

«LONTANO IN FONDO AGLI OCCHI», UNA STORIA DA VEDERE

Alberto Crespi

Il cinema italiano è pieno di storie strane. Quella di «Lontano in fondo agli occhi», opera prima di Giuseppe Rocca, inizia addirittura nel 1991, quando una sua sceneggiatura vince il premio Solinas. Narra l'infanzia di un bambino nella provincia napoletana degli anni '50, sicuramente un'idea poco commerciale, ma che dal Solinas all'arrivo nelle sale sono passati dieci anni è davvero paradossale. E chissà che fine avrebbe fatto il film, se nel 2000 la Settimana della Critica non l'avesse invitato a Venezia - unico titolo italiano della sezione riservata ai debuttanti - dandogli merita visibilità. Ora il film, distribuito dalla Thule, arriva finalmente nel cinema «geopoliticamente» più giusto (il Modernissimo di Napoli, dove rimarrà fino al 6 luglio) e speriamo

che da lì possa raggiungere altre piazze. Va detto che nel frattempo, dopo Venezia, ha fatto il giro delle sette chiese, pardon, dei settanta festival: è stato a Oporto, Los Angeles, Pescara, Sulmona, Grosseto, Villerupt, Pozzuoli, Angers, Austin, Buenos Aires e Melbourne, e se un elenco in cui il Texas incontra la Maremma vi sembra buffo sappiate che esistono fior di film che campano così: passando da un festival all'altro, vincendo premi e incontrando se non altro il pubblico dei cinefili e degli addetti ai lavori. Siamo in un'imprecisata cittadina dell'entroterra napoletano, durante le feste natalizie del '54. Un bambino vive in un mondo caldo, raccolto, esclusivamente femminile: lo circondano la mamma, la nonna, numerose zie,

la maestra e la servetta Rafilina, per la quale prova i primi sintomi del desiderio. Il padre è lontano: il suo arrivo è continuamente annunciato (per il terrore del piccolo, che teme di essere cacciato dal lettone materno) e regolarmente smentito. L'amore, chiamiamolo così, per Rafilina è messo in crisi dal rapporto di lei con il bullo del paese, che il bimbo tenterà di avvelenare. Nell'arco di un'ora e mezza, il film mette in successione le scene da un'infanzia, in un'epoca in cui non esiste la televisione e l'Italia è ancora un paese pre-moderno, quasi arcaico. «Lontano in fondo agli occhi» è un film realistico per chi ha più di 50 anni; per i giovani di oggi, è un'opera in costume, quasi fantascientifica. La forza del film, narrativamente esile, è tutta nello stile:

Rocca spiega che «è stato pensato in bianco e nero, e pur essendo a colori si è negato molte cose»; il suo direttore della fotografia Antonio Grambone ha prosciugato le scene arrivando a tonalità seppia che richiamano, quasi «desiderano» il bianco e nero. La memoria di De Sica e di «Amarcord» fa capolino, accanto a una spiccata sensibilità per un'infanzia sensuale, in cui persino la religione opprimente è fonte di pulsioni erotiche. L'uso della musica, e certe scene da presepe vivente, fanno pensare a un altro modello illustre e dimenticato, il Giannini di «Carosello napoletano». Il bambino è Andrea Refuto, esordiente, molto bravo. Nel cast di sconosciuti, un po' diseguale, spiccano due ospiti d'onore come la maestra Milena Vukotic e la suora Marina Confalone.

taccuino

POLVERIGI IN FESTIVAL

Dal 7 al 14 luglio va in scena a Polverigi (An) la 26esima edizione del festival dedicato alle nuove frontiere del teatro.

FESTA DELL'UNITÀ

Il 7 luglio a Cerea, (Vr) alla Festa de L'Unità ci sarà il raduno dell'«Unione delle Tribù», composta dalle band dei Tupamaros, Gang, Marmaja, La Rosa Tatuata, Groovers, Ratoblanco, Mirafiori Kidz e Gruppo Spontaneo di Musica Moderna.

primefilm

l'Unità
ONLINE

nasce
sotto
i vostri
occhi ora
dopo ora

www.unita.it

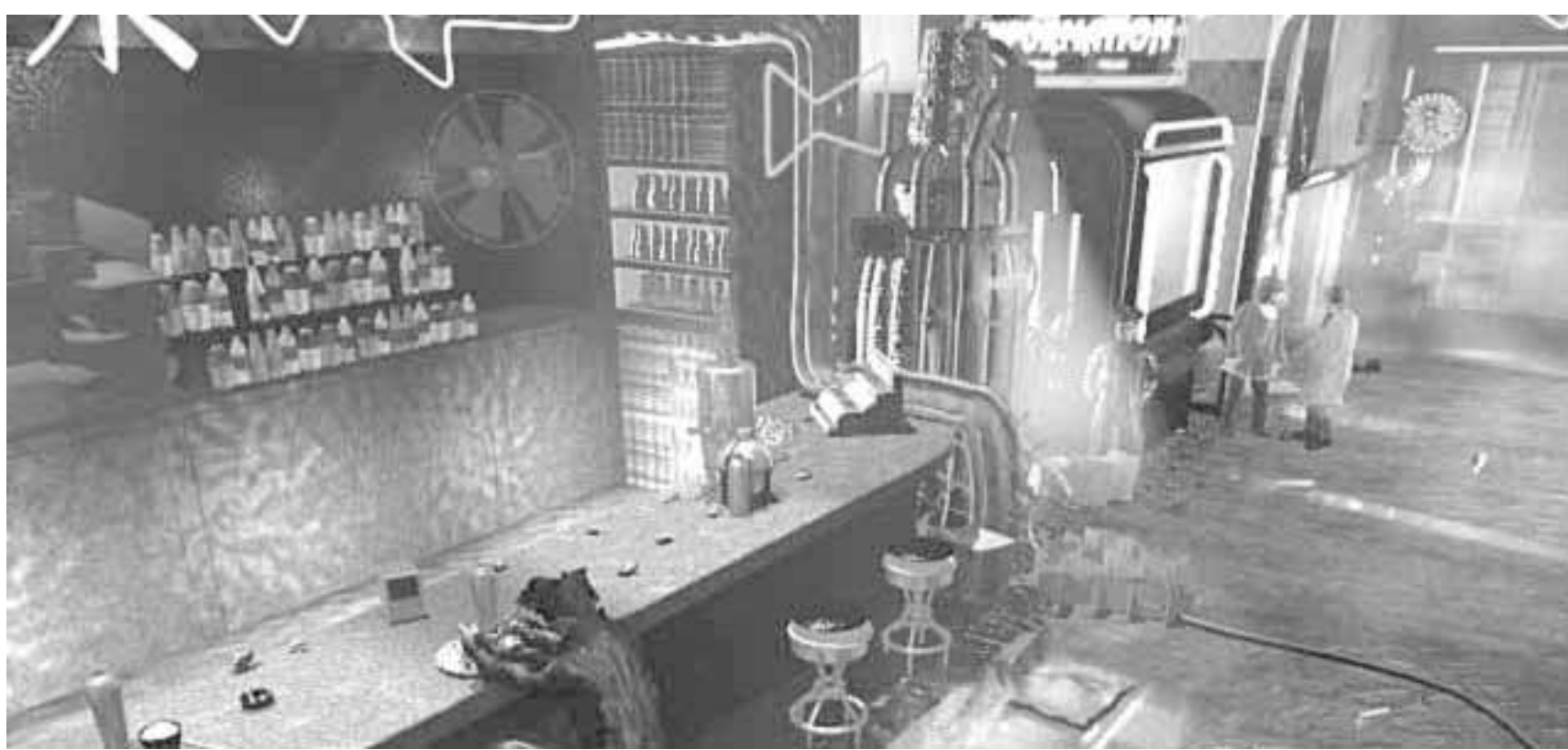
in scena

teatro | cinema | tv | musica

l'Unità
ONLINE

nasce
sotto
i vostri
occhi ora
dopo ora

www.unita.it



Il celebre bar di «Blade Runner». Nella foto in basso il coreografo Bob Wilson

Gianluca Lo Vetro

MILANO Per la chill out generation che avanza in nome del relax, consumando soprattutto emozioni, nasce la nuova categoria di ritrovi «spettacolarizzati». Dove al classico design si aggiunge il valore della messa in scena che trasforma il vecchio ritrovo in teatro, film, video, richiedendo l'intervento di un professionista del settore. Mentre, in queste nuove quinte del divertimento, da passivo consumatore, il cliente diventa attore di un viaggio tra i cinque sensi.

Il fenomeno è iniziato con Philippe Starck il più visionario degli architetti che ha reinventato pub, alberghi e ristoranti di tutto il mondo con una logica del sorprendente che trasformasse ogni angolo del locale in colpo di scena. Come esempio per tutti, i vespasiani dell'hotel Paramount di New York, dove un gioco di specchi riflette e ingigantisce chi sta facendo i propri bisogni, spettacolarizzando anche i momenti più privati.

Basata su luci, video e proiezioni e ribattezzata «architettura delle emozioni», questa scuola di pensiero ha fatto moda in tutto il mondo, generando un fenomeno del fenomeno. Già, perché se il locale deve essere uno show, per logica conseguenza si chiama a farlo un professionista dello spettacolo.

Così, il coreografo Bob Wilson è stato ingaggiato dal gruppo tedesco di hotel a cinque stelle Seaside. Missione: ideare con Matteo Thun e lo studio Stormer, il Side di Amburgo. «Un esercizio - spiega il manager dell'operazione Gregor Gerlach - che oltre a svolgere la funzione di hotel, funzionasse anche da ritrovo della chill out generation che si dà appuntamento all'ora dell'aperitivo nei distensivi lounge bar».

Insomma, l'interfaccia tedesca dell'hotel Costes e del Buddha Bar di Parigi o dell'Hudson appena aperto a New York, sempre su disegno di Philippe Starck.

Il ruolo di Wilson in questa pièce architettonica? «Trasformare l'atrio che raccorda il bar e il ristorante - risponde il coreografo - in un'esperienza spaziale e in un continuo divenire di emozioni». Così, ciò che un tempo era una trascurabile area di transito, è diventata una mirabile sequenza di luci: un cavedio di 7 livelli per 24 metri d'altezza, interamente rivestito di cristalli opachi. Dietro di essi, un gioco computerizzato di neon che cambia colore in base all'ora e al clima del giorno.

Tendenze

Il tuo bar è uno show

Hall, caffè, locali pubblici: registi e coreografi li trasformano in scene emozionanti ad uso della cosiddetta chill out generation

«Obiettivo - spiega Wilson - interagire con la sfera emozionale dei clienti per metterli nello stato d'animo migliore, usando gli stessi mezzi con cui in teatro si caratterizzano i soggetti dei personaggi in scena. Primo fra tutti, il sistema di luci in relazione alla cromoterapia».

Certo, questa svolta complicherà e non di poco la vita dei gestori degli esercizi pubblici. Ma l'evoluzione in tal senso sembra inarrestabile. Nel suo nuovo e polivalente Emporio di via Manzoni a Milano, Giorgio Armani ha aperto un ristorante Nobu con lounge bar. E non a caso per questa operazione ha fatto società creativa con Robert De Niro, studiando insieme al genio del cinema, ogni minimo dettaglio. Compresa la disposizione delle pietanze sui piatti. Che ormai assomigliano a installazioni, più che a portate.

La spettacolarizzazione dei ritrovi è arrivata sino in cucina? «Non c'è dubbio», replica Carla Sozzani, che col suo 10 Corso Como Cafe di Milano si è

conquistata sul *New York Time* il titolo di inventrice del «bello da mangiare». «Potrebbe sembrare un contraddizione in termini - commenta la signora - ma questa locuzione rivela il nuovo modo di consumare all'insegna di una fusione dei sensi. Perciù, l'aperitivo, la cena o il drink dopo cena devono costituire anche un'esperienza auditiva e visiva. Meglio se d'autore».

Ormai lo show è entrato addirittura nelle strutture portanti dei locali. Il regista Peter Greenway e il suo storico tecnico luci Reiner Van Brummelen sono intervenuti nello scheletro del Marino alla Scala Cafe aperto di recente dai Trussardi sulla storica piazza milanese. Le colonne portanti del locale in puro stile déco sono state ricoperte di vetro e retro-illuminate da un movimento di luci che via computer, segue e riprende in tempo reale dettagli e particolari dei video trasmessi su un totem di schermi al plasma.

Che fine faranno i tavolacci da osteria?



«Aria, acqua, terra e fuoco. I quattro elementi basilari della vita per una macchina spettacolare complicatissima nella sua estrema semplicità». È la formula su cui si basa la messa in scena realizzata da Reiner Van Brummelen: mago delle luci cinematografiche di Peter Greenway che insieme al regista ha trasferito il suo talento nello studio del Trussardi Cafe. Il lounge bar della nota maison di moda, appena aperto nel palazzo Marino alla Scala nel cuore di Milano.

«L'idea di partenza del progetto - racconta l'artista - era quella di un luogo dove si consumassero emozioni, oltre che cibi e bevande. Perché, oggi le nuove generazioni cercano e premiano le sensazioni. Forse per reazione all'eccesso di beni materiali offerti dal mercato. O magari perché la domanda si è fatta più evoluta e sofisticata, chiedendo che anche le cose e gli esercizi abbiano un'anima, un po' più di poesia. Fatto sta che il ritrovo tipo di quest'epoca deve essere spoglio di decorazioni, semplice, rilassante, disimpegnato ma al tempo stesso ricco di messaggi e richiami. Una formula complessa che si può risolvere solo con l'immaterialità suggestiva della luce e delle proiezioni». Così, per il Trussardi Cafe, Brummelen e Greenway hanno studiato un totem di schermi al plasma sul quale scorrono immagini degli elementi primari della vita: il fuoco,

Tutto (comodo) e subito relax e un po' d'assenzio Ecco la Chill-Out-gen.

«Tutto, subito. E comodamente». Secondo gli stilisti Dolce e Gabbana, attenti osservatori dei fenomeni giovanili, sono questi gli imperativi dei giovani d'oggi. Quella nuova leva ribattezzata Chill Out generation. Letteralmente «Chill Out» sta per sgonfiarsi, rilassarsi. E basta ascoltare i discorsi dei ragazzi che intercalano con «un attimino», usando il «mi sono rilassato» come sinonimo di «mi sono divertito», per capire quanto la distensione sia uno tra i nuovi e più ambiti valori.

Come le piazze per i sessantenni, i McDonald per i paninari e i rawe party per gli scatenati, l'incubatrice di questa nuova categoria sociale di 30enni sono stati i lounge bar all'ora dell'aperitivo. Spazi che conciliassero la decompressione dopo lo stress della giornata lavorativa, tra musica fusion e ambienti polisensuali.

Un mix di emozioni in tempo reale per gente abituata ad avere il mondo a portata di Internet e a selezionare un universo di proposte con click.

«Questi luoghi - osserva Gianni Fabri, patron del Paradiso club di Rimini - hanno trasformato il modo di vivere la notte, anticipando l'orario di inizio della serata e invertendo la tendenza dello sbalzo fuori orario. Tanto che anche le discoteche si sono dovute adeguare, allestendo aree soft e distensive: giardini, angoli rilassanti e polivalenti dove il ballo e la musica fossero solo alcune delle infinite emozioni offerte dal nuovo divertimento. Che a immagine e somiglianza del villaggio globale non può più avere confini di razza o di genere».

Non è tutto. La Chill Out generation è diventata il titolo di una fortunatissima serie di dischi giunta al sesto volume. Una antologia delle colonne sonore che scandiscono il rito degli aperitivi, dove si fondono in un sound moderno, musica classica, Callas compresa, ed evergreen come Burt Bacharach e Nana Mouskouri. L'etichetta di

un nuovo genere musicale applicata, a sua volta, a una generazione per la quale relax e comodità sono i requisiti primari di qualsiasi bene di consumo.

Da qui il successo del vino rosso come bevanda da meditazione, ma anche il ritorno dell'assenzio in versione legalizzata e in riferimento alle introspezioni dei poeti maledetti. Nulla a che vedere coi deliri di Verlaine e Rimbaud. Anzi, la Chill Out generation sembra contrarissima allo sbalzo. La sua meta estiva per questa vacanza sarà Ibiza. Ma non l'isola trasgressiva delle discoteche. Bensì, quella dei tramonti al Cafe de Mer: locale culto al calare del sole dal quale ha preso il titolo un'altra fortunata serie di dischi. In alternativa si scoprono i paesaggi del disgelo. A partire dall'Islanda che sta vivendo un boom turistico.

A conferma che la Chill-Out generation indichi la nuova via del costume, la moda della prossima estate lanciata dalle recentissime sfilate di Milano Moda Uomo. Se il marchio Samsonte ha espressamente dedicato a questa generazione la sua collezione semplice e comoda e la prima valigia rigida che al tatto si rivela morbida, Gucci e Dolce e Gabbana, sovrani dell'avanguardia, hanno sorpreso tutti, abolendo ogni eccesso. Molti hanno confuso questa «tranquillità» estetica con un ritorno al classico. «Ma il discorso è un altro - analizzano Dolce e Gabbana - le tendenze esasperate hanno fatto il loro tempo. Sono vissute anch'esse come un'inutile e scomoda complicazione da giovani che vogliono tutto, subito. E comodamente. Da qui la rassicurazione di cose già metabolizzate che ci sono già nel guardaroba: una polo, un paio di jeans, una bella camicia e una giacca ben costruita. Tutte le certezze del passato ricombinate in una fusion contemporanea. Aperta a tutto ma senza più spazi per qualsiasi stress».

g.lo.ve.

miracolo a Milano

Giochi di luce e proiezioni Così ti invento un lounge bar

l'aria, l'acqua e la terra. Per analogia, il locale è stato arredato con i materiali basilari dell'architettura: legno, vetro, ferro. Più, qualche intervento di cuoio come richiamo al marchio di fabbrica e alla specialità moda di Trussardi. Ma c'è di più. Alle immagini dei quattro elementi in programmazione sugli schermi, fanno eco grazie ad un sofisticato sistema computerizzato, i giochi di luce che si accendono sulle colonne portanti della struttura. «Un sistema di rimandi ottici - spiega Brummelen che crea una storia di riflessi e riflettori. Al centro della quale sta un nuovo cliente desideroso di essere protagonista». Ben inteso nulla a che vedere con un certo esibizionismo da Anni '80. «Oggi - incalza Brummelen - più che star e attore, il cliente si vuole sentire attore. Nel senso che non accetta più cose imposte dall'alto ma vuole interagire, come sul suo computer, con realtà vive, sentendosi partecipe di uno scorrimento continuo affine alla navigazione in Internet. Il tutto senza essere notato o farsi notare. Come un regista occulto. Che è il sistema più comodo di esserci senza apparire, agendo ma dietro ad uno schermo e mimetizzato da una password». E ci stiamo con il relax della Chill-Out generation.

g.lo.ve.