la distinzione che Roland Barthes fa tra 'Indumento scritto' e 'Indumento-immagine'. Basandosi sull'analisi dei magazine di moda, Barthes vede nel primo la descrizione testuale di un indumento atta a trasmettere un significato ben preciso, nella seconda una rappresentazione visuale, sia essa fotografica o illustrata. Le due strutture sono utilizzate simultaneamente all'interno dei magazine, ma come spiega Paul Jobling: "nella retorica della moda [...] lui prioritizza l'indumento scritto rispetto all'indumento-immagine. [...] è il messaggio verbale che ha il vantaggio metodologico in quanto si offre come una lettura più pura del testo di moda" [Jobling 2016, p.138]. Barthes stesso dichiara: "L'immagine congela un infinito numero di possibilità, le parole determinano una singola certezza. [...] Il linguaggio aggiunge all'immagine la conoscenza" [Barthes 1990, p.13]. La didascalia nelle riviste di moda, e nel caso del *Roman Lookbook* i testi presenti nella scheda, descrivono informazioni non evidenti nel disegno. Informazioni che possono essere molteplici finché il testo non le ancora all'unico significato possibile, la descrizione di un capo attraverso il brand, i colori, la vestibilità, la composizione e l'origine: due parti di uno stesso discorso, portate avanti graficamente e testualmente.

ROMAN LOOKBOOK		Fashion Survey Modulo per il rilievo dei look
Quartiere: <u>MONTI TIBURTINI</u>	Nome Rilevatore: <u>GIOVANNI GUIDOTTI</u>	
Via: <u>PIRELLA MUSA</u>		
Data: <u>12/05/2023</u>	Ore: <u>19:45</u>	
<b>Età soggetto:</b> <u>21</u> <b>Testa:</b> <u>RAYBAN WAYFARER NEGLI</u>		
<b>Busto:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- GIACCA LENTERIA ZARA VERDE</li> <li>- MAGLIONCINO ZARA BLU</li> <li>- T-SHIRT PIZZA ITALIA BIANCA</li> <li>- TOTTE ZARA GENERICA BIANCA</li> </ul>		
<b>Gambe:</b> <u>PANTALONI ZARA BEIGE</u>		
<b>Piedi:</b> <u>SNEAKERS ADIDAS MOD. STAN SMITH BIANCHI E VERDI</u>		
<b>Altri commenti</b> <small>(segnalare/underwear/accessori/gioielli/tecnologia/tuttaggi/pc)</small>		
		
<i>Questo scheda è stata compilata per un fashion survey relativo al corso di Illustrazione di Moda &amp; Sogno Università di Roma, AA 2022/2023, Corso di laurea in Scienze della Moda e del Costume, Docente Federica Belotti.</i>		

ROMAN LOOKBOOK		Fashion Survey Modulo per il rilievo dei look
Quartiere: <u>TUTTO</u>	Nome Rilevatore: <u>FRANCESCO NEPA</u>	
Via: <u>VILANOVA MILANO</u>		
Data: <u>04-05-2023</u>	Ore: <u>11:45</u>	
<b>Età soggetto:</b> <u>22</u> <b>Testa:</b>		
<b>Busto:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- CORPETTO NERO CON DETTAGLI H&amp;M</li> <li>- CAPPUCCIO OMBRIZZATO BIANCO LEVI'S</li> <li>- MAGLIONCINO OMBRIZZATO MARROONE - GIALLO H&amp;M</li> </ul>		
<b>Gambe:</b> <u>PANTALONI BAGGY OLIVE SAINT BENEDICT</u>		
<b>Piedi:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- CALZINI A COSTE NERI LOMO</li> <li>- BUFFALO BLADER ONE NERO</li> </ul>		
<b>Altri commenti</b> <small>(segnalare/underwear/accessori/gioielli/tecnologia/tuttaggi/pc)</small>		
		
<i>Questo scheda è stata compilata per un fashion survey relativo al corso di Illustrazione di Moda &amp; Sogno Università di Roma, AA 2022/2023, Corso di laurea in Scienze della Moda e del Costume, Docente Federica Belotti.</i>		

Fig. 4. G. Guidotti, scheda di rilievo di un look, 2023.

Fig. 5. F. Nepa, scheda di rilievo di un look, 2023.

## Output

Il progetto didattico ha portato alla realizzazione di più di 1200 schede illustrate, realizzate da più di 300 studenti durante diversi anni accademici. Esse sono state archiviate e digitalizzate, con l'obiettivo futuro di realizzare un database ordinato e consultabile. Tra le schede prodotte dagli studenti è interessante osservarne alcune dai caratteri peculiari (figg. 4-7).

Esse non sono state selezionate per la loro qualità grafica ma piuttosto per l'autenticità dei contenuti e per le informazioni che riescono a veicolare in modo diretto e indiretto. Nell'ottica della disseminazione al pubblico nel giugno 2023 poco più di 60 schede sono state esposte nella mostra *Disegno & Moda*, tenutasi presso la Sala Odeion della Facoltà di Lettere e Filosofia di Sapienza Università di Roma [3]. La mostra mirava a raccontare il lavoro dei corsi di disegno dei corsi di laurea in *Scienze della Moda* e del *Costume e Fashion Studies*. Successivamente, nel giugno 2024, una nuova selezione di schede (questa volta circa 100, con altre 200 disponibili in consultazione) è stata presentata negli spazi di *Sinestetica Expo*, libreria e spazio espositivo romano. Un opuscolo collegato alla mostra presentava infografiche volte a visualizzare i dati raccolti durante il primo anno del progetto [4]. I dati quantitativi sono stati estratti dalle schede tramite la compilazione di un foglio di calcolo organizzato per categorie (fig. 8).

Alcuni dei dati più rilevanti sono sicuramente quelli relativi ai brand più indossati, così come le percentuali di capi fast fashion e quella di capi d'alta moda [5] (fig. 9), i colori più presenti, la quantità di abiti usati ma anche accessori e oggetti curiosi (fig. 10). La mostra e la pubblicazione sono stati i veicoli per portare al di fuori degli spazi universitari un progetto che parla a tutti, cercando nello specifico di porre l'attenzione verso tendenze relative ai diversi quartieri della capitale e al consumo coscienzioso in ambito moda.

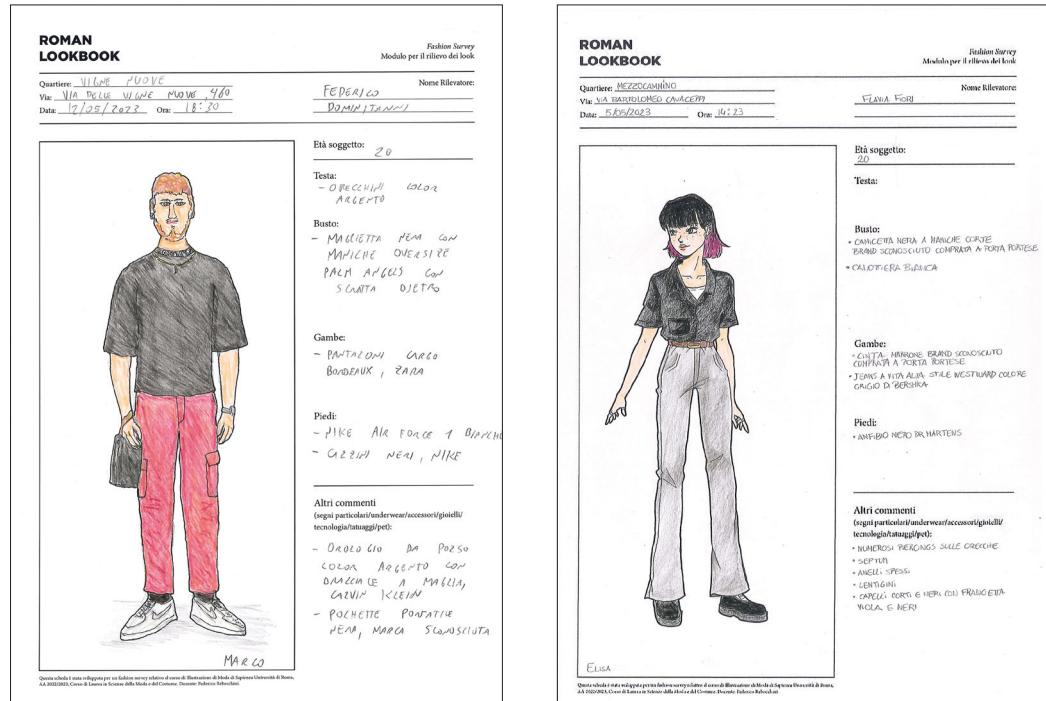


Fig. 6. F. Dominijanni,  
scheda di rilievo di un  
look, 2023.

Fig. 7. F. Fiori, scheda di  
rilievo di un look, 2023.

## Conclusioni

L'esperienza didattica ha ottenuto finora ottimi riscontri, sia dagli studenti sia dai visitatori delle mostre. L'esercizio proposto unisce efficacemente teoria e pratica.

Dal lato pratico, gli studenti affrontano sfide come la rappresentazione anatomica e quella dei vestiti, con attenzione a vestibilità e colorazione. Devono inoltre garantire l'uniformità degli output, rispettando le linee guida per il disegno e la compilazione delle schede.

Dal lato teorico, il progetto li spinge a confrontarsi con la realtà urbana, affinando lo sguardo per osservare davvero ciò che li circonda. In un contesto dominato da social media, clamore, cultura dell'hype e sfilate di lusso, il *Roman Lookbook* invita a focalizzarsi

su una dimensione locale: outfit ordinari ma a volte sorprendenti, omologazione accanto a microtendenze imprevedibili.

Ad oggi, il *Roman Lookbook* continua a crescere grazie al lavoro degli studenti, che esplorano le strade di Roma. Ogni scheda di questo progetto mira così a costruire un archivio di immagini e testi che raccoglie, racconta e preserva la memoria collettiva di spazi e persone, descrivendo da un preciso punto di vista questo particolare momento storico. Sono state prodotte oltre 1200 schede e il progetto proseguirà sempre con lo stesso obiettivo, rispondere alla domanda: 'Come si vestono i giovani a Roma?' (fig. 11).

Fig. 8. Foglio di calcolo per estrazione dei dati e una porzione dello stesso che evidenzia le voci relative a età, sesso, quartiere, e parte di informazioni sui capi indossati. Foglio progettato da A. Milan e M. Sabato, Compilazione a cura di A. Milan, F. Rebecchini e M. Sabato.

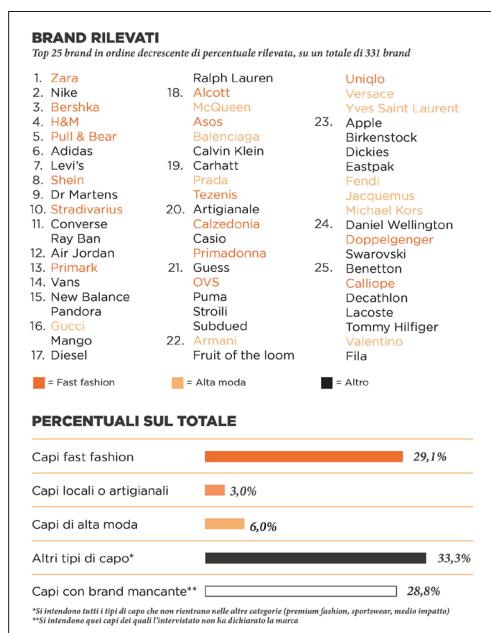


Fig. 9. A. Milan e M. Sabato, grafica che propone una lista dei brand più indossati, 2024.

Fig. 10. A. Milan e M. Sabato, grafica che propone una lista degli oggetti più curiosi riscontrati nelle schede, 2024 (disegni di F. Rebecchini).



## ROMAN LOOKBOOK

*Fashion Survey*  
Modulo per il rilievo dei look

Quartiere: FLAMINIO  
Via: PONTE DELLA MUSICA  
Data: 05/05/23 Ora: 21:30

Nome Rilevatore:

ALICE MILAN

Età soggetto: 19

Testa:

- COLLANA CON PERLINE SHEIN

Busto:

- GIACCHETTO BERSHKA NERO  
IN ECOPELLE  
- BORSA PRIMADONNA IN  
VELVUTO NERO E PAILLETTES  
- VESTITO NERO SHEIN

Gambe:

Piedi:

- STIVALI ECOPELLE NERI  
ASOS

Altri commenti

(segni particolari/underwear/accessori/gioielli/  
tecnologia/tatuaggi/pet):

- ORECCHINI PENDENTI SHEIN  
- 3 ORECCHINI ACCIAIO CHIRURGICO  
- ORECCHINO CERCHIETTO ARGENTO  
- 2 ORECCHINI ORO BIANCO CON  
DIAMANTINI  
- ORECCHINO CON FARFALLINA  
- SEPTUM IN ACCIAIO  
- 8 ANELLI, PANDORA, SHEIN  
E SORPRESA UOVO DI PASQUA

Questa scheda è stata sviluppata per un fashion survey relativo al corso di Illustrazione di Moda di Sapienza Università di Roma,  
AA 2022/2023, Corso di Laurea in Scienze della Moda e del Costume. Docente: Federico Rebecchini.

### Note

[1] Niccolò Berretta è stato ospite di una lezione del corso nell'aprile 2023, nella quale ha parlato del suo progetto svelando aneddoti e retroscena a esso legati.

[2] Il termine *lookbook* non viene qui utilizzato nella sua accezione tradizionale di presentazione visiva di un brand finalizzata a mostrare una collezione di abiti e accessori accompagnata da proposte di styling. Piuttosto, seguendo l'impostazione suggerita dal sottotitolo del libro di Berretta, il *Roman Lookbook* si configura come un catalogo esteso delle espressioni della moda giovanile romana, illustrandone la varietà e le potenzialità. Roma vi è rappresentata come un 'brand' composito, una tendenza sfaccettata, multiforme e in continua evoluzione.

[3] Curata da Emanuela Chiavoni, Giulia Pettoello, Giorgia Potestà e Federico Rebecchini.

[4] Sia la mostra che l'opuscolo sono a cura di Alice Milan, Federico Rebecchini e Marco Sabato.

[5] Con il termine 'alta moda' si fa riferimento a tutti quei brand appartenenti a una fascia di prezzo elevata, identificati, nel presente o nel passato, come *haute couture*. Occasionalmente sono stati inseriti dei brand *prêt-à-porter* che operano nell'alta moda.

#### Riferimenti bibliografici

- Aoki, S. (2006). *Fresh Fruits*. Londra: Phaidon.
- Barthes, R. (1990). *The fashion system*. Berkeley: University of California Press.
- Berretta, N. (2021). *Roma Stazione Termini: Lookbook 2009-2021*. Roma: Drago Publishing.
- Eijkelboom, H. (2014). *People of the twenty-first century*. Londra: Phaidon Press Limited.
- Gill, T. (1996). Wajiro Kon, Modernologist. In *Japan Quarterly*, n. 43(2), pp. 198-207.
- ICY KOF. (2021, November 24). *What people are wearing in Rome? ITALY*. [Video]. YouTube. <https://youtu.be/bsypjkBApk>.
- Jobling, P. (2016). Roland Barthes: Semiology and the Rhetorical Codes of Fashion. In Rocamora, A., Smelik, A. (Eds.). *Thinking through Fashion. A Guide to Key Theorists*, pp. 132-148. London: I.B.TAURIS.
- Kon, W., Kuroishi, I. (2015). Selected Writings on Design and Modernology, 1924-47. In *West 86th: A Journal of Decorative Arts, Design History, and Material Culture*, n. 22(2), pp. 190-216. <https://doi.org/10.1086/685870>.
- Mohajer Va Pesaran, D. (2015). From Wajiro Kon to Fruits Magazine: Tokyo street fashion culture's imprint on collective memory. In Polimoda (a cura di). *Momenting the Memento Polimoda. Conference Proceedings 2015 Momenting The Memento*. Firenze, 14-15 maggio 2015, pp. 51-56. Firenze: Edizioni Polistampa.
- Polan, J. (19 dicembre 2019). *Every person in New York*. <https://everypersoninnewyork.blogspot.com/>.
- Sander, A. (2003). *Face of our Time*. Monaco: Schirmer/Mosel Verlag GmbH.
- Sander, A. (2013). *August Sander: People of the 20th Century*. Monaco: Schirmer/Mosel Verlag GmbH.

#### Autore

Federico Rebecchini, Sapienza Università di Roma, federico.rebecchini@uniroma1.it

Per citare questo capitolo: Federico Rebecchini (2025). *Roman Lookbook: un'indagine antropologica e visiva sulla moda urbana giovanile*. In L. Carlevaris et al. (a cura di). *èkphrasis. Descrizioni nello spazio della rappresentazione/èkphrasis. Descriptions in the space of representation*. Atti del 46° Convegno Internazionale dei Docenti delle Discipline della Rappresentazione. Milano: FrancoAngeli, pp. 3239-3258. DOI: 10.3280/oa-1430-c923.

# Roman Lookbook: an Anthropological and Visual Investigation of Urban Youth Fashion

Federico Rebecchini

## Abstract

This paper presents the *Roman Lookbook* teaching project, developed as part of the *Fashion Illustration* course at Sapienza University of Rome. The project aims to answer the question 'How do young people dress in Rome?' through a fashion survey combining graphic and descriptive surveys. Students analyzed and documented the looks of young Romans in selected neighborhoods of the city, representative of different socio-cultural realities, processing more than 1,200 illustrated cards offering quantitative and qualitative data on clothing trends, attention to sustainability and territorial specificities of urban fashion.

Inspired by figures such as August Sander, Wajiro Kon and Shoichi Aoki, the project takes a multidisciplinary approach that blends visual anthropology, illustration and social research. The work has pushed students to confront urban realities, strengthening their technical illustration skills and developing a critical view on the phenomena of homogenization and local micro-trends. The results, collected in exhibitions and publications, not only preserve the collective memory of a specific historical moment, but offer a platform to reflect on fashion as a tool of cultural identity and social awareness. The Roman Lookbook continues to grow, expanding its visual archive and maintaining its focus on the relationship between clothing, urban context and identity.

## Keywords

Urban fashion, youth identity, visual anthropology, fashion survey, fashion illustration.



Various Authors, *Roman Lookbook*, 2024. Image collecting some of the most interesting looks produced by students.

## Introduction

This paper presents a teaching experience carried out within the *Fashion Illustration* teaching, within the Bachelor of Science in Fashion and Costume Science at Sapienza University of Rome. The project presented, called *Roman Lookbook*, aimed to answer the question ‘how do young people dress in Rome?’ through the implementation of a fashion survey addressed to Romans between 18 and 35 years old selected in different neighborhoods of Rome. The question aims to focus attention on the ways of dressing of young people in the capital by departing from urban survey experiences of past photographers, architects, researchers and artists. Through the compilation of cards with texts and drawings, quantitative and qualitative data were collected that give a partial but truthful picture of clothing trends, attention to sustainability and territorial peculiarities of the clothing of young Romans.

## Theoretical framework

The approach of this project, somewhere between a market survey and an anthropological study, finds inspiration in the work of various personalities from a wide range of disciplines. Each of the references analyzed employed different media with different objectives. The common point remains the description of a human landscape at a given historical moment, with direct (or indirect) focus on the ways of dressing of ordinary people. Analyzing the references in chronological order, it is fitting to begin with the German photographer August Sander (1876-1964). His output is heterogeneous, but he is mainly known for his goal of creating a catalog of contemporary society through a portrait series published in the books *Face of our Time* [Sander 2003] and *People of the 20th Century* [Sander 2013].

In his works, Sander captures German society during the period of the Weimar Republic. His images offer an alternative point of view to the ideals that would define the Nazi Superman. The subjects of his portraits, divided into seven sections, depict faces and clothing of ordinary people immersed in their everyday life contexts. This documentation has an almost ethnographic character. Through it, Sander indirectly tells us about the ways of dressing of different social categories, such as peasants, merchants, workers (fig. 1) and what he calls ‘the last people’, namely homeless people and war veterans.



Fig. 1. August Sander,  
*Varnisher*, approx.  
1930 (Source: <https://www.flickr.com/photos/47357563@N06/8236529868>).

Almost simultaneously with Sander, Japanese architect and researcher Wajiro Kon documented, through detailed drawings, the Westernization of Japan in the 1920s. A founder of *Modernology* (*Kōgengaku*), a discipline that can be described as an archaeology of the present [Gill 1996, p. 199], Kon explored little-observed aspects of Japanese society of that period. Among these, his attention has focused on four basic themes: fashion, architecture, material properties and behavior. In his research in fashion (*Fukusou-kenkyū*), Kon recognized early on the importance of "clothes as indicators of the taste and social conditions of the people" [Kon, Kuroishi 2015, p. 199]. His most famous drawing is one that depicts, in 1925, the percentage of people in the Ginza district of Tokyo who wore Western and traditional Japanese clothes, with corresponding classification. In addition, Kon produced a complete cataloguing of the uniforms of the waitresses at Kirin Café (also in Ginza, with Kenkichi Yoshida). The power and clarity of his drawings remain unchanged to this day, continuing to offer methodologies and solutions for representation.

Staying in Japan, a little more than seventy years later, photographer Shoichi Aoki intercepted the unprecedented clothing trends of young people in Tokyo's Harajuku district and chronicled them in *FRUiTS* magazine through hundreds of portraits cast within the urban scenario (fig. 2). Aoki realized that the social instability resulting from the economic bubble of the 1980s had led young people to seek new ways of dressing that were more local, colorful, sustainable, and in direct opposition to the prevailing capitalism. He thus selected subjects possessing an almost artistic aura, "living sculptures who exist within a specific time and space" [MohajerVa Pesaran 2015, p. 53]. Through the photos published in the magazine he narrated, nurtured, legitimized and ultimately consumed, an extremely local clothing trend, something to this day unrepeatable in the globalized society in which we live.



Fig. 2. Composition of spreads extracted from: starting from the top, *People of the 21st Century* [Eijkelboom 2014], *Fresh FRUiTS* [Aoki 2006] and *Stazione Termini - Lookbook 2009-2021* [Berretta 2021] (elaboration by F. Rebecchini).

The documentation intervention carried out by Kon and Aoki is always subject to a subjectivity that is impossible to elide, nevertheless their contributions describe people's ways of dressing with a critical eye, helping to form a collective memory of places and their cultural identity [MohajerVa Pesaran 2015].

Much broader was the project of American illustrator Jason Polan, whose *Every Person in New York* blog set a goal of drawing every citizen of the Big Apple, reaching more than 10,000 sketches. An ambition as maddening as most of his projects, but one that pursued rigorously led him to explore the city, observe New Yorkers carefully, and ultimately depict a diverse and surprising human landscape. His essential sketches, framing simple passersby or celebrities encountered by chance, perfectly capture the dynamism of the 'city that never sleeps'.

Dutch photographer Hans Eijkelboom, in his most famous book *People of the 21st Century* (a direct quote to Sander's work) presents a series of photo compositions depicting recurring outfits and trends documented on the streets of different cities around the world. Each composition features photos of the same format where the photographer highlights a particular aspect, such as the use of the same accessory, the coloring of outfits, the paper bag of a particular brand (fig. 2). His photos are always taken in the same area (usually shopping streets) within a narrow time frame (a few hours). In his portraits of unsuspecting passersby, he has managed to capture behavioral and clothing trends, putting before our eyes how each of us is somehow a product of globalization and follows predetermined patterns.

Much more diverse is the human landscape captured by Niccolò Berretta in his series of portraits at Roma Termini. For years, Berretta has been documenting station life, steadfastly devoting himself to observing, volunteering with Caritas, and photographing the station's frantic or desperate transient humanity [1]. In 2021 he published the book *Stazione Termini - Lookbook 2009-2021* which collects more than ten years of work in a selection of unique shots: famous faces, tourists, homeless people, street vendors and other figures who populate this Roman crossroads (fig. 2). The latest reference, perhaps the most important, is YouTuber ICY KOF (Kofi McCalla), among the first to launch the *What are people wearing in...* video format, now viral on platforms such as TikTok. In his videos, shot in cities such as London, Paris or Rome, Kofi asks, 'What are you wearing?' and the interviewees tell their outfits, including stories, brands and prices. This straightforward style documents an era and, even a few years later, offers valuable insight into passing trends and local fashions. However, some critics point out that Kofi focuses on the fashionable looks of central and wealthy neighborhoods, giving voice to a privileged niche rather than a comprehensive representation of city style. In a commentary on the video shot in Rome, an user named Frank James says, 'I think you should explore somewhere more rural where people don't aim to dress lots of well-known brands' (fig. 3). This sentence, along with the references listed above, became the starting points for the *Roman Lookbook* [2], a fashion survey conducted on the streets of Rome.

### **Objectives and methodology of the fashion survey**

The main objective of the fashion survey is to answer the question 'How do young people dress in Rome?', leaving it deliberately ambiguous and open to interpretation. One can respond with a generic 'good' or 'bad', assessing the aesthetic quality of the looks, or with judgments based on the sustainability of the garments. Others might note a possible uniformity of outfits ('today's youth all dress the same'). The question invites exploration of various aspects: most-worn brands, recurring colors or general trends, avoiding rigid commercial or aesthetic purposes, and promoting an educational approach open to multiple views.

The project required the detailed recording, both graphic and textual, of Roman youth clothing. To this end, a card structured in two sections was developed: one dedicated to the figure drawing, which reproduces the outfit of the observed subject; a textual area, where the garments worn are described in detail, with information on brand, materials and origin. Properly filled out cards thus allow for the extrapolation of both quantitative and qualitative data, without becoming caged in a rigid structure typical of surveys for commercial purposes or more scientific surveys.

**What Are People Wearing in Rome? ITALY**

The Unknown Vlogs 933K subscribers

**C** Carlo Fabbri 1 year ago  
I live in Rome and I don't think most people go around dressed like that. Probably for the sake of making the video appealing the creator chose people with more interesting outfits, which is understandable, but watchers shouldn't think that's the average. Also, it's worth mentioning that the city center is THE most expensive part of the city, which would explain why those passersby were wearing quite expensive brands. Again, not uncommon, but also not average either.  
471 Reply ▾ 25 replies

**F** Frank James 1 year ago  
Man everybody killed it in this video. I think you should explore somewhere more rural where most people don't aim to dress with lots of known brands. I think it would be cool to see what people can put together with just what they have. Keep it up brother sending love as always  
469 Reply ▾ 10 replies

Fig. 3. Screenshot of ICY KOF's video set in Rome, "What are people wearing in Rome? ITALY" [ICY KOF 2021]. Below are comments by C. Fabbri and F. James (elaboration by F. Rebecchini).

The year the project was launched (a.y. 2022/2023) there were 156 participating students, and they were instructed to fill out a minimum of four cards. In the classroom, the project was explained and a vademecum for filling out the card was provided. Each student chose a neighborhood in Rome from a list and spent a few hours there, walking around, stopping at a café and observing the local human landscape. During this immersion, the goal was to identify people between the ages of 18 and 35 who best represented the area, without focusing on flashy or expensive looks, but on authentic, common, or unintentionally curious outfits.

Students were forced out of their comfort zone the moment they had to interface directly with their chosen subjects. In order to complete the card they were required to interview the subject by asking for detailed information about each item in their outfit. From hats and accessories to sweaters, jackets, pants, shoes, bags, accessories, and for the brave ones even underwear and socks. The subjects interviewed had to state the brand of the garment, origin, and if they were aware of the composition. Each student used photography and audio recordings of the interviewee to note this information. Once the information was gathered, the students had to fill out a form following precise guidelines. Each subject was to be drawn to scale within a dedicated box, with a proportionate figure. The drawing, initially in pencil, was to detail the garments worn, highlighting

fit and drapery. It was then gone over in India ink, with 0.5 outer outline and 0.1 inner lines, and finally colored with pencils layering colors and textures to indicate fabrics.

To fully narrate the looks noted, the card also included a textual part, with sections devoted to Head, Bust, Legs and Feet. An *Other Comments* section allowed for noting accessories, special objects, or animals. At the top, there was technical information such as Neighborhood, Street, Date, Time, Surveyor's Name, and Age of Subject. The description of what was drawn was found to be an essential step in the proper recording of the looks. With respect to this, it is useful to mention the distinction Roland Barthes makes between 'Written Clothing' and 'Image-Clothing'. Based on his analysis of fashion magazines, Barthes sees in the former a textual description of a garment apt to convey a definite meaning, in the latter a visual representation, whether photographic or illustrated.

The two structures are used simultaneously within the magazines, but as Paul Jobling explains, "in his work on the rhetoric of fashion [...] he prioritizes the written clothing over the image-clothing. [...] it is the verbal message that he insists has the methodological advantage insofar as it proffers a purer reading of the fashion text" [Jobling 2016, p.138]. Barthes himself states, "The image freezes an endless number of possibilities, words determine a single certainty. [...] What language adds to the image is knowledge" [Barthes 1990, p.13]. The caption in fashion magazines, and in the case of the *Roman Lookbook* the texts in the card, describe information not evident in the drawing. Information that can be multiple until the text fixes the only possible meaning, the description of a garment through brand, colors, fit, composition, and origin: two parts of the same discourse, carried forward graphically and textually.

ROMAN LOOKBOOK		Fashion Survey Modulo per il rilievo del look
Quartiere: MONTI TIBURTINI	Via: ELEAZIO MATA	Nome Rilevatore: GIORGIO GUIDOTTI
Date: 12/05/2023	Ora: 19:15	
<b>Età soggetto:</b>  <b>Testa:</b> RAY-BAN WAYFARER NERI  <b>Busto:</b> - GIACCA LEGGERA ZARA VERDE - MAGLIONCINO ZARA BLU - T-SHIRT PIZZA ITALIA BIANCA - TOTE BAG GENERICA BIANCA  <b>Gambe:</b> PANTALONI ZARA BEIGE  <b>Piedi:</b> SNEAKERS ADIDAS MOD. STAN SMITH BIANCO E VERDI		
<b>Altri commenti</b> (segni particolari/underwear/accessori/gioielli/tecnologia/utensili/pet):		

Questo scheda è stata compilata per un fashion survey effettuato da: Illustrazione di Iulio Sanguineti Università di Roma, An 2023/2023, Corso di Laurea in Scienze della Moda e del Costume, Docente Federica Indelicato.

ROMAN LOOKBOOK		Fashion Survey Modulo per il rilievo del look
Quartiere: TUFELLO	Via: VILANOVA ROMANA, 9	Nome Rilevatore: FRANCESCO NEPA
Date: 04-05-2023	Ora: 11:49	
<b>Età soggetto:</b> 22  <b>Testa:</b>  <b>Busto:</b> - CORPETTO NERO CON DETTAGLI HAM - Camicia OVERSIZE BIANCA KENI'S - MAGLIONCINO OVERSIZE MARRONE - GIALLO H&M  <b>Gambe:</b> - PANTS LONI BAGGY OLIVA SAINT BARTH DICT  <b>Piedi:</b> - CALZINI A COSTE NERA LOTTO - BUFFALO BLADER ONE NERO		
<b>Altri commenti</b> (segni particolari/underwear/accessori/gioielli/tecnologia/utensili/pet):		
- BORSETTA A TRACOLLA NERA ONLY - SETTIMA A COCCHETTA - ORECCHINI E DIATRATORO - COLLANE DI PERLE E D'ORO - IPHONE 11 IN MANO		

Questa scheda è stata compilata per un fashion survey effettuato da: Iulio Sanguineti Università di Roma, An 2023/2023, Corso di Laurea in Scienze della Moda e del Costume, Docente Federica Indelicato.

Fig. 4. G. Guidotti, look survey card, 2023.

Fig. 5. F. Nepa, look survey card, 2023.

## Output

The educational project resulted in more than 1,200 illustrated cards made by more than 300 students during several academic years. They have been archived and digitized, with the future goal of creating an orderly and searchable database.

Among the cards produced by the students, it is interesting to observe some with peculiar features (figs. 4-7).

They have not been selected for their graphic quality but rather for the authenticity of their contents and the information they manage to convey directly and indirectly. With a view to dissemination to the public, in June 2023 just over 60 cards were displayed in the exhibition *Drawing & Fashion*, held at the Odeion Hall of the Faculty of Humanities of Sapienza University of Rome [3]. Subsequently, in June 2024, a new selection of records (this time around 100, with an additional 200 available for consultation) was presented at *Sinestetica Expo*, a bookstore and exhibition space in Rome. A booklet accompanying the exhibition featured infographics aimed at visualizing the data collected during the first year of the project [4]. Quantitative data were extracted from the cards by compiling a spreadsheet organized by category (fig. 8). Some of the most relevant data are certainly those related to the most worn brands, as well as the percentages of fast fashion garments and that of high fashion garments [5] (fig. 9), the most present colors, the amount of used clothes but also accessories and curious objects (fig. 10). The exhibitions served as a means of disseminating the project beyond the boundaries of the academic sphere, with the aim of engaging a broader audience. In particular, they seek to highlight the stylistic trends specific to different neighborhoods of the capital and to promote reflection on conscious consumption within the fashion sector.

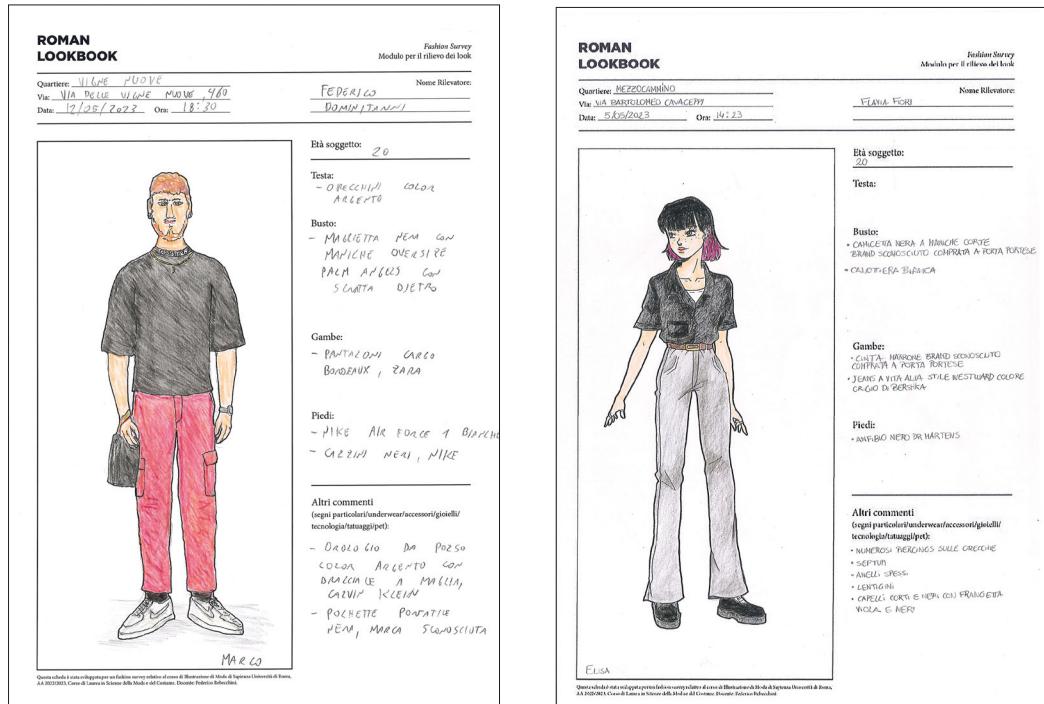


Fig. 6. F. Dominijanni, look survey card, 2023.

Fig. 7. F. Fiori, look survey card, 2023.

## Conclusions

The teaching experience has received excellent feedback so far, both from students and visitors to the exhibitions. The proposed exercise effectively combines theory and practice. On the practical side, students face challenges such as anatomical and clothing representation, with attention to fit and coloring. They also have to ensure the uniformity of outputs by adhering to the guidelines for drawing and filling out the cards.

On the theoretical side, the project pushes them to confront urban reality, honing their gaze to really observe their surroundings. In a context dominated by social media, hype culture and luxury fashion shows, the *Roman Lookbook* invites them to focus on a local

dimension: ordinary but sometimes surprising outfits, homologation alongside unpredictable micro-trends.

To date, the *Roman Lookbook* continues to grow through the work of students exploring the streets of Rome. Each card in this project thus aims to build an archive of images and texts that collects, tells and preserves the collective memory of spaces and people, describing from a precise point of view this particular historical moment. More than 1,200 cards have been produced and the project will continue with the same goal, to answer the question: 'How do young people dress in Rome?' (fig 11).

Fig. 8. Spreadsheet for data extraction and a portion highlighting entries on age, gender, neighborhood, and partial information on clothing items. Designed by A. Milan and M. Sabato. Compiled by A. Milan, F. Rebecchini, and M. Sabato.

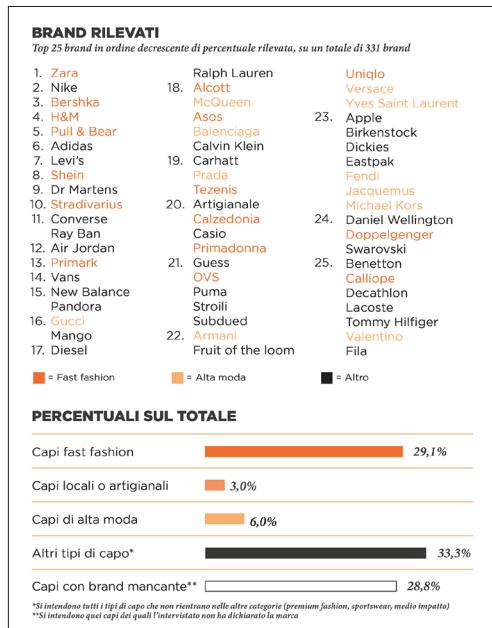


Fig. 9. A. Milan and M. Sabato, graphics offering a list of the most worn brands, 2024.

Fig. 10. A. Milan and M. Sabato, graphic proposing a list of the most curious objects found in the survey cars, 2024 (drawings by F. Rebecchini).



## ROMAN LOOKBOOK

*Fashion Survey*  
Modulo per il rilievo dei look

Quartiere: FLAMINIO  
Via: PONTE DELLA MUSICA  
Data: 05/05/23 Ora: 21:30

Nome Rilevatore:

Alice Milan

Età soggetto: 19

Testa:

- COLLANA CON PERLINE SHEIN

Busto:

- GIACCHETTO BERSHKA NERO  
IN ECOPELLE

- BORSA PRIMADONNA IN  
VELVETTO NERO E PAILLETTES

- VESTITO NERO SHEIN

Gambe:

Piedi:

- STIVALI ECOPELLE NERI  
ASOS

Altri commenti

(segni particolari/underwear/accessori/gioielli/  
tecnologia/tatuaggi/pet):

- ORECCHINI PENDENTI SHEIN

- 3 ORECCHINI ACCIAIO CHIRURGICO

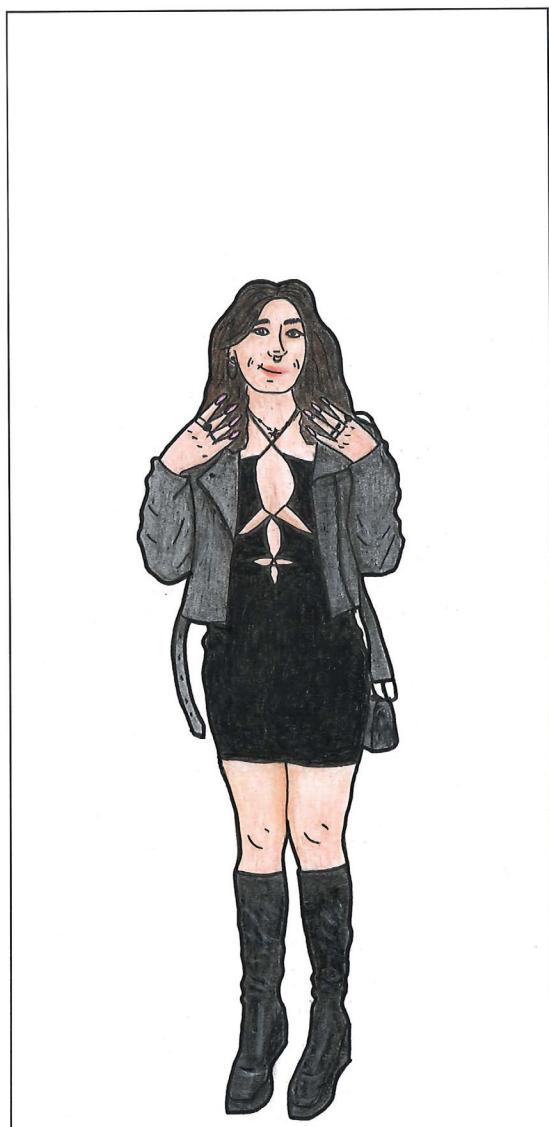
- ORECCHINO CERCHIETTO ARGENTO

- 2 ORECCHINI ORO BIANCO CON  
DIAMANTI

- ORECCHINO CON FARFALLINA

- SEPTUM IN ACCIAIO

- 8 ANELLI, PANDORA, SHEIN  
E SORPRESA UOVO DI PASQUA



Questa scheda è stata sviluppata per un fashion survey relativo al corso di Illustrazione di Moda di Sapienza Università di Roma, AA 2022/2023, Corso di Laurea in Scienze della Moda e del Costume. Docente: Federico Rebecchini.

Fig. 11. A. Milan, look survey card, 2023.

### Notes

[1] Niccolò Berretta was a guest lecturer for the course in April 2023, in which he spoke about his project and revealed anecdotes and background related to it.

[2] The term 'lookbook' is not used here in its traditional sense as a visual presentation of a brand intended to showcase a collection of clothing and accessories accompanied by styling proposals. Rather, following the approach suggested by the subtitle of Berretta's book, the *Roman Lookbook* is conceived as an extended catalogue of Roman youth fashion expressions, highlighting their diversity and potential. Rome is portrayed as a composite 'brand', a multifaceted, ever-evolving trend.

[3] Curated by Emanuela Chiavoni, Giulia Pettoello, Giorgia Potestà, and Federico Rebecchini.

[4] Both the exhibition and the booklet were curated by Alice Milan, Federico Rebecchini, and Marco Sabato.

[5] The term 'high fashion' ('alta moda' in Italian) is used here to refer to all brands belonging to a high price range, identified either currently or in the past, as *haute couture*. Occasionally, *prêt-à-porter* brands operating within the realm of high fashion have also been included.

#### Reference List

- Aoki, S. (2006). *Fresh Fruits*. London: Phaidon.
- Barthes, R. (1990). *The fashion system*. Berkeley: University of California Press.
- Berretta, N. (2021). *Roma Stazione Termini: Lookbook 2009-2021*. Rome: Drago Publishing.
- Eijkelboom, H. (2014). *People of the twenty-first century*. London: Phaidon Press Limited.
- Gill, T. (1996). Wajiro Kon, Modernologist. In *Japan Quarterly*, n. 43(2), pp. 198-207.
- ICY KOF. (2021, November 24). *What people are wearing in Rome? ITALY*. [Video]. YouTube. <https://youtu.be/bsypjkBApk>.
- Jobling, P. (2016). Roland Barthes: Semiology and the Rhetorical Codes of Fashion. In Rocamora, A., Smelik, A. (a cura di) *Thinking through Fashion. A Guide to Key Theorists*, pp. 132-148. London: I.B.TAURIS.
- Kon, W., Kuroishi, I. (2015). Selected Writings on Design and Modernology, 1924-47. In *West 86th: A Journal of Decorative Arts, Design History, and Material Culture*, n. 22(2), pp. 190-216. <https://doi.org/10.1086/685870>.
- Mohajer Va Pesaran, D. (2015). From Wajiro Kon to Fruits Magazine: Tokyo street fashion culture's imprint on collective memory. In Polimoda (a cura di). *Momenting the Memento Polimoda. Conference Proceedings 2015 Momenting The Memento*. Firenze, May 14-15, 2015, pp. 51-56. Florence: Edizioni Polistampa.
- Polan, J. (2019, December 19). *Every person in New York*. <https://everypersoninnewyork.blogspot.com/>.
- Sander, A. (2003). *Face of our Time*. Munich: Schirmer/Mosel Verlag GmbH.
- Sander, A. (2013). *August Sander: People of the 20th Century*. Munich: Schirmer/Mosel Verlag GmbH.

#### Author

Federico Rebecchini, Sapienza Università di Roma, federico.rebecchini@uniroma1.it

To cite this chapter: Federico Rebecchini (2025). Roman Lookbook: an Anthropological and Visual Investigation of Urban Youth Fashion. In L. Carle-varis et al. (Eds.), *èkphrasis. Descrizioni nello spazio della rappresentazione/èkphrasis. Descriptions in the space of representation*. Proceedings of the 46th International Conference of Representation Disciplines Teachers. Milano: FrancoAngeli, pp. 3239-3258. DOI: 10.3280/oa-1430-c923.