

G.A.Z.

GENUINE ANAR *Chic* ZEAL

90'S YOUNG

60's-70's-80's-90's young 4 numeri da collezione

Fashion Up

Superman è morto
Body sculpture
Sex in the city

IN AND OUT

Paoletta
Dj On Air

Culture

Leonardo Giacomo Borgese

Fotografia

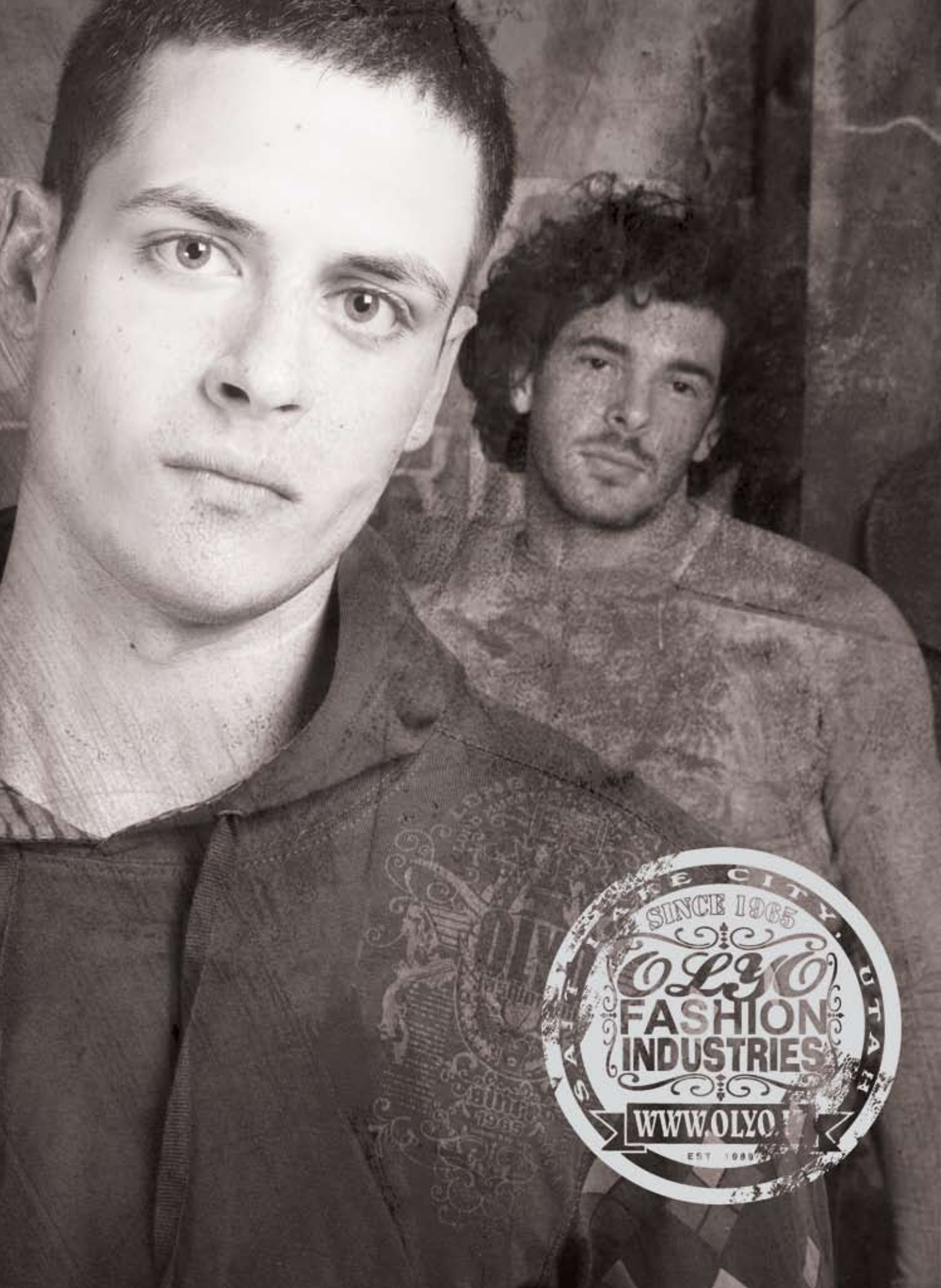
Carla Petretich
Digital - Art

Musica

A tutto 90

FREE
PRESS





LOMBARDIA

Milano, Via Scarlatti, 30 - Tel. +39 .02 .66 98 77 87

Milano, Via Comelico, 3 - Tel. +39 .02 .45 47 98 84

Crema, Via Borgo S.Pietro, 77 - tel. +39.0373 .81 34 8

PIEMONTE

Settimo Torinese, N.C - Via Torino, 118/L - Tel. +39.011.8960868

LIGURIA

Genova, Via delle Eliche, 35/37 - Tel. +39. 010. 30 74 75 0

VENETO

Mestrino (PD), Piazza Mercato, 19 - Tel. +39.049.90 01 56 0

FRIULI VENEZIA GIULIA

Montebelluna (TV), Via Torresan, 14 - Tel. +39.0423.60 97 20

EMILIA ROMAGNA

Casalecchio di Reno (BO), Via Caduti di Reggio Emilia, 12 - Tel. +39.051.75 98 45

TOSCANA

Fiesole Caldine (FI), Via Del Palazzaccio, 5 - Tel. +39.055.83 96 34 2

M.U.A.M

Cepagatti (PE), Via Faiolo, 16/18 - Tel. +39.085.97 49 51 4

LAZIO

Roma, Via Po, 47 - Tel. +39.06.64 78 07 34

PUGLIA

Bari, Via Camillo Rosalba, 38/A - Tel. +39.080.50 46 51 9

CAMPANIA

Napoli, Via G. Porzio, 4 Isola G/1 sc.D int 67/68 Centro Direzionale – Tel. +39.081.75 00 848

CALABRIA

Pellaro, Via Mortara, 45 – Tel. +39.0965.67 11 44

SICILIA

Gravina di Catania, Via Gramsci, 152 - Tel. +39.095.21 11 08

Palermo, Corso Domenico Scinà, 51 – Tel. +39.091.60 14 520

S. Agata li Battiati, Via Gianbattista Vaccarini, 11/C – Tel. +39.095.41 93 420

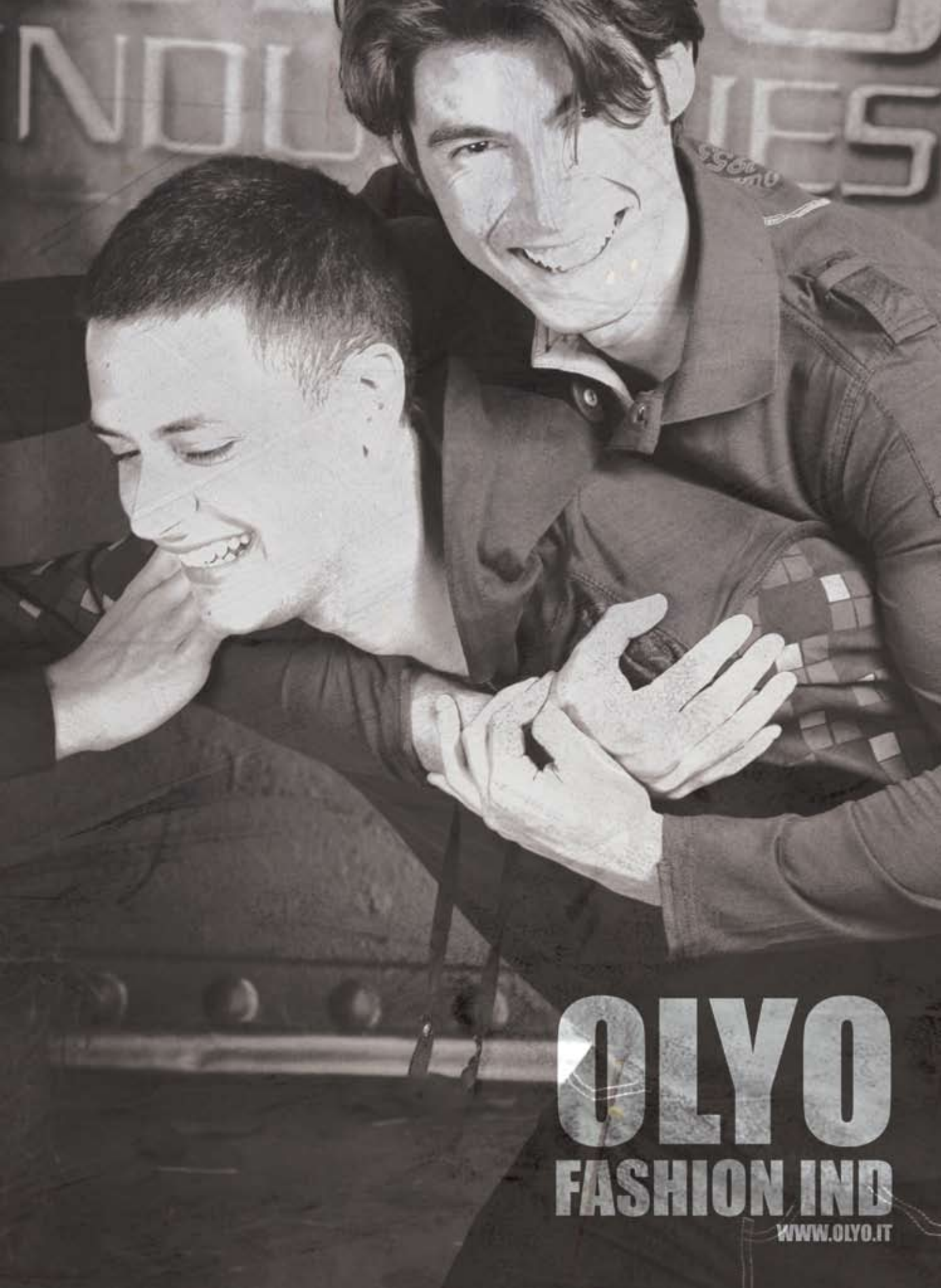
SARDEGNA

Cagliari, Via dei Grilli, 23/A - Tel. +39.070.55 49 02

GRECIA

Thessaloniki, Monastiriou Str. 183 – Tel. +30.23 10 55 01 09

Costumer care Tel. +39.02.67491263



OLYO
FASHION IND

WWW.OLYO.IT

Editoriale

A cura di **Elisabetta Friggi**
Direttore
elisabetta@gazmagazine.net



Caro lettore

Ci siamo! Il quarto numero da collezionare di G.A.Z è pronto.

Con '90 YOUNG chiudiamo un ciclo annuale dedicato ai giovani degli anni 60/70/80/90, per avventurarci in uno nuovo.

L'identità di G.A.Z si è fortificata in questo anno.

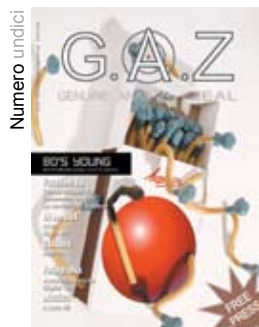
Libera dalle briglie che le riviste specializzate o di settore subiscono, è rimasta fedele alla propria linea editoriale alternativa e pronta a nuove esplorazioni e interpretazioni.

GENUINE: "... io il mio eclettismo me lo gioco tutto in radio: la tv non fa per me. Perché quello che amo veramente è fare la Radio. Da sempre!" DJ Paoletta

ANAR Chic: Un delirio di fantasia per parlare di auto-distruzione della razza umana o semplicemente per comunicare un sorriso riguardo problemi che poi tanto ridere non fanno. Leonardo Giacomo Borgese, l'artista al quale abbiamo dato rilievo in questo numero

ZEAL: "Ho iniziato utilizzando fotografie prese dalle riviste con forme necessarie a raccontare storie, flash di realtà, assemblati come sogni dove il quotidiano diventa magico."
Carla Petretich, fotografia ed arte creano realtà irripetibili

Per richiedere tutti e 4 i numeri da collezionare di G.A.Z , 60/70/80/90 YOUNG invia un'email alla redazione: redazione@gazmagazine.net





In copertina
opera di **Carla Petretich**

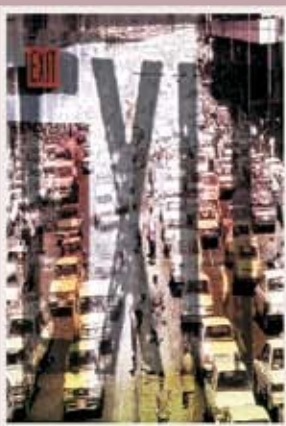
"Consapevolezza"
Leonardo Giacomo Borgese



Il personaggio
Dj Paoletta
Dj On Air



Fotoromanzo:
La panchina con le palle



Spazio fotografia
(promosso da
OLYO fashion industries)
Digital Art Carla Petretich

G.A.Z

GENUINE ANAR *Chic* ZEAL

GAZ FASHION UP

Cracking Art

a cura di Liz

I mille Delfini d'oro appesi in piazza del Duomo a Milano nel 1996, le centinaia di Tartarughe dorate all'interno dei Giardini Biennale di Venezia del 2001, i pinguini rossi disseminati per la laguna e disposti lungo il Canal Grande nel 2005, forme di animali a rischio di estinzione, gabbiani, stelle marine, pinguini irrompono nelle città e in spazi aperti.

"Cracking Art": dall' inglese crack = schiacciare, scricchiolare, spaccarsi, spezzarsi, incrinarsi, cedere, crollare...

"Cracking è il divario dell'uomo contemporaneo, dibattuto tra naturalità originaria e un futuro sempre più artificiale."

"Cracking è il processo che serve a trasformare il petrolio in virgin nafta, base per migliaia di prodotti di sintesi, quali la plastica."

Cracking Art è un movimento fondato da Omar Ronda nel 1993 a cui aderiscono gli artisti , William Sweetlove, Renzo Nucara, Marco Veronese, Alex Angi, Carlo Rizzetti e Kicco con la firma del primo manifesto, definito "del terzo millennio". Lo storico e critico d'arte Tommaso Trini lo stesso anno teorizza in un manifesto programmatico presentato ufficialmente, la filosofia del Cracking Art Group .

1993 è anche l'anno della prima mostra a Milano "EPOCALE" a cura di Tommaso Trini e Luca Beatrice, in cui già si evidenzia un grande impegno sociale ed ambientale e l'uso rivoluzionario ed innovativo di materie plastiche diverse ed evocative di un rapporto sempre più stretto tra vita naturale e realtà artificiale.

L'arte "ironica e dissacratoria", come definita da Philippe Daverio, negli ultimi tempi ha suscitato particolare attenzione della critica d'arte e l'attività espositiva in Italia e all'Estero si è notevolmente intensificata con mostre a Roma, Mosca, Orio Al Serio.

"Ho cercato le origini della vita nella materia più antica dell'universo: il petrolio. Un liquido nero e denso partorito dal ventre caldo della Madre Terra, contenitore organico di tutto il vissuto del pianeta dalle origini ai giorni nostri.

Ho studiato le tecnologie dell'uomo chiamate

"cracking" che trasformano il magma naturale in un derivato sintetico artificiale.

Ho scoperto la plastica, il più moderno e stupefacente degli elementi che un artista può manipolare. Utilizzo oggetti e forme in plastica che evocano o simulano la natura per restituire al petrolio la sua antica e primaria forma e immagine.

Un percorso della vita a ritroso per trovare nella materia la poesia e l'anima dell'arte".

Omar Ronda Capo Spartivento - Sardegna, 20 marzo 1988

Cracking Art - Progetto Filosofico di Omar Ronda



OFF LIMITS

GRUPPO PARAH

Tel. +39 0331.704200 parah.com



ZONA BRERA RED LABEL

www.zonabrera.com

Show Room : **LOMBARDIA** Milano, Via Scarlattini, 30 - Tel. +39.02.66.98.77.87 - Milano, Via Comelico, 3 - Tel. +39.02.45.47.98.84 - Crema, Via Borgo S. Pietro, 77 - tel. +39.0373.81.34.8 **PIEMONTE** Settimo Torinese, N.C. - Via Torino, 118/L - Tel. +39.011.8960868 **LIGURIA** Genova, Via delle Eliche, 35/37 - Tel. +39.010.30.74.75.0 **VENETO** Mestrino (PD), Piazza Mercato, 19 - Tel. +39.049.90.01.56.0 **FRIULI VENEZIA GIULIA** Montebelluna (TV), Via Torresan, 14 - Tel. +39.0423.60.97.20 **EMILIA ROMAGNA** Casalecchio di Reno (BO), Via Caduti di Reggio Emilia, 12 - Tel. +39.051.75.98.45 **TOSCANA** Fiesole Caldine (FI), Via Del Palazzaccio, 5 - Tel. +39.055.83.96.34.2 **M.U.A.M.** Cepagatti (PE), Via Faiolo, 16/18 - Tel. +39.085.97.49.51.4 **LAZIO** Roma, Via Po, 47 - Tel. +39.06.64.78.07.34 **PUGLIA** Bari, Via Camillo Rosalba, 38/A - Tel. +39.080.50.46.51.9 **CAMPANIA** Napoli, Via G. Porzio, 4 Isola G/1 sc. D int 67/68 Centro Direzionale - Tel. +39.081.75.00.848 **CALABRIA** Pellaro, Via Mortara, 45 - Tel. +39.0965.67.11.44 **SICILIA** Gravina di Catania, Via Gramsci, 152 - Tel. +39.095.21.11.08 - Palermo, Corso Domenico Scinà, 51 - Tel. +39.091.60.14.520 - S. Agata li Battiati, Via Giambattista Vaccarini, 11/C - Tel. +39.095.41.93.420 **SARDEGNA** Cagliari, Via dei Grilli, 23/A - Tel. +39.070.55.49.02 **GRECIA** Thessaloniki, Monastiriou Str. 183 - Tel. +30.23.10.55.01.09
Costumer care Tel. +39.02.67491263



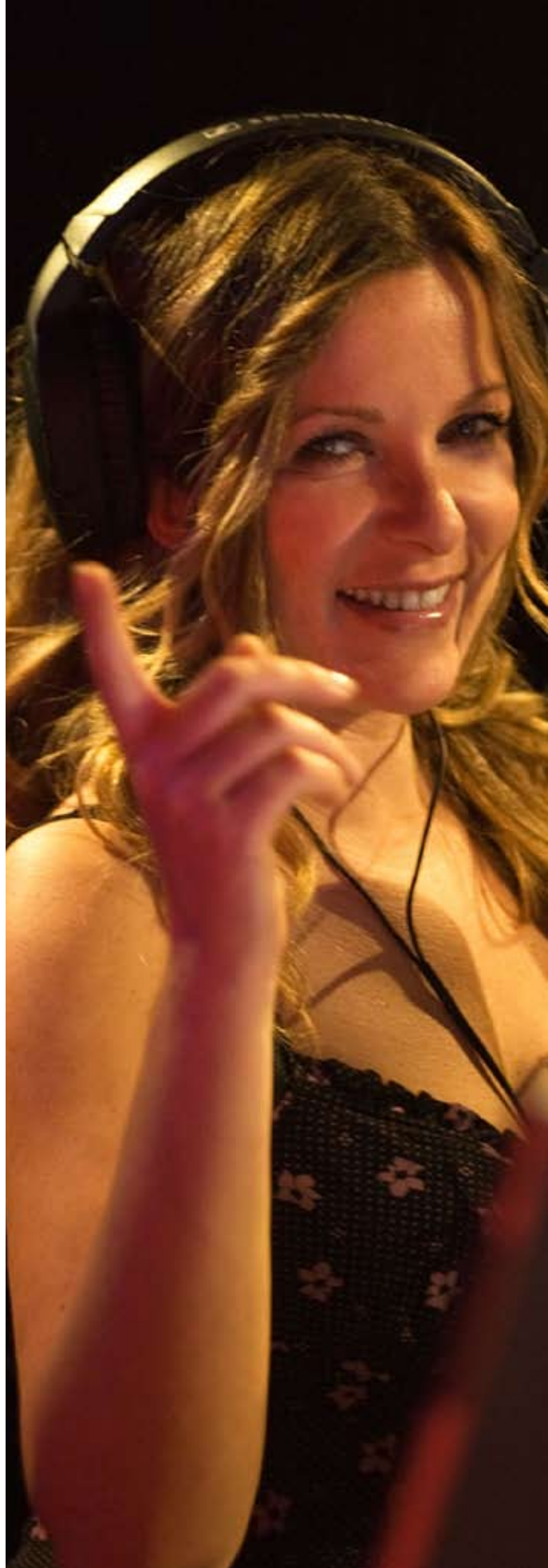
DJ PAOLETTA

a cura di Daniela Ficetola

La partenza è veramente “antica” perché io ho un papà da sempre amante della radio e che in ambito strettamente locale ha fatto il presentatore per feste di carnevale nella provincia di Caserta, a Capua, dove sono nata e cresciuta. Ha fatto la radio per tanti anni, è stato uno dei pionieri in modo amatoriale ma con criterio. Ho avuto questo spirito di emulazione da subito verso il mio papà, quando lo vedevo lavorare mi dicevo : io quello voglio fare. Era quella la direzione che volevo prendere. A 15 anni guardavo tutti i giorni DJ Television prendendo appunti: mi segnavo tutte le canzoni preferite e la mamma mi chiedeva: “ Perché? Perché scrivi?” Io semplicemente rispondevo : “Mamma mi sarà utile per quando andrò in radio”.

E mi è servito molto per crescere, non esisteva internet e i negozi di dischi erano davvero rari a Capua. Esisteva solo radio Capua che trasmetteva principalmente musica napoletana che io non amavo molto.

Ho partecipato ad un concorso a Radio Kiss Kiss che all'epoca era una radio piccolissima regionale dove mi fecero scrivere una storia accompagnata da canzoni che dovevo scegliere io. La più bella sarebbe stata letta dall'autore stesso in diretta. Io vinsi il concorso e lessi questa lettera con una voce improbabile. Incontrai un mio amico che faceva radio a Capua che sentendo la mia voce ne era rimasto affascinato e mi chiese se volevo fare un programma. Io non avevo il coraggio di dirgli che a me non interessava tanto parlare quanto mettere i dischi: io volevo fare la DJ. Sono quindi entrata in radio ricoprendo una figura più tecnica. Poi una parolina alla volta finalmente ho cominciato a parlare e ho iniziato a condurre questa trasmissione dall'85. Durante le superiori ho condotto ogni domenica questo programma... neanche la pioggia radioattiva di Chernobyl mi fermò. Ci tenevo tantissimo alla mia domenica in radio, nulla, neanche i rimproveri dei miei genitori spaventati dalla radioattività di quell'evento, poterono fermarmi. Così sono andata avanti fino a quando ho preso la maturità. Poi sono andata a Napoli per fare l'università, che mi interessava



poco, era più che altro una scusa per avere la possibilità di entrare in una radio di Napoli.

Ho mandato una cassetta a Radio Marte Stereo ovviamente mi hanno scartata ma hanno fatto un errore che mi è servito da trampolino di lancio. Sul palinsesto invece di scrivere il nome della persona scelta hanno scritto il mio e hanno mandato in onda la mia cassetta registrata.. Chiamai in radio per ringraziarli e per chiedere informazioni a riguardo. Parlai proprio con il direttore artistico che non aveva il coraggio di dirmi che mi avevano scartata allora mi fecero andare a trasmettere una domenica pensando che sarei stata una chiavica e che poi me ne sarei dovuta andare. Invece sono andata la domenica successiva e mi hanno tenuta per qualche mese. Io già guardavo oltre pensando a Kiss Kiss. A cui passai dopo poco lavorando con Roberto Pellecchia. Ma io già pensavo oltre: miravo a Milano . Nel 90 passai da Kiss Kiss a Radio DeeJay dopo aver mandato una cassetta con lettera su carta di Mordillo annessa. La cassetta la sentì Jovanotti in persona che chiese a Caudio Cecchetto di farmi fare un provino. Il giorno dopo mi chiamarono per fare il provino. Per me stare lì nel mio sogno e vedere tutti i miei idoli tutti in una volta tutti insieme era da febbre. "Ti devi trasferire a Milano tu dalla prossima settimana sei in onda." E' una frase che non dimenticherò mai. Dalle 10 a 12 ero in coppia con Linus.. per me era il massimo.

Ho scelto DeeJay tra tutte perché volevo venire a Milano e lavorare in un network e DeeJay era veramente giovane, un'esplosione negli anni 90.

Nasceva la moda dei dj nei locali come special guest. Ed era sconvolgente all'inizio perché arrivavo nei locali stracolmi e la gente si aspettava da me musica adatta alle femminucce...io usavo la tecno e la hard house.. io li spetteinavo tutti quei poveretti! Non ero la classica mascolina aggressiva ma una vera donna con le tette e la minigonna che pompava musica vera. All'inizio ho fatto fatica a conquistarmeli. Poi ho acquistato sicurezza in me e ho imparato a mettere dei pezzi più facili all'inizio per poi andare a crescere. Ho suonato nei locali dal 90 fino al 2006 quando sono passata a 101. In 16 anni ho suonato ogni fine settimana.

Poi sono passata a 101 perché volevo lavorare nel quotidiano e per due anni ho cercato di adattarmi ad una realtà che però era troppo lontana da me. E così ora eccomi qui a RTL...dove finalmente posso dire di essere a casa. Il gruppo di lavoro è per me sia una grande famiglia che un'importante azienda ed è pazzesco come questo si percepisca poi nell'equilibrio che si respira. E stando bene sul lavoro si riesce a dare il massimo.

Con i colleghi in generale ho sempre avuto rapporti





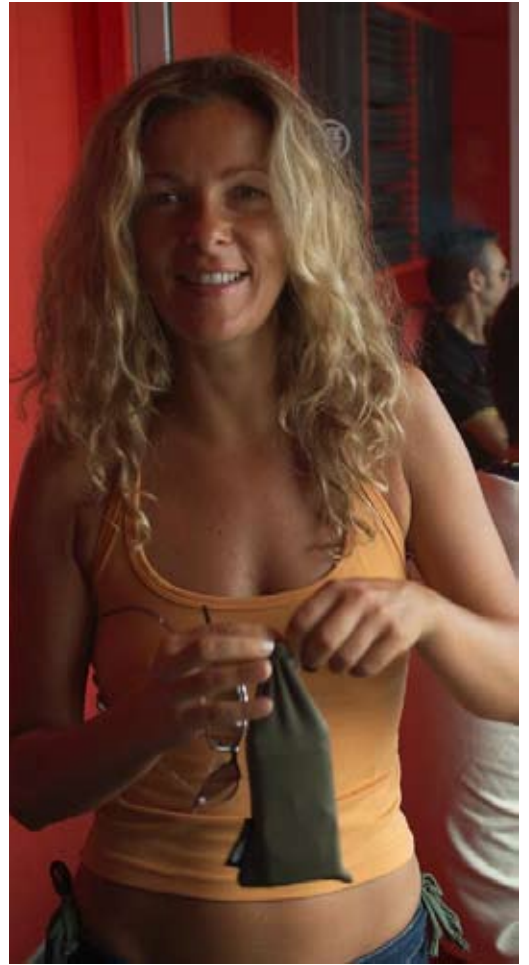
ottimi. Ora lavoro col Conte Galè che è una persona eccezionale. Mi piace dire che è una persona che ha garbo. E ce ne sono poche in giro! Io la mattina mi alzo leggo il giornale e scelgo la notizia di cui parlare con lui in onda. Poi lui pensa a condirla con la sua ironia. Riusciamo quindi a comunicare con irriverenza parlando di gossip e non solo. Mi accorgo di quanto sia cambiato il modo di fare Radio. La comunicazione è al centro di tutto, non si raccontano più le vite degli artisti o se si fa è in modo marginale. Ora noi DJ sposiamo la causa della radio, la sua filosofia, la sua direzione. Seguiamo la sua programmazione e ne costruiamo attorno la giusta comunicazione.

Ma è la legittima evoluzione del media questa...non potrei pensare di fare ancora il lavoro che facevo a Radio Capua. La radio è diventata di contenuti...e la musica si racconta. E poi credo che ormai una radio debba scegliere una direzione che la caratterizzi e i Dj servono a rinforzarla, seguendola.

Invece credo molto nel rapporto tra radio e internet che è un mondo che io ho scoperto relativamente tardi. Sono rimasta senza fare radio per due mesi

e mezzo nel passaggio da radio 101 a RTL e aprire un blog mi è servito come tramite con i miei fan. Nato come un diario ora è diventato un punto di incontro, con tanto di inciuci, raduni almeno una volta al mese. Ho organizzato incontri reali con la gente che mi seguiva e continua a farlo e questo è umanamente incomparabile. Abbiamo fatto una gita in Alto Adige dove avremmo dovuto fare una fiaccolata. A causa delle valanghe non ci hanno permesso di usare il gatto delle nevi per portare in cima dei ragazzi disabili. Loro sarebbero dovuti rimanere in hotel mentre noi ci facevamo la fiaccolata? Neanche morti. Muniti di ciaspole li abbiamo trainati noi sulle slitte. Non esiste più quella distanza che la serata in discoteca creava sia fisicamente, perché eri dietro ad una consolle sai a livello comunicativo. Il mio blog ha creato una community davvero speciale di persone che ora si incontrano anche al di là dei raduni che organizzo. La casa rosa ma oramai è un vero e proprio condominio! Il rapporto con il pubblico è fondamentale ma non mi piace definire ascoltatore la gente che mi segue...sono persone punto e

basta...con le quali poter comunicare. Certo di esperienze spiacevoli ne sono successe con i fan! Nel '96 facevo una trasmissione di notte e quando alle 4 tornavo a casa trovavo sempre un bigliettino minatorio sulla porta. La polizia non avvistò mai il persecutore ma una sera lo beccai io e vidi che entrava nel portone accanto al mio. Poi più nulla. Un'altra volta un ragazzo continuava a mandarmi lettere di gelosia chiedendomi il perché io non volevo più parlargli. Arrivò anche sotto casa mia a implorarmi di parlare. Io gli parlai...ed era proprio fuori. Pensava che io l'avessi lasciato. Povero...mi fece riflettere sull'influenza che hanno i media sulla gente...figurati su chi ha problemi del genere. Noi comunichiamo e lo facciamo a milioni di persone dobbiamo essere in grado di saperlo fare e di cercare di capirne le conseguenze. Io cerco sempre di documentarmi il più possibile, di leggere, di essere curiosa di tutto. Fare questo mestiere vuol dire mettersi continuamente alla prova. La competizione non esiste se non la si crea. Tutto sta nel capire le proprie potenzialità e confrontarle ad un ipotetico collega. Io spesso mi chiedo : perché dovrebbero prendere me per quella trasmissione? Cosa posso dare che ancora manca. E allora poi ci lavoro sopra. C'è chi vive l'evoluzione passando da un media ad un altro e passa in TV e ci si trova bene...io il mio eclettismo me lo gioco tutto in radio: la tv non fa per me. Perché quello che amo veramente è fare la Radio.. Da sempre!





Sex in the city

a cura di Daniele Dramisino

Siamo a New York; il millennio giunge al termine e quello nuovo è alle porte con le sue scoperte futuristiche e le nuove situation comedy.

Il sesso diventa ogni giorno di più un enorme tabù, intoccabile e innominabile. Dove sono finiti i vari peace and love dei vecchi anni '70? Ora nelle tv di tutto il mondo entrano in gioco le ragazze più glamour di Manhattan, le più sexy, le più cool; a far rinascere il sesso come stimolo quotidiano ci pensano loro; c'è Carrie, autrice della rubrica del costume metropolitano sul New York Star, e ovviamente gran fashionista!! Al suo fianco ronzano come api la mangia uomini da combattimento Samantha, la perfetta Charlotte che sogna un matrimonio a livelli maniacali e Miranda, avvocatessa dai capelli rosso fuoco e humor tagliente.

Gli argomenti sono due. Sesso. New York. L'uno rappresentato attraverso sei serie di scorpacciate di uomini, di relazioni fuori dal comune alla ricerca dell'uomo perfetto che, a quanto pare, non esiste; l'altro sottolineato da sei stagioni di sfilate delle più grandi marche, sui corpi provocanti di queste quattro amiche per la pelle, che vagano per la city raccontandosi i particolari più piccanti senza badare alle male orecchie, perché tanto signori, siamo a New York; "Avere un guardaroba da urlo e anche dei soldi per vivere è un inalienabile diritto di ogni donna", dice giustamente la nostra splendida protagonista.

"Si può cambiare per amore?", "Meglio single?", "Esiste l'uomo perfetto? E la donna perfetta?", domande, queste, che tormentano la testa di Carrie nella vita e nella rubrica più seguita dalle donne di una metropoli dove tutto è possibile, dove tutto è chic e dove tutto è o in o out! A partire dalla prima inquadratura del serial in cui Carrie indossa un tutù da 5 miseri dollari acquistato in un negozio vintage (ma non per questo fuori moda), all'abito di Versace dell'ultimo episodio valutato invece ben 79000 verdoni!! Con una media di 11 milioni di spettatori, 8 Golden Globe vinti su un totale di 24 candidature nel corso dei sei anni di registrazioni e 7 Emmy, Sex and the City si aggiudica il titolo di serial più glamour della storia delle sit com; e il merito va

tutto a queste fantastiche quattro ragazze dai caldi umori, dalle scarpe tacco 12, le borsette di pelle di cocodrillo e le acconciature ultra pirotecniche sfoggiate con gran stile, nella perenne primavera di una "grande mela" dove non piove mai.

Io dico che chiunque dovrebbe guardare, studiare e prendere spunto da questa grande serie tv americana perché c'è davvero da imparare sulla pratica del sesso e dell'amore come forma e fonte di vita quotidiana! Dico che c'è da rubarne lo stile ed il comportamento. Dico che Sex and the City è la bibbia del sesso, dei rapporti umani tra uomo e donna, quelli più difficili, più nascosti nell'intimo; e dico al diavolo i tabù!

Dico sex... sex... sex.. per tutte le city del mondo!!

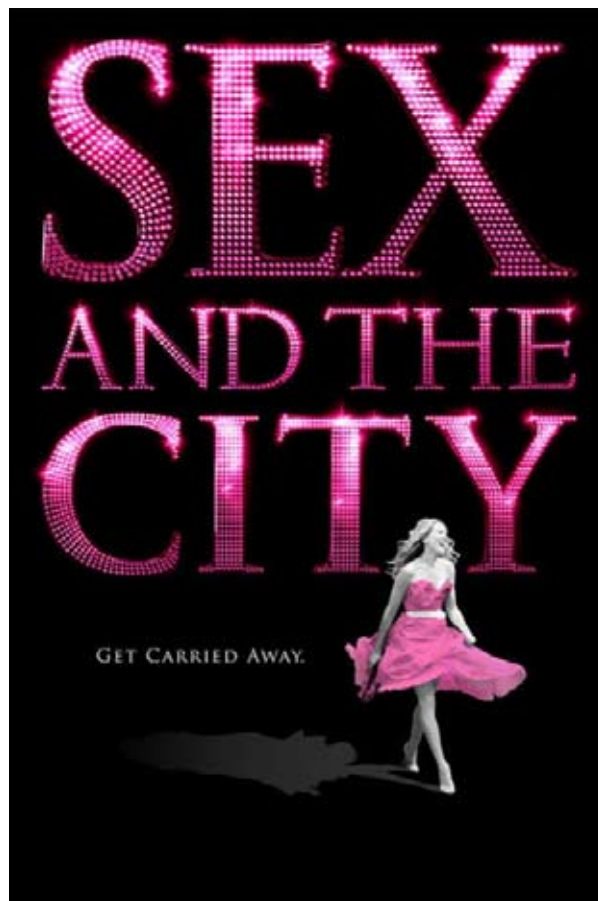




Foto: Emanuele Sironi

ZONA
BRERA
RED LABEL

www.zonabrera.com

GAZ FASHION UP

Lara femme cyberfatal

a cura di Michele Zasa

Quel maledetto Pierre Du Pont per poco non le piantava una pallottola nella coscia!

Lo ammetto rischiai la vita per lei, ma ne valeva la pena! Era Lara Croft femme cyberfatal! Dapprincipio non mi fu molto simpatica. Mi dissi: "Questa Lara con tette da pin up e culetto da pattinatrice di drive in, dovrebbe fare la spogliarellista e non impugnare pistole!". Ma quando lei con un colpo di macete recise la testa ad un serpentaccio peruviano che mi stava stritolando, cominciai a ricredermi! Alcuni mesi dopo eravamo sulle cime innevate del Monasterion, il sole non si era ancora inabissato nel mare e...già mi ritrovavo tra le mani il suo body in Lycra verde, il suo sprizzante reggiseno, quegli shorts che sapevano di giungla. L'avventura era cominciata! Quello stesso giorno ripudiai per sempre il vecchio Indiana Jones. In realtà non se ne poteva più dell'eroe macho con tanto di mustacchi e fruste, vociona super ormonale, barba incolta e petto villosissimo. La nostra nuova leggenda si chiamava Lara Croft. Era un fiore virtuale sbocciato dagli anni Novanta! Milioni di spasimanti cadevano ai suoi piedi. Il 90% dei mariti italiani si dichiarò disposto a tradire la moglie seguendo Lara nelle sue spericolatissime avventure. Parate, schivate, salti nel vuoto, sparatorie sui templi Maya... ma se c'era qualcosa di veramente micidiale quelle erano le curve di Lara. Novanta Sessanta Novanta! Che misure prorompenti! Pazzi per Lara scendemmo sul campo di battaglia: il Tomb Raider. Ma del Raider non si curò nessuno; tutti pensammo solo al... "Tromb". Non per niente i Croft-fans preferivano la playstation detta "Sega"! E non era un caso che Lara prima di scoprirsi appassionata di avventura aveva preso una laurea in "lingue"!

Da mattina a sera si smanettava con rapidi movimenti di polso alla conquista di nuovi e più audaci livelli e Lara era sempre lì temeraria e dolcissima! Impensabilmente bella! Sconfiggeva animali mostruosi, risolveva enigmi mortali, ma aveva anche una carezza delicatissima! Le donne insorsero indignate contro quest' amazzona virtuale che rubava ai loro fidanzati orgasmi virtuali e cibernetici godimenti. Quanti...diciamo così...



"joystick" vibravano e sussultavano di piacere per Lara! Quanti "medipack" si trastullavano davanti ai flessuosi piegamenti ed alle estensioni pettorali di Lara! Mogli e fidanzate si armarono e corsero ai ripari. Nacque il più famoso movimento anti-Lara degli anni Novanta. Erano le Lorene Bobbit. Il loro motto era: "O tagli con Lara Croft o te lo taglio!" A me scapolo impenitente piaceva pensare che Lara fosse solo mia e così trascorrevi notti lunari accanto a lei. Ci amavamo tra un sorso di whisky ed un pezzo di cobra alla brace! L'ultimo coyote ululava alla luna il suo canto. Lara tirava fuori i suoi "Uzi", dava una carezzina alla sua USP Match ed erano scintille. Laggiù sulle sponde sacre del Vilcanota mentre nell'arcano buio gli Incas stavano ad ascoltare.



Made in Italy



Superman è morto

a cura di Irene Roghi

Per essere precisi, Superman è morto nel 1992. Risale a quell'anno, infatti, la storica decisione della DC Comics, la casa editrice del fumetto, di eliminare "fisicamente" una delle principali icone per la popolazione americana, e non solo.

Chi, a suo tempo, tentò in ogni modo di impedire il tragico evento si appellò proprio al carattere sociale del personaggio, ormai un eroe pubblico e non una proprietà privata di una casa editrice: un po' come se la Disney avesse proposto di uccidere Topolino, per intenderci. Ma il progetto venne portato avanti, forte dell'idea che nel corso degli anni già numerose storie con l'immaginaria morte del Supereroe erano state proposte ai lettori, senza alcuna conseguenza negativa sulle successive vendite.

E quindi eccola, la storia destinata a diventare, negli anni, simbolo di qualcosa di più: dai fumetti di una volta, ignorati dai mass media e sconosciuti al grande pubblico, al nuovo fumetto, quello che occupa giornali e schermi, piccoli e grandi.

Per ottenere un risultato di questa portata serviva un evento eclatante: e chi meglio del Superuomo in persona, affiancato da un cattivo totale dal nome epico di Doomsday (Giorno del Giudizio) che non parla, non pensa ma distrugge solamente tutto ciò che si trova davanti, ad interpretare sequenze violentissime, definite persino splatter, che culminano proprio con la distruzione del supereroe per eccellenza. Distruzione che ha però in sé già lo spiraglio per una rinascita: Superman non può morire, poiché non è umano né mortale; si è solo auto convinto di essere morto, perché ha iniziato a pensare come un terrestre...

Nella storia pare complicato, nella realtà è molto semplice: la DC Comics non aveva alcuna intenzione di far veramente morire Superman, ma solo di accaparrarsi un enorme numero di nuovi acquirenti, in un periodo di sempre più imminente crisi per il settore in cui la nascita di nuove etichette indipendenti stava seriamente minando lo strapotere dei grandi colossi editoriali del fumetto. L'obiettivo, quindi, raggiunto alla perfezione grazie ad una massiccia campagna pubblicitaria, era raggiungere il grande pubblico, e non solo i soliti appassionati: la notizia doveva fare il giro del mondo e ritorno

con la stessa forza e velocità proprie di quell'eroe di cui annunciava la fine.

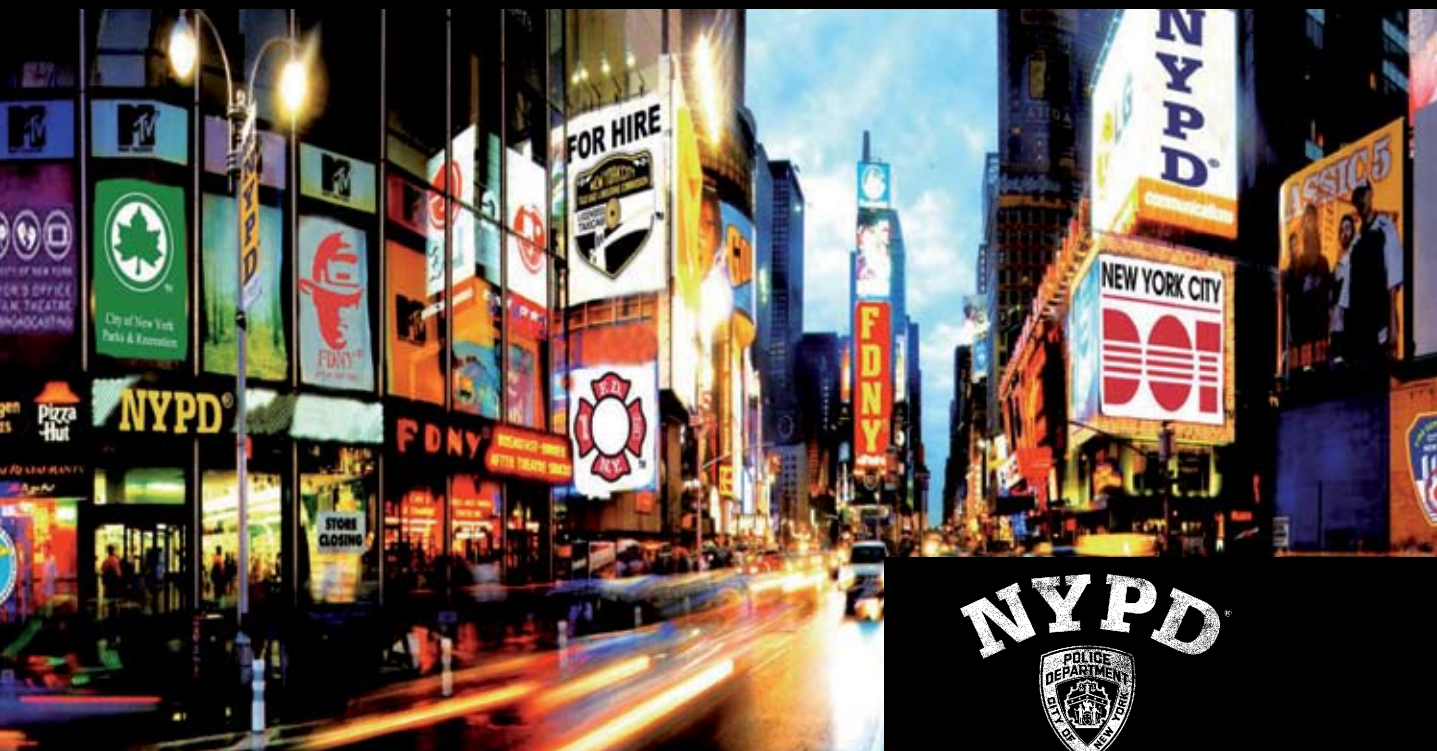
Accadde così ciò che gli alti uffici della DC Comics speravano: tantissime persone acquistarono il fumetto... ma non esattamente per i motivi previsti! In realtà la gran parte dei nuovi acquirenti de "La morte di Superman" lo credeva un investimento sicuro, e pensava di rivenderlo dopo breve tempo. La scoperta dell'inganno trasformò però ben presto l'epico fumetto in un numero come tutti gli altri, distruggendo invece del supereroe le speranze di ricchezza di moltissime persone comuni.

Risultato: nessun lettore in più conquistato, ma anzi possibili nuovi amanti del fumetto delusi e disgustati, persino vecchi fan amareggiati...viene da pensare: da una storia così triste e violenta, dopotutto, cos'altro ci si poteva aspettare?



**AMERICAN
EAGLE**

Coming soon...

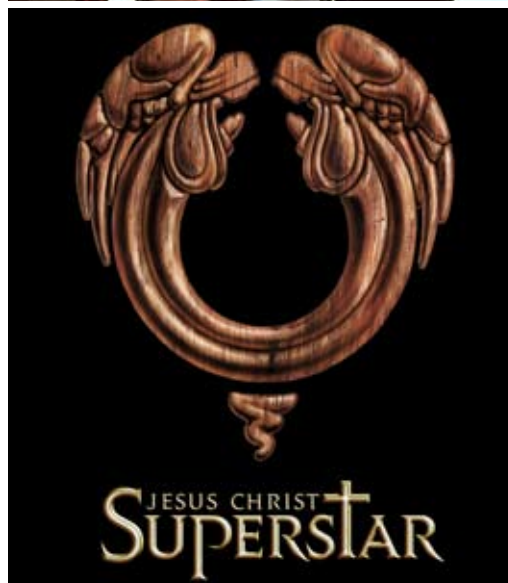


GAZ FASHION UP

Musical anni 90, una storia italiana

a cura di Isabella Rotti

E' il 1990 e una piccola compagnia marchigiana dal nome ruspante, Compagnia della Rancia, mette in scena una versione italiana di A Chorus Line, con giovani attori di belle speranze, tra cui una strepitosa Maria Laura Baccharini. Un unico nome noto: il regista e direttore della Compagnia, Saverio Marconi, attivo in cinema, teatro e televisione. E' il trampolino di lancio del musical all'italiana, vero e proprio hit degli anni 90, destinato a sbancare i botteghini e sfatare il mito del musical come entertainment per ultracinquantenni nostalgici. Non si parla più solo di Fred Astaire, Ginger Rogers o delle produzioni Broadway che svernano in Europa – è di questi anni il grande successo della tournée del Rocky Horror Show - ma di un musical nostrano che avvicina i giovani a un impressionante lavoro artistico, fatto di talento e sacrificio. Gli attori italiani in cerca di fortuna all'estero tornano in patria per i numerosi casting. Alcuni personaggi, come Lorella Cuccarini e Giampiero Ingrassia, spopolano nei musical, come il superfortunato Grease della compagnia della Rancia dell'annata '96 -'97. Nonostante i prezzi non sempre accessibili, i ragazzi fanno la coda al Nuovo di Milano o Sistina di Roma per avere l'autografo e un bacio dal bel Kenickie - Michele Carfora. Le compagnie di musical crescono e si creano i partiti teorici: i più giovani e puristi che rivendicano un musical in lingua originale e i più morbidi che traducono anche i testi delle canzoni. Inizialmente purista, la messinese Compagnia della Munizione, poi diventata Planet Musical, inanella una serie di successi: nel 1994 Jesus Christ Superstar e, dal 97 al 99 Evita, Tommy e My Fair Lady. Al direttore della Planet, Massimo Romeo Piparo nel 1999 riuscirà persino il colpo gobbo di richiamare sul palco Carl Anderson, lo storico Giuda cinematografico. Ai ragazzi dell'epoca importa poco delle polemiche. E' la voglia di imparare che dilaga e inizia l'era delle scuole, come la Bernstein di Bologna, il Mas di Milano, la Scuola del Musical di Saverio Marconi, dove si insegna a recitare, ballare, cantare. Solo per chiarire che quelli di Amici non hanno inventato niente di nuovo. Sono solo gli ideali eredi della musicalmania anni '90.





Leonardo Giacomo Borgese

Un pesce che con il suo kit di acqua salata in bombola viaggia su quattro ruote o uno jojo insolito nella storia del passato. Uno sguardo sulla vita animale, uno scorcio tra mucche, polipi e pesci per scoprire che dall'altra parte dell'amo a cui ha abboccato uno di questi vi è un uomo piccolo e insignificante. Presagio di una natura che finalmente si ribella all'uomo?

O forse solo una nuova prospettiva, più irriverente. Una nuova dimensione in cui tutto è il contrario di tutto, in cui nulla è come deve essere. Brillante ironia che si trasforma in violenza psico – fisica per chi guarda. Lo spettatore si dimena tra realtà e invenzione scoprendo di essere colpito proprio lì nel basso del suo inconscio. Un pugno nello stomaco e una sberla per la mente stanca e abituata alla solita arte perbene e pulita. Un delirio di fantasia per parlare di auto-distruzione della razza umana o semplicemente per comunicare un sorriso riguardo problemi che poi tanto ridere non fanno. Il sorriso amaro della consapevolezza che prima o poi un grande pesce davvero ci mangerà?

Sfrutta gli stessi linguaggi che lo hanno reso celebre per proporre un'immagine accurata dietro alla quale cela il vero messaggio. Una denuncia verso l'uomo che è intervenuto su se stesso, sulla natura e sulla città. Un uomo che decide il destino di tutti. Un uomo piccolo e stupido che, collocato su un piedistallo, diventa un Re.

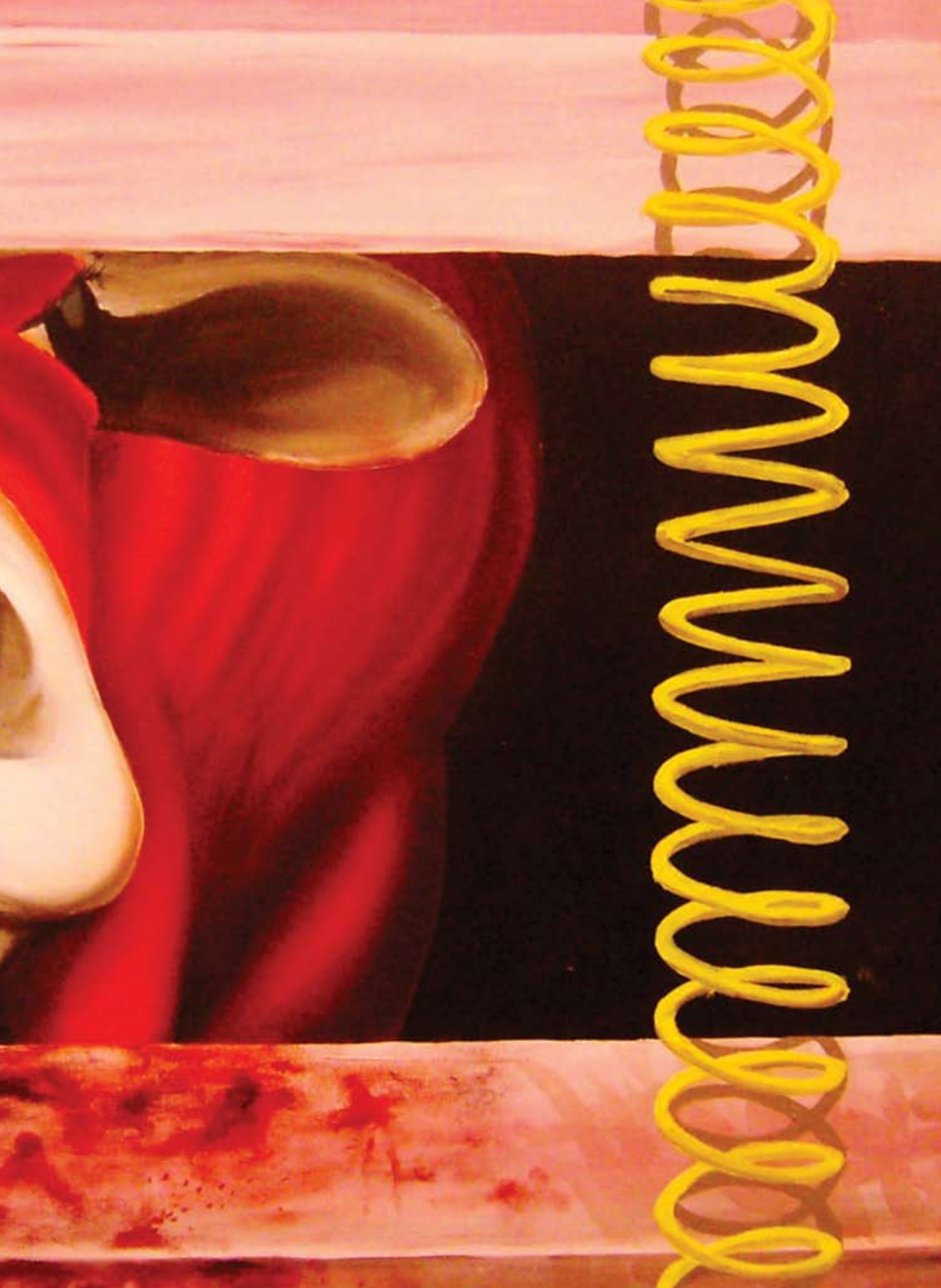
La globalizzazione di un mondo in cui tutto è reso vendibile passa attraverso il corpo di un maiale squartato, che diventa un bellissimo tappeto da mettere in salotto o nella stanza dei bambini.

Leonardo Giacomo Borgese è pronto ad accusare quel mondo futile dove tutto è esteticamente piacevole, composto con gusto e con misura e colmo dei controsensi della vita contemporanea. Senza mai venir meno all'importanza di creare lavori curati e spettacolari, riporta l'attenzione sulla mancanza di rispetto verso i valori della natura e dell'uomo. Forte dell'esperienza acquisita in anni di studi su effetti speciali e pubblicità, Borgese denuncia questo mondo. Ma di speciale c'è solo la sua arte.





Consapevolezza





Octoblu



Taiji



Pulpit



Who is?



Available advertising

AVAILABLE ADVERTISING



ALZAFASHION UP

Fuoco cammina con me

a cura di Irene Roghi

Se ancora non conoscete il genio malato di David Lynch, vi consiglio di cominciare proprio da questa serie tv da lui ideata e prodotta insieme all'amico Mark Frost. "Chi ha ucciso Laura Palmer?" è senza dubbio una delle frasi che sono rimaste impresse più a fondo nella mia memoria, insieme alle bellissime immagini di quella sigla un po' alienante e alle musiche del compositore Angelo Badalamenti, evocatrici di suggestioni insieme tetre e splendide un po' come quel magico ed inquietante rosso sipario di velluto...

Trama a parte, che chi conosce la serie già sa e chi no di certo non vuole vedersi svelato qua il mistero, Twin Peaks ha appassionato i giovani che nel 1991 ne hanno seguito l'evoluzione su Canale 5, tanto che si narra (e chi si trovava a Milano in quell'anno magari lo ricorda) che un gruppo di studenti della Bocconi abbia scritto sui muri dell'Università il nome dell'assassino di Laura, avendolo scoperto in anteprima durante un viaggio negli Stati Uniti.

Aneddoti a parte, Twin Peaks rappresenta uno dei tentativi meglio riusciti di portare sul piccolo schermo il clima così contraddittorio tipico degli anni '90: sullo sfondo di una tranquilla cittadina circondata dalla natura si stagliano storie ed intrecci solo apparentemente limpidi, ma che sfociano in una torbidità spesso inaudita proprio perché celata da un'esteriorità così piacevolmente nella norma. Tutti a Twin Peaks hanno una duplice esistenza, e ciò che alla luce del sole appare in un modo si trasforma radicalmente nell'ombra, mentre un male ancor più oscuro e potente si cela proprio tra quegli alberi maestosi che ondeggiano nel vento, nelle profondità di un bosco dove "i gufi non sono quello che sembrano". Un progetto complesso, in cui purtroppo la forza dell'idea originale si è spesso scontrata con le limitazioni imposte da un mercato sfacciatamente mainstream, ma che rimane comunque un esempio inimitabile, soprattutto per la sua capacità di raccontare la società contemporanea e le angosce dei suoi abitanti, riuscendo a toccare temi forti come droga e prostituzione giovanile senza perdere la sua vena visionaria, spesso quasi mistica.



EXALT[®] CYCLE

sun & glasses



UNIDIVICT[®]
OCCHIALI

ALZAFASHION UP

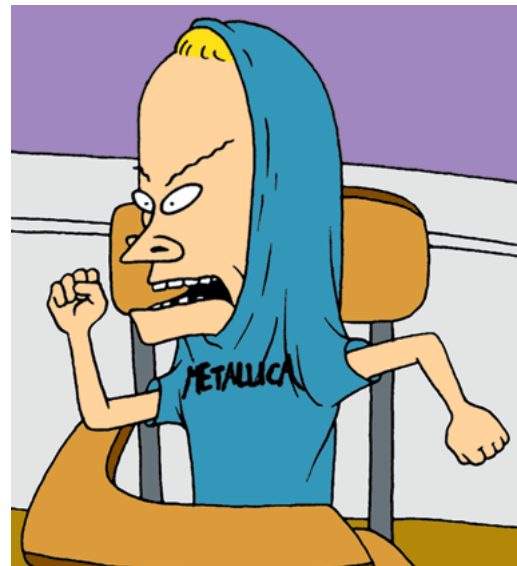
Gli antieroi della Mtv Generation

a cura di Alice Mascheroni

E' il 1994 quando in Italia fanno la loro comparsa due ragazzini americani dalla testa oblunga dalla risata ebete: Beavis e Butt-Head, le creature più demenziali e allo stesso tempo più geniali di mtv. Inizialmente trasmessi da noi in lingua originale, e poco seguiti, arrivano al successo grazie al doppiaggio divertente e fedele all'originale del comico Paolo Rossi e Luigi Rosa nelle prime 3 stagioni e di Elio e Faso degli Elio e le Storie tese dalla quarta stagione in poi.

Creati da Mike Judge, i due inseparabili teenager metallari sono andati in onda negli Usa la prima volta nel 1993. Sguardo idiota e risata isterica e perenne, maleducati, ignoranti e brutti, logica alla Homer Simpson con in più un pizzico di crudeltà, Beavis e Butt-Head passano le giornate sul divano, perennemente in fissa davanti allo schermo con le dita nel naso a commentare in modo colorito dallo slang adolescenziale portato alla caricatura, i videoclip musicali di loro gradimento; la musica figa, ossia l'heavy metal e l'hard rock in generale, mentre non riparmiano di sparare a zero sugli artisti che non sopportano. Oppure inforcano le loro bmx cacciandosi sempre in mezzo alle situazioni più inverosimili. Un cartone animato caratterizzato dal disegno bidimensionale e scarno e dalla combinazione con video musicali, che riscosse immediatamente successo e critiche di tv spazzatura e di cattivo esempio per i bambini.. Il programma diventò comunque presto un'icona generazionale, tanto da far definire Beavis e Butt-Head forse con un po' di esagerazione- gli emblemi della mtv generation.

Ma per tanti di noi, loro hanno rappresentato il puro divertimento liberatorio senza regole di decenza e buon gusto. E, ammettiamolo...chi non si è un po' identificato in quei cattivi ragazzacci?!






PUNKY FISH

GAZ FASHION UP

Eppur si muove!

a cura di Michele Zasa

Si muove o non si muove? Questo il dubbio amletico degli anni Novanta! La risposta arriva il 14 ottobre 1998. Entra in commercio il VIAGRA, la pillola blu. Lo slogan è: "Impotentia erigendi non ti temo più!". Il principio attivo è il Sildenafil Citrato. Sembra il nome di un introspettivo personaggio di Italo Svevo e invece è il più grande alleato dell' homo virilis di tutta la storia dell'umanità. Agisce sulle strutture vascolari del pene, i corpi cavernosi, favorendo un notevole afflusso di sangue al loro interno e permettendo un'erezione sicura e a prova di donna. Il mondo pubblicitario ne è subito inondato: E come dimenticare la reclame del magnifico David di Michelangelo il cui beato gingillo in classica quiescente posa, dopo l'assunzione di una pillolina blu, si ergeva ritto e spavaldo contro il decadimento dei secoli! Le prime statistiche sono davvero 'eccitanti': il Viagra è distribuito in circa 90 nazioni del mondo, negli USA lo useranno 7 milioni di uomini e sarà prescritto 22 milioni di volte. E' efficace nell'80% dei casi. Si consumeranno circa 650 milioni di compresse! Nessuno rinuncia ad un piccolo aiutino. Non c'è niente di male e anche la storia è tutta dalla nostra parte. Nel VI secolo gli arabi consigliavano di bere bile di sciacallo o dare all'impiccato una vigorosa strofinata con grasso di cammello. Un certo Abou el Heiloukh mangiò un chilo di cipolle e gli rimase ritto per 30 giorni...peccato per l'alito pestilente! Il grande Solimano I nel 1500 ricorreva a massicce dosi di cibi afrodisiaci e appena seminude arrivavano le donnine dell'harem eccitatissimo sfoderava il suo enorme "bong ottomano" e succedevano...cose turche! Enrico IV di Francia, invece, preferiva il tradizionale uovo sbattuto e...vai col colpo in canna! Caterina Sforza, nobildonna milanese del XV secolo, amava prima di ogni amplesso sorseggiare un po' di estratto di verga d'asino. Era un vero toccasana per le sue 'pene' d'amore! E che dire della bellissima Janne Antoinette Poisson, la più grande pu...(bip) pulzella che la storia ricordi. Ella faceva scorpacciate di erotica cioccolata per far impazzire i suoi amanti. Non per niente era detta la Marchesa de "Pompadour". E Giacomo Casanova prima di ogni focosa performance mangiava 50



ostriche crude. Chi l'avrebbe mai detto che gli piacevano tanto le 'cozze'! In tempi moderni arrivano in aiuto il ginko bilboa che procura libido estrema ed il ginseng coreano che dà erezioni ed orgasmi d'arrembaggio. Direttamente dagli USA arriva la chewingum a base di Viagra. L'Accademia della gelateria Italiana crea un gelato al gusto di Viagra: loro mettono il gelato, voi il...'cono'! La bella Napoli risponde con una super pizza al Viagra e con il primo comitato italiano "Pro-Viagra". Nasce un orologio il cui cinturino serve a misurare la capacità erettiva. Un grande orafo inglese realizza un porta pillole Viagra cesellato in argento del valore di 500.000 sterline: azzo... che lusso! Viagra o non Viagra il "durismo" regna sovrano nell'italietta degli anni 90, è uno status symbol. Dalle Alpi si urla: "Noi ce l'abbiamo duro". In Sicilia si risponde: "Minghia dura!". Cult movie del '95 è Die Hard, titolo italiano: Duri a morire! Perfino il machistissimo Bred Pitt confessa di aver usato il Viagra nel film del '99 "Fight Club". Gli Skunk Anansie intitolano il loro album rock: "Post Orgasmic Chill" e la V di Viagra diventa la colossale icona del sessismo più sfrenato e d'avanguardia. I nostri genuini Neri Per Caso nel '95 sfondano a Sanremo e, guarda un po', cantano vigorosamente a "cappella"! Effetti collaterali. viagristi di tutto il mondo attenti a diarrea e vertigini. Mettetecela tutta, ma attenzione agli sforzi eccessivi se non volete un abbandono per impraticabilità del campo! Attenti anche al "priapiasmo". Lo ricordate tutti il famoso personaggio della mitologia greca che era dotato di un ninnolo di dimensioni asinine e che fu condannato ad avercelo duro in eterno? Beh! Alcuni purtroppo dopo aver mandato giù la pillolina blu hanno subito la stessa sorte di Priapo: col monumento perpetuo alla vis mascolina e, non si sa mai, attaccapanni di fortuna, stile naif, per le occasioni più impensate! Il 7 gennaio 1990 la torre di Pisa fu chiusa al pubblico. Il supremo simbolo dell'architettura fallica, sembrava aver perso forza e si stava afflosciando. Non si sapeva proprio come tirarla su. Improvviso il colpo di genio: bastò cementarla con colossali dosi di Viagra. Oggi il decadimento si è arrestato e la torre si erge ritta e possente e, non ci crederete, ma sta anche crescendo...a vista d'occhio! In fin di trattazione non si può trascurare l'unico e vero intenditore di pendoli e oscillazioni. Il grande Galileo Galilei. Dopo ore ed ore di estenuanti torture di fronte al tribunale dell'Inquisizione crollò. Era stato colto in 'fallo'. Ma trovò la forza per un'ultima esclamazione: "Eppur si muove!". Ma siete proprio sicuri che si riferisse alla Terra?



GAZ FASHION UP

Body Sculpture...de che?

a cura di Daniela Ficetola

Big Jim maledetti...in vetrina nelle cartoline o sulle passerelle, sui manifesti pubblicitari, sui giornali. Ci vogliono male a noi donnine di città mentre col naso all'insù ci rifacciamo gli occhi. La cultura del corpo non è mai stato il mio forte ma negli anni 90 ahimè...che si doveva fare pur di essere al passo coi tempi? Nasce la fissa, perché solo così io imperterrita pigrona la posso definire, della cura del corpo. Nascono lezioni impossibili nelle palestre più affollate e attrezzate della città. Fitness, step, aereo step, spinning...c'è da impazzire. Tutti in fila a prenotare una super lezione intensiva di aereo yoga energico. EHHH? Ma che è? Sembra dolorosissimo!

Fatto sta che sulle passerelle le modelle più in voga hanno corpi statuari e incredibilmente energici, ignorano la magrezza malata delle loro colleghe nel decennio a seguire!

Cindy Crawford, Naomi Campbell, Claudia Schiffer, Linda Evangelista: le modelle storiche impartiscono lezioni di acqua gym in videocassetta che mia mamma colleziona accuratamente. Una per una, una volta al giorno: una medicina! E se pure quella vecchiona di Jane Fonda si permette il boderino elasticizzato a perizoma bisogna proprio crederci!

Lo sport esplode nelle case, nei parchi, nelle palestre, negli uffici. Perché non riempire la pausa pranzo tanto vuota e triste con una bella ora affaticante di Aerobic step? E la domenica, quando sei a casa da lavoro, perché non svegliarsi presto, infilarsi i rollerblade e pattinare su e giù ripetutamente fino a quando il sole non ti brucia la fronte? Ma anche no, grazie!

E il solito maschione stra unto e cannotierina extra small-dotato che fa i versi più improbabili davanti al mega specchio della palestra...vogliamo parlarne? Sarò molle...sarò flaccida...ma negli anni 90 la mania del body sculpture ha alzato un po' troppo il colpo. Tutti quei maschioni, allora rigonfi nella loro tutina, ora sono amabili 30enni... panzoni.





OLYO
UNDERWEAR
www.olyo.it

GAZ FASHION UP

Internet fa '90

a cura di Rodolfo Di Maggio

Prendete un'automobile; per conoscerne con certezza l'anno di "nascita" vi basta guardare il libretto di circolazione. E lo stesso si può dire per la casa in cui abitate. Anche la televisione ha un anno preciso che si riconduce alla sua nascita; Internet invece è un'altra cosa. E' una rete, è un concetto, non ha dimensioni fisiche. E' una vasta ragnatela che avvolge il mondo. Ed è mutevole e volubile ed in costante mutazione. Certo, i libri di storia dicono che è nata più o meno quarantanni fa, quando imperava la guerra fredda, dietro sollecitazione del dipartimento americano della ricerca militare, che creò con la consulenza di alcuni ricercatori universitari, una rete di comunicazione che potesse funzionare anche in caso di guerra nucleare. E da allora ha continuato ad evolversi. L'impulso venne dalle università statunitensi che avevano necessità di condividere materiale di studio e di ricerca, E cominciarono a collegare via cavo un computer ad un altro posto in un diverso edificio della stessa facoltà, poi si cominciò a voler collegare due computer situati in atenei di città diverse e - siccome l'appetito vien mangiando - dalle università si passò alle aziende e poi alle utenze private.

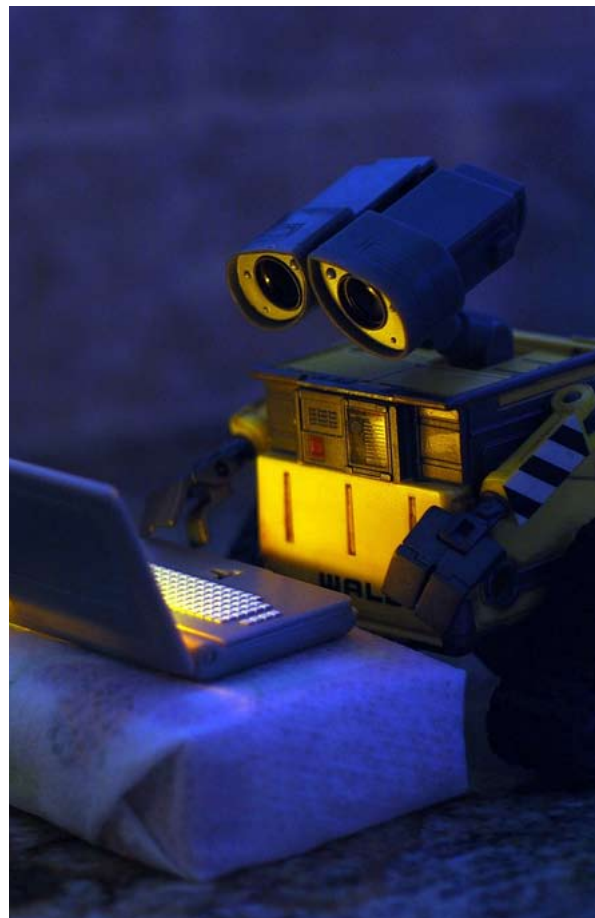
Ma è negli anni novanta che Internet ha assunto la formidabile conformazione che noi ora conosciamo, è negli anni novanta che ha iniziato a costituire un fenomeno di massa, quando Tim Berners-Lee, e Robert Cailliau, ricercatori presso il CERN di Ginevra inventano il Web e danno il via allo sfruttamento commerciale della rete. E' negli anni '90 che i "navigatori" sono arrivati a sfiorare il miliardo, una persona su sette a livello mondiale. Internet è l'esempio lampante dell'intelligenza umana applicata alla comodità. Se è vero che tutte le invenzioni create dall'uomo sono nate e si sono sviluppate dietro un solo fondamentale impulso: quello di fare meno lavoro, spostarsi meno, comunicare di più, e godersi maggiormente la vita - è ancor più vero che Internet riassume e sublima tutte queste legittime istanze e, allo stato attuale, rappresenta una tecnologia simile alla magia pura, è la trasmissione del pensiero.

E' negli anni '90 che compagnie sorte dal nulla (le cosiddette "garage-company" che nascevano



con solo un tavolino, computer, connessione al Web e tanta volontà ed immaginazione, nelle autorimesse di casa ad opera di occhialuti maghetti del computer, i cosiddetti 'Nerd' o 'Geek', secchioni o sfigati, a seconda dei punti di vista) hanno raggiunto volumi di ricavi monumentali e quotazioni di borsa stratosferiche. E' al finire degli anni '90 che il volume dei beni e servizi venduti su Internet nei soli Stati Uniti ha superato i 7 miliardi di dollari. La corsa di Internet negli anni novanta è stata così veloce che superava progetti e applicazioni quasi il giorno stesso del loro lancio ed implementazione. Internet è stato e sarà in misura sempre più preponderante, un patrimonio comune dove le esperienze di una persona vengono condivise e contribuiscono ad arricchire quelle dell'intera umanità. Nei newsgroup si discute di ogni argomento, con persone magari all'altro capo del pianeta. Fenomeni ammirevoli quali Wikipedia hanno contribuito a liberare la conoscenza. Intere librerie composte da milioni di volumi sono consultabili in rete. Chattare, inviare messaggi, divertirsi, vedersi in 'webcam', condividere video, foto e parlare in tutto il mondo a costo zero con la tecnologia VOIP. Gli studiosi ipotizzano che tra dieci anni tutti quanti avranno accesso ad Internet. Internet permette a un insegnante di Brisbane di tenere regolari lezioni ai bambini degli aborigeni che vivono ai piedi del massiccio di Ayers Rock, in Australia, superando le difficoltà della distanza e dei locali dove studiare. Consente ai medici di effettuare vere e proprie visite a pazienti che vivono in luoghi difficilmente accessibili.

Tutto questo grazie al boom che, negli anni novanta, ha tolto Internet dal limbo della stranezza riservata a pochi iniziati e ne ha fatto un fenomeno di massa. Internet è conoscenza, blog, pensiero, libertà, scambio, Internet vede il numero degli utenti raddoppiarsi ogni anno, crescita esponenziale, che moltiplica il sapere comune; oggi sono quasi dodicimila i giornali americani ad aver affiancato alla normale edizione su carta la possibilità di consultazione per via telematica. E Internet ha il suo lato meno adamantino, quello del sesso a pagamento o ad libitum via chat, della pornografia, della pedofilia, del veicolo informativo per i terroristi, della miniera di informazioni per chi vuole costruirsi una bomba nel garage di casa. Ma è disinformazione pensare che Internet sia la causa e non piuttosto il semplice mezzo per menti corrotte e criminali. L'uomo è per sua natura un animale sociale e vuole comunicare, sempre e comunque. Internet, agli albori degli anni novanta e per tutto il decennio, gliene ha fornito il mezzo e l'opportunità. Internet è una nostra terminazione nervosa, è il nostro giocattolo, è un vaso di pandora, pieno di



novità e sorprese, è una tabula rasa su cui scrivere il nostro messaggio al mondo.

E' tutte queste cose, è tutto quello che è diventata negli anni novanta ed è tutto quello che potrà essere in questo nuovo secolo, ma, soprattutto e specialmente, è una rete amica e non deve farci paura, la paura, nella smorfia napoletana ha il numero 90, ed è l'unico accostamento permesso con gli anni che hanno visto questo fenomeno diventare una quotidiana realtà ormai insostituibile.



Nuove Collezioni Autunno - Inverno 2008

OLYO
NERO

OLYO 
fashion industries

ZONA
BRERA
RED LABEL



**BUENOS AIRES
NON E' PIU'
LA STESSA.**

LE FIRME DI MILANO

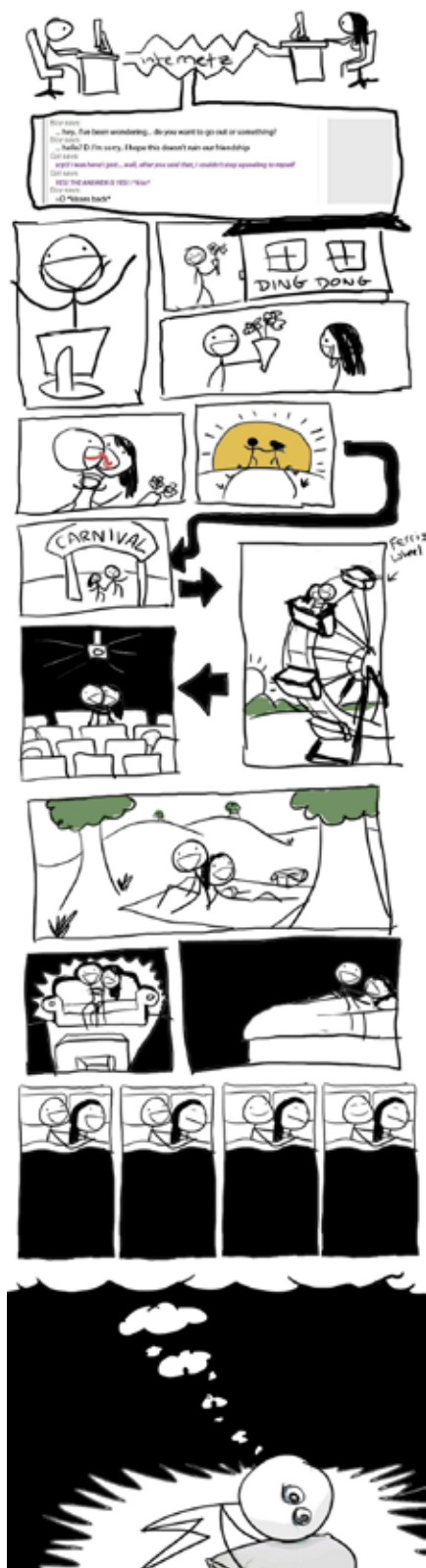
Milano - P.zza Lima angolo C.so Buenos Aires - Via Ozanam,4 (di fronte Hotel Galles)

Chat...si gira!!

a cura di **Daniele Dramisino**

5 Agosto 1995.

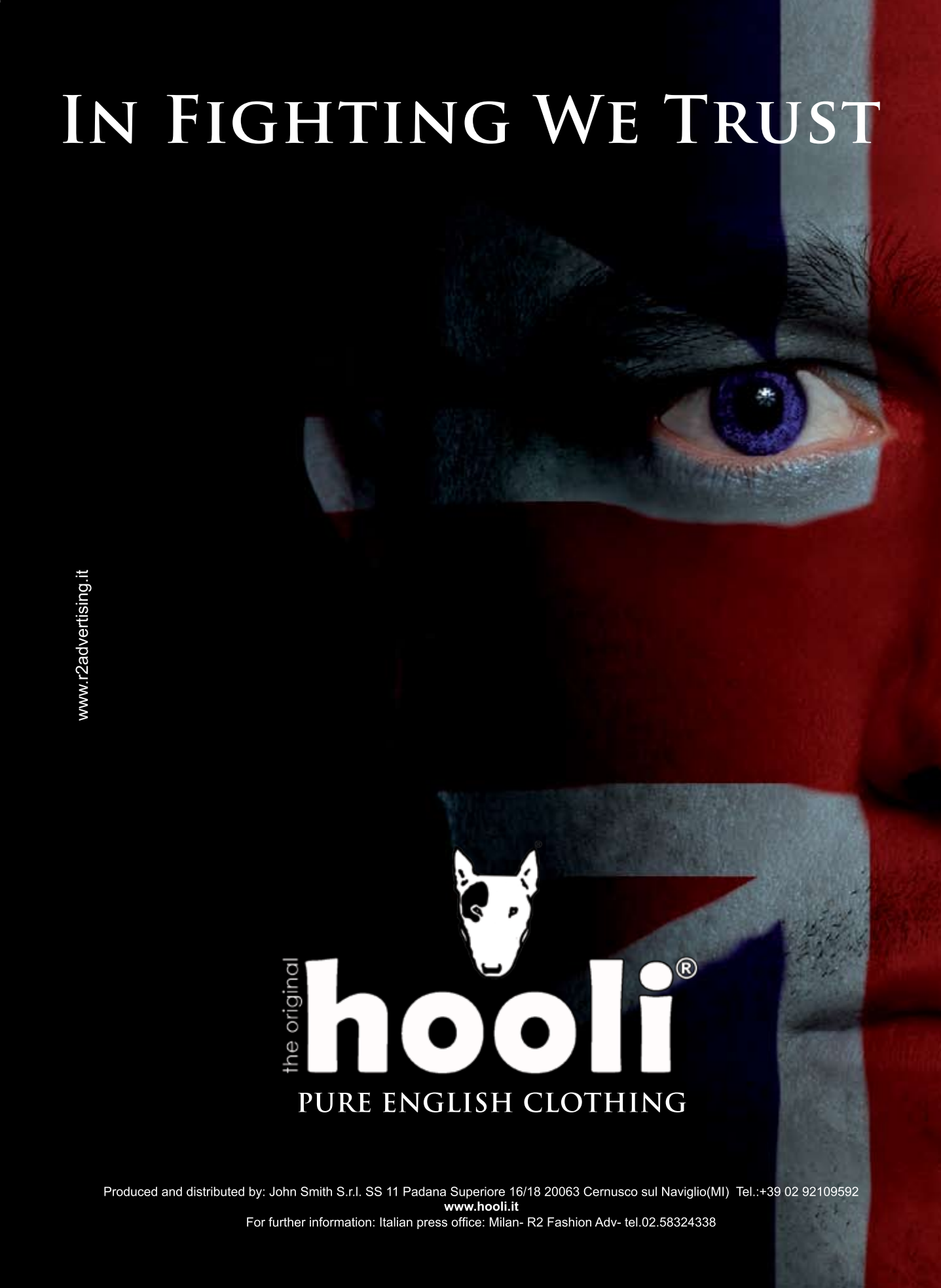
Salve 'Cody 246', ci sono 5 nuovi messaggi privati per te. Leggere adesso? Sì, leggo subito, chissà che 'Stellacadente2' non mi abbia risposto!! Sarebbe figo!! Lei è figa! O almeno lo è nelle foto che ha inserito nel profilo; se è davvero così e riesco a conquistarla sono un grande!! Fantastica sta cosa della chat line!! Posso broccolare senza sosta e per un timido come me, è la cosa ideale! 'Stellacadente2'..wow; mi piace un sacco parlare con lei, cioè scriverle insomma battere su una tastiera qualche battuta spiritosa e aspettare che appaia una risposta sul monitor del mio pc. Mi chiedo che voce abbia e se quando parla sembra un trans?? Oddio e se le foto sono finte e in realtà è un trans?? Che faccio? mi attacco al c..o già, proprio lì. O potrebbe essere un uomo che si diverte a fingersi donna chissà a quale scopo.. scopo... scopo...onnoh! Chat, chiacchierare, confabulare, spettegolare: love chat...e allora parliamo d'amore Solo che fin'ora ho trovato una marea di matte, frustrate e mi chiedo che c'entri tutto questo con l'amore e come faccio ad amare qualcuno attraverso uno schermo? Non voglio immaginare poi che razza di aspiranti maniaco riempiano la linea di questa 'grande opportunità' che internet ci offre! Da dieci giorni ormai sto chiuso in camera con la faccia incollata allo schermo; gli occhi sono rossissimi e bruciano, ho sempre mal di testa e mi fanno male schiena e collo, però... eh eh eh signorine... siete tutte mie adesso! Stefy 824, Maryjane32, Sole e mare1.1, per non parlare di Occhiblu82... tutte mie! Tutte ben classificate come nel migliore dei cataloghi da collezione nel mio 'spazioamici'. Poi mi sento così sicuro di me stesso, non c'è l'imbarazzo di un rifiuto, non devo temere, tanto non c'è pubblico. Solo io e i mille segreti della mia stanza. Tutto solo, soletto; già, solo! Oggi in un bar ho incontrato una ragazza favolosa, in carne ed ossa, ma era troppo bella per me! Troppo! Non ho avuto il coraggio, mi sentivo perduto senza la mia bella tastiera; beh... fa niente, aspetterò di incontrarla in chat. Tanto ti trovo sai mia dolce stella cadente, ti trovo, ti trovo..ehhhhh. O no????



dal Flickr di CJ SMITHSON

IN FIGHTING WE TRUST

www.r2advertising.it



the original **hooli**®
PURE ENGLISH CLOTHING

Produced and distributed by: John Smith S.r.l. SS 11 Padana Superiore 16/18 20063 Cernusco sul Naviglio(MI) Tel.:+39 02 92109592
www.hooli.it

For further information: Italian press office: Milan- R2 Fashion Adv- tel.02.58324338



PRESENTA

CARLA PETRETICH

Ho iniziato utilizzando fotografie prese dalle riviste con forme necessarie a raccontare storie, flash di realtà, assemblati come sogni dove il quotidiano diventa magico. Poi ho fotografato e le foto avevano in sé ciò che sentivo, non volevano essere immagini, ma composizioni di colori. Quindi ho cominciato a fotografare ciò che avrebbe potuto diventare sogno.

Infine i sogni erano sempre più indistinti e le forme, ancora presenti, solo supporto per colori e texture.

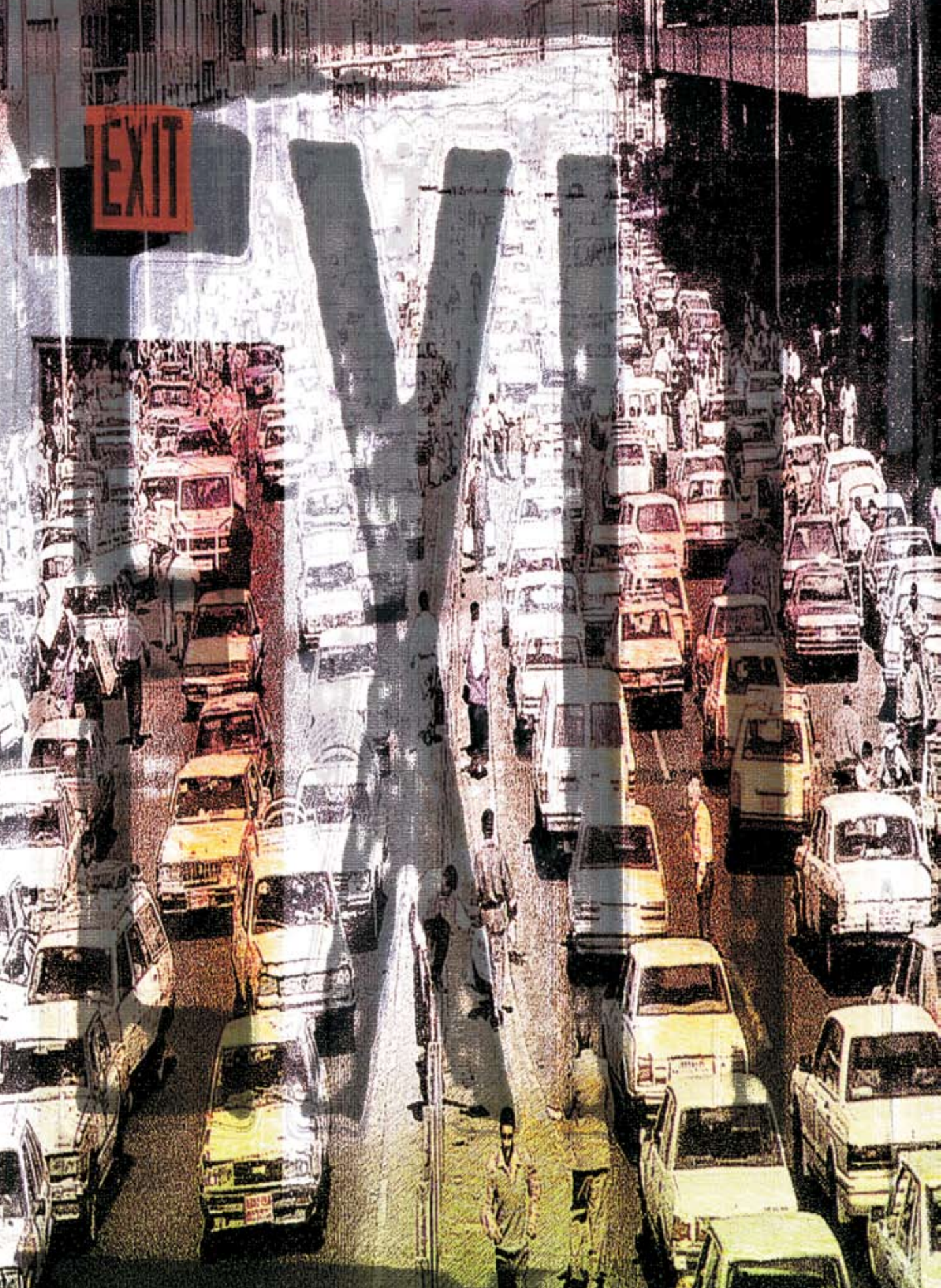
Il digitale diventa indispensabile: non esiste obbiettivo previsto, ma ricerca di un risultato significativo che può manifestarsi, o no, legato a variabili che mutano continuamente.

Nessuna sicurezza, nessuna stabilità, continuo sgretolamento da ricostruire in un nuovo equilibrio.

Le combinazioni di colori sono infinite, imprevedibili, costruendo sempre una realtà irripetibile.

<http://www.carla146.it>
carla146@quipo.it















TURCHIA

Assados

Milo Santorini

DAUTIMARCA

Cop

TURCHIA

Assados

Pireo

Mykonos

Patmos

nemunda

Milo

Santorini

egvia

CRETA





ALZAFASHION UP

Anni 90 a portata di design

a cura di Michela Tieppo

Facendo una rapida e casereccia analisi casalinga, agli inizi degli anni novanta, proporre a miei genitori di sostituire la preziosa camera da letto acquistata nel mobilificio di fiducia e bla bla bla, con una proposta della multinazionale del mobile fai da te, sarebbe risultato improponibile.

Per noi italiani, da sempre e per educazione, vittime assillate dal concetto casa – mobile – proprietà, l'entrata in campo di questa nuova e vivace alternativa ha rappresentato un cambiamento sociale radicale.

Scegliere di arredare seguendo un istinto momentaneo, arredare per vezzo, vestire la propria casa con leggerezza, con serenità come mai prima d'allora. Il primo punto vendita IKEA in Italia apriva a Cinisello Balsamo, alle porte di Milano nel 1989. Il progetto sviluppato dal noto marchio Svedese già nel lontano 1943 è l'espressione sintomatica di un cambiamento dello style – life nel nostro paese, forse consequenziale alla crisi del fine '80 o forse semplicemente e naturalmente evolutivo.

Arredamento facile, semplice e veloce per neo sposi squattrinati, fidanzati alla prima convivenza e single impenitenti.

Basta con i superfinanziamenti milionari per acquistare una cucina imponente che oltre a renderci inevitabilmente vittime di debiti clamorosi per l'acquisto, ci si visualizzerà ogni giorno davanti agli occhi come un incubo ricorrente.

D'ora in poi, entri, guardi, infili in un carrello capiente, paghi alla cassa come al supermercato, carichi in auto ed arrivato a casa, apri l'imballo, leggi un ermetico foglio illustrativo, una chiave a brugola gentilmente fornita, e in pochi minuti di semplice bricolage ti ritrovi la casa arredata.

L'arredamento di design ha da sempre rappresentato un lusso concesso a pochi, ha delimitato classi sociali, ha diviso gusti e generazioni e l'ha fatto infondo grazie ad una sedia, un comodino, una lampada. Dal novanta in poi, che piaccia o no e senza voler solleticare critiche di intenditori ed appassionati, il design è diventato un po' di chiunque e poco conta che il designer in questione sia il noto Philip Stark o lo



sconosciuto Nike Karlsson, sul piano prettamente pratico sempre di designer si parla e per i meno avvezzi, la sensazione è la medesima, cioè quella di aver acquistato un pezzo d'arredamento disegnato da qualcuno convinto a tal punto della bellezza di quell'oggetto da volerlo firmare col proprio nome. Incauto poi sarebbe puntualizzare sulla filosofia dell'esclusività, poiché ci si scontrerebbe con la logica del prezzo, ed incauta sarebbe forse qualunque altra critica, poiché a controbatterla c'è ancora oggi, dopo ben 19 anni da quella lontana apertura, un parcheggio stracolmo, le file alle casse e i carrelli pieni che escono dal grande magazzino blu con la scritta gialla spinti da una folla sorridente e soddisfatta.

A Milano la piu' sofisticata
FASHION SCHOOL
mai concepita!

i nostri corsi:



HAIR STYLING

MAKE UP

MODELING



STYLING

PHOTOGRAPHER



chiamaci allo 02.46.752.777



elite
FASHION ACADEMY

ALZAFASHION UP

Beverly Hills o Beverly Blitz?

a cura di Daniela Ficetola

Dunque basta davvero una casa sulle colline verde smeraldo della California e una macchinona decapottabile per descrivere una generazione? Assolutamente sì se stai parlando dei fantasmagorici e bellissimi ragazzi del serial Beverly Hills 90210... assolutamente no se parli della "cumpa" che sta in piazza sotto casa mia!

Loro: belli, con i sorrisi che più bianchi non si può e le loro mille avventure. Brendon e Brenda, complimenti vivissimi ai produttori a corto di idee proprio sui due protagonisti, sono i figli che tutti vorrebbero. Belli e bravi quanto diversi per essere gemelli, ne sanno sempre una più degli altri, i loro voti sono i migliori della scuola, le borse di studio arrivano come pioggia sul bagnato...insomma che culo!!! I ragazzi con ogni muscolo al proprio posto...ma a 16 anni i miei compagni di scuola non erano affatto così gonfi: sarà stata l'aria buona della California??!! Bronzi di Riace dei miei stivali con il mondo ai loro piedi. Uno diventa giornalista in meno che non si dica, un altro da criminale drogato quasi si fa monaco, uno fa il musicista...neanche uno che abbia il problemino della calvizie o dell'alitosi. God bless America! Le loro famiglie poi hanno case da capogiro e si permettono di sperperare in sontuose auto o in cocaina. Ma come facevamo noi adolescenti a credere che quello fosse il nostro specchio...ma poi di quale piccola casta eletta dagli dei lo era? Però imperterriti giocavamo a pettinarci come quelle attricette americane anche in quel di Grattosoglio. E le figurine sui diari, e le serie in videocassetta, e il libro. Il nostro scooter era quella decapottabile e la piazza era quella spiaggia su cui gli amici surfavano, disperati su lastre di cemento. Frustrazioni geografiche e non solo! Kelly, Brenda, Donna, Steve, Dylan, Brandon, Andrea e David: ancora conosco i loro nomi a memoria. Ora guardo con malinconia il gruppo di ragazzini sottocasa....e mi chiedo chi sia il loro modello ora?...chissà quale nuova serie televisiva staranno emulando. Quei ragazzi bellocci e ricchi erano per noi un esempio per cui sognare. Un specchio per le allodole per noi figli della tv spazzatura. Un vero e proprio Blitz! Beverly Blitz!





OLYO
Magazine
www.olyomagazine.it

Art Director: Davide Rossetti
capi di olyo nero

AD15



GHOST

CORONA
The rhythm of the night

ITALIA '90
La scintilla del ricordo

BEAVIS and BUTT-HEAD

Ghost



GAZ FASHION UP

Girls power

a cura di Stefania Cattaneo

Care Spice Girls,

Sono una ragazza che vi ha amate fin dalla prima vostra apparizione e, a mio parere, due parole possono riassumere l'essenza degli anni '90: ragazze speziate. Geri, Emma, Melanie B, Melanie C, Victoria...le SPICE GIRLS, le uniche, le inimitabili. Cinque ragazze che hanno segnato un'epoca e non solo con le canzoni, ma soprattutto con uno stile di vita che è diventato un modello da imitare per tutte. Ce n'era davvero per tutti i gusti: la rossa tutta pepe (Ginger), la biondina lolita (Baby), la nera aggressiva (Scary), l'atletica sportiva (Sporty), l'elegante sofisticata (Posh). Ognuna si poteva riconoscere nel suo ideale. Delle Spice Girls ne hanno fatto album di figurine, barbie (rigorosamente uguali alle originali, ne è dimostrazione il piercing sulla lingua di Mel B presente anche su quella della bambolina), foto, cartelle, diari, chupa-chups. Questo vi rende certamente un fenomeno commerciale di portata internazionale.

Ma per me e le mie amiche eravate semplicemente un idolo che rispecchiava divertimento, amicizia, potere femminile. È vero che la girl band doveva nascere a "immagine e somiglianza" dei Take That che allora spopolavano? Ciò avvenne: il famoso slogan "GIRL POWER" ha dato una svolta epocale. E tutto questo successo non bastò: dopo i 4 album e gli 11 singoli è il momento del film; quest'ultimo certo di non grande valore artistico che però riesce ad avere un enorme successo e a confermare i vostri ruoli nella band e nel mondo del pop.

E allora vi voglio dire un grande grazie, un ringraziamento alle Spice Girls, se non per le grandi doti canore, se non per la capacità di recitazione, se non per la prestantza fisica almeno per le emozioni che mi fate provare quando ripenso agli anni '90.

Mi ricordo che ballavo sulle vostre canzoni, che ridevo, che ero felice con le mie quattro amiche. Sapete che al museo delle cere di Amsterdam è possibile fare una foto con voi? Io l'ho fatto, ma accanto a me c'eravate solo voi, non più quel magico gruppetto di amiche dei mitici anni '90.





ZONA
BRERA
RED LABEL



Sotto Marino

OLYO
FASHION IND.

MilanoMode
-showroom-

ALZAFASHION UP

'90 non solo spazzatura

a cura di Claudio Riolo

Negli anni '70 la terra in campagna era ancora decisamente troppo bassa; la meccanizzazione non aveva ancora raggiunto tutte le lavorazioni, le levataccie notturne erano frequenti, la fatica dura e continua. Ricordo che un amico, laureato in agraria e innamorato della campagna, si trasferì in Emilia lavorando in una stalla per la produzione di latte, 28 giorni di seguito e godeva di un paio di giorni di riposo al mese; viveva in una casa colonica in condizioni penose, praticamente in simbiosi con le vacche. Terribile. Poi tutto cambiò. Nel '96 portai un gruppo di ristoratori svizzeri a visitare la fattoria del signor Panini; aveva venduto la fabbrica di figurine per seguire la sua passione, il formaggio grana.

Le vacche erano accudite da decine di veterinari, operai, assistenti, pulite e profumate. La sala di produzione del formaggio era un operoso laboratorio senza fumi, né umidità. I formaggi stagionavano in silos enormi, spolverati e lucidati da un automa. Il signor Panini ci fece ammirare la sua stupenda collezione esclusiva di Bmw, in un capannone dell'azienda. Ecco, la terra era diventata ben più alta, incominciava a rendere bene, non ci si doveva spaccare la schiena, si poteva circolare in pantaloni con la piega e giacchetta. In campagna arrivavano i figli dei fondatori, ventenni e trentenni che potevano usare conoscenze, studi all'estero, cervello, al posto dei muscoli.

Macchinari perfetti, automatici e autosufficienti, si arrivava senza fatica al prodotto finito, sia olio extra vergine di oliva, sia vino, sia frutta e verdura. Oggi si può perfezionare, controllare, sperimentare migliorare, differenziare, maturare, invecchiare.

Faccio tre esempi e inizio con Giancarlo Ceci, Arginatura, Andria in quel di Bari. Giancarlo ricorda ancora i tempi della mezzadria che prevedeva la divisione del terreno fra le famiglie, ognuna coltivava la sua parte e era concretamente socio del nonno. Con la crisi degli anni '70, il padre allentò l'impegno aziendale e Giancarlo, laureato in agraria, ebbe l'intuizione di dedicarsi all'agricoltura biologica e incominciò affittando 20 ettari della tenuta di famiglia. Oggi può vantare una qualificata produzione d'olio extra vergine di oliva, numerose varietà di frutta e verdura, tutte da coltivazione



I fratelli Marina (30) e Francesco(29) De Carlo davanti alla loro casa del '600 antico frantoio a Bitritto (BA)



La Contessina Benedetta Lucangeli, azienda vitivinicola Villa Forano Appignano (MC)

biologica, e apprezzate in vari paesi del mondo; è anche orgoglioso di produrre un notevole vino rosso senza solfiti; la sua villa settecentesca ospita uno splendido parco d'Arte contemporanea.

Il secondo esempio d'impegno e soddisfazione giovanile è ancora in Puglia, a Bitritto, ancora Bari. La famiglia De Carlo produce olio dal 1600; Marina e il fratello Francesco collaborano alla conduzione dell'azienda con i genitori Saverio e Grazia. Marina, classe 1977 si è laureata in Scienze Politiche a Bari e poi ha seguito un master in gestione Aziendale alla Sda Bocconi di Milano.

Accanto ai genitori e al marito Arturo, conduce l'azienda con decisione, attenta all'innovazione, e nello stesso tempo attenta alle richieste del pubblico, gentile e moderna pierre che conosce l'importanza del sorriso e delle buone relazioni.

Francesco, nato nel 1980, ha studiato Tecnologie Alimentari al Federico II di Napoli, senza però mai abbandonare l'impegno di azienda. Conosce tutti i dettagli della coltivazione e della produzione, gira in auto sulla terra smossa fra gli ulivi e sembra conoscerli uni per uno, distinguendoli fra migliaia. Ama la terra che lavora, conosce nei minimi dettagli la coltivazione e le tecniche produttive, con entusiasmo sollecita i colleghi a dedicarsi a questo lavoro d'origine millenaria, ricco di soddisfazioni professionali e economiche.

Spostiamoci un po' al Centro, nelle dolci colline marchigiane in vista della splendida cittadina di Macerata.

La tradizione vitivinicola dell'azienda agricola Lucangeli risale al '700; ora è condotta dal conte Giovanni Battista, la moglie Carla con i giovani figli Chiara, Benedetta e Francesco; Camilla studia a Roma. La tenuta ha 190 ettari di cui 20 a vigneto; il resto a foraggi, frutteti, colture biologiche e arnie per miele. Ricordiamo che un tempo le cisterne dal Sud portavano vino al Nord, che poi cambiava nome nei classici toscani, veneti e piemontesi. Qui nel 1997 fu decisiva la modernizzare e lo slancio all'attività. Ora in azienda s'incontrano i figlioli, poco più ragazzi, un po' accaldati per la calura estiva, indaffarati per i vari preparativi, ospitali e sorridenti, abbastanza imperturbabili come il ruolo richiede. Seguono l'azienda, gl'impegni commerciali, la ricezione, le pubbliche relazioni, gli può capitare di far quasi mattina offendo grappa a un importatore dall'estero. Producono ottimi vini che fanno grande l'azienda e contribuiscono al benessere nazionale; hanno rinnovato le case coloniche offrendo ospitalità e favorendo il turismo a Macerata, un gioiello dell'arte e cultura; valorizzano l'antico artigianato delle ceramiche di Appignano, soprattutto difendono la campagna dall'aggressione del cemento.



Bonamini Giancarlo (39), frantoio Bonamini località Santa Giustina Illasi, (VR)



Marco Moroder vignaiolo Montacuto (AN)



Musica Anni 90

Le lacrime del jukebox

a cura di **Filippo Santaniello**

Male alla mascella. Tlac. Tlac. E fa anche uno strano rumore. Ricordo molto bene la faccia paonazza del Mannaia, incazzato come un grizzly con le vesciche sul culo.

La mia dipendenza è ogni giorno più solida. Cazzo! Mi calerei un acido pure adesso. Una pasta, qualunque cosa. Luridi, pazzi, scoppiati Novanta. Uuuooohhh! Dicono al TG che i giovani hanno scordato i valori di una volta, che hanno perso la retta via. E' la sacrosanta verità, dico io, bravi! E guai a chi riaccende la luce! Voglio sprofondare. Abbracciare sotto mille luci strobo tutti i jukebox tristi della Terra.

Era alla festa del Mannaia che mi trovavo quando udii il primo singhiozzo. Mi voltai verso il jukebox, un Wurlitzer 1015 modernizzato che una volta apparteneva a suo padre. Dietro l'opaca lastra di plexiglass girava Smells Like Teen Spirit dei Nirvana. E io sentivo avvampare un fuoco che mi divorava da dentro. Grunge! Il figlioccio storpio e malato del XX° secolo, che più che un genere musicale si pose come atteggiamento esistenziale controcorrente, divoratore di mode ammuftite, capace di comunicare limpidamente malessere, noia, depressione e problemi giovanili. Ma con grinta, rabbia, ferocia. Roba nuova amici! Roba forte!

Quindi cosa il jukebox avesse da lamentarsi

proprio non lo afferravo... Ma poi eccomi a tre centimetri dalla cassa, ad ascoltare le sue parole confusamente mischiate tra la musica e le lacrime. Era ovvio, come avevo fatto a non capirlo subito! Lo ripugnavano alcuni dischi che il Mannaia aveva caricato nel suo pancione. "Questa roba mi sta uccidendo. Ragazzo, staccami la spina! Quando era suo padre a prendersi cura di me era tutta un'altra musica." Con fare da maniaco sbirciai al suo interno. Ossignore! Qualunque jukebox abituato a razioni di blues, jazz, e rock & roll sarebbe morto in mezzo a cotanta sozzura! Un momento: non che reputi merda tutta la produzione musicale dei '90, ma mettiamoci anche nei panni di un onesto Wurlitzer 1015. Palato finissimo signori!

"Li vedi i dischi?" Mi chiese il jukebox. "Io non ce la faccio più..." Li vedevo. Erano il suo cancro. Qualche patito di musica leggera italiana aveva avuto la bella pensata di contaminare il Wurlitzer coi dischi di Masini, Raf, Neri Per Caso, Pausini, Grignani, Elisa, Jovanotti, Lunapop, Ramazzotti e altri ancora. Provai immediatamente pietà. Ma non per molto, poichè quando capii che la canzone appena partita era T'appartengo di Ambra Angiolini, essa si trasformò in cieca rabbia. Il jukebox sfogò tutta la sua frustrazione in un pianto da neonato e io scrutai la sala in cerca del Mannaia. Eccolo! Faceva lo scemo davanti a una ragazza improvvisando un



balletto scimmiesco sulle note del brano virulento. Gli andai vicino e lo spinsi all'indietro. "Quel jukebox...STA MALE!" Urlai indicando il Wurlitzer. Il Mannaia guardò oltre il mio dito e anche altre persone si voltarono. Lo sapevo io di cosa aveva bisogno e lo dissi al Mannaia che mi guardava con gli occhi di fuori. In macchina avevo un porta CD gonfio di classici e dovevo assolutamente sostituirli a quell'immondizia che appestava la stanza. Alice in Chains, Pearl Jam, Nick Cave, Red Hot Chili Peppers, Guns 'n' Roses, U2, Kyuss... Possedevo la cura! Dovevo scendere... Prendere i CD... Salvare il jukebox... Salvare la musica... Gli anni Novanta... E perchè no, schivare il cazzotto del Mannaia che mi prese in piena faccia. Barcollai per tutta la stanza. Indietreggiai fino al jukebox e lo abbracciai per non finire col culo per terra. "Stacca la spina ragazzo, ne sta per partire un'altra..." La sua voce era impastata e carica di tristezza. Udii un suono meccanico e un altro disco finì sul piatto. Vaffanculo di Marco Masini. E quando è troppo è troppo. Afferrai il cavo e tirai forte. 'Fanculo davvero! La musica cessò e io crollai ai piedi del jukebox, sfinito, su di un piccolo lago di lacrime che continuava a espandersi.





Cinema Anni 90

a cura di Corrado Colombo

Senza ombra di dubbio il film-manifesto degli anni 90 è TITANIC (1997) di James Cameron, colossale produzione hollywoodiana che ha saputo fondere effetti speciali e buoni sentimenti, tecnologia e conflitti di classe, ma soprattutto permeare l'infelice love story tra il povero Leonardo Di Caprio e la ricca Kate Winslet di un alone magico trasportando lo spettatore in un territorio sentimentale dove la mortalità del corpo soccombe all'immortalità dell'anima. E in effetti dopo un decennio (gli anni 80) di sfrenato edonismo, di culto esasperato del corpo (muscoli e fitness per uomini e bisturi estetico per le donne), di colorata e superficiale leggerezza gli anni novanta si presentano (per contrasto e reazione ovvio!) più consistenti e cerebrali dove oltre che apparire bisogna essere. Dal corpo si passa quindi all'anima e dilaga la moda new age, con le cure del corpo che devono essere più benefiche che estetiche. Ed ecco che il cinema si popola di personaggi fantastici, angeli e fantasmi che ritornano sempre a fin di bene, coincidenze del destino e amori impossibili perché divisi da dimensioni extra-sensoriali ed extra-temporali. Apripista di questa tendenza è GHOST (1990) regia di Jerry Zucker con Demi Moore, Whoopi Goldberg e Patrick Swayze, straordinario pastiche particolarmente riuscito di amore, pratiche medium e fantasma buono che protegge e ama

per sempre la moglie. Sulla stessa scia si segnala CITY OF ANGELS (1998) di Brad Silberling con Nicolas Cage e Meg Ryan, famigerato remake hollywoodiano del capolavoro del maestro tedesco Wim Wenders IL CIELO SOPRA BERLINO (1987). A proposito di angeli ci piace ricordare il divertente MICHAEL (1996) di Nora Ephron con un John Travolta sovrappeso munito di due candide ali bianche sceso sulla terra in missione e vittima di tutte le tentazioni terrene. Sempre su questo filone si inserisce AL DI LA' DEI SOGNI (1998) di Vincent Ward dove un travolgente Robin Williams attraversa l'inferno per salvare l'anima della moglie e rinuncia al paradiso pur di stare con lei.... Gli anni 90 segnano anche il trionfo delle cinematografie nazionali che, grazie a modelli produttivi più snelli, sperimentano piccole produzioni destinate a diventare successi internazionali. In Gran Bretagna SLIDING DOORS (1998) di Peter Howitt con Gwyneth Paltrow ci racconta di una vita parallela con i vari pro e contro che può provocare un ritardo di cinque minuti. Con SHAKESPEARE IN LOVE (1998) John Madden con la onnipresente Paltrow (vera icona del cinema anni 90, ora pressochè dimenticata!) si modernizza e banalizza la grande arte del mitico bardo, anche se però l'exploit più sorprendente spetta a FULL MONTY (1997) di Peter Cattaneo, dove quattro disoccupati



s'inventano un lavoro di stripper. In Francia, dopo due decenni all'ombra della nouvelle vague con una pletora di filmettini noiosi e inutili, arriva Luc Besson che stravolge tutto l'establishment con film epocali come NIKITA (1990), LEON (1994), IL QUINTO ELEMENTO (1997) dove l'action si sposa con urgenze e tematiche autoriali di altissimo livello e dando il via ad una vera e propria scuola di nuovi cineasti. In Italia succede poco o nulla anche se comunque tre titoli varcano i confini nazionali e conquistano l'Oscar: il sopravvalutato MEDITERRANEO (1991) di Gabriele Salvatores con Diego Abatantuono, l'intenso e struggente IL POSTINO (1994) con il grande Massimo Troisi, scomparso prematuramente prima che il film fosse ultimato, e LA VITA È BELLA (1998) di e con Roberto Benigni. Comunque resta sempre Hollywood a determinare le mode e le tendenze e restando l'industria cinematografica più forte a livello mondiale premia quei film stranieri il più lontani e alieni dal proprio modo di concepire il cinema che per l'industria è sostanzialmente un fatto commerciale. Ha capito bene il meccanismo Steven Spielberg che proprio nei primi anni novanta sforna due film che sono agli antipodi e rappresentano questa intrinseca contraddizione del cinema a stelle e strisce: JURASSIC PARK (1993) e SCHINDLER'S LIST (1993) divertimento

e impegno, evasione con effetti speciali ma anche grandi temi universali raccontati con passione e maestria registica. Sempre negli anni 90 si sviluppa a Los Angeles una produzione indipendente a low budget che ha in Quentin Tarantino la sua punta di diamante, film come LE IENE (1992), PULP FICTION (1994) destabilizzano e scardinano le regole del cinema d'azione e lui stesso diventa una star, con il suo candore tutto cinefilo nel rivendicare i suoi maestri fra gli artigiani del cinema italiano di serie B (Di Leo, Fulci, Bava). Non c'è che dire un decennio alquanto movimentato, se si vuole anche un po' confuso e indeciso tra la tradizione e l'innovazione come ben rappresentano due capolavori assoluti che chiudono il secolo ma anche il secondo millennio: MATRIX (1999) dei fratelli Wachowsky e EYES WIDE SHUT (1999) di Stanley Kubrick. Apparentemente due film lontanissimi in realtà raccontano lo stesso tema ovvero la confusione e l'incapacità di distinguere la realtà reale da quella virtuale, la realtà vissuta da quella desiderata, sognata, raccontata...tutti dubbi che stanno esplodendo in questi anni!

Comix

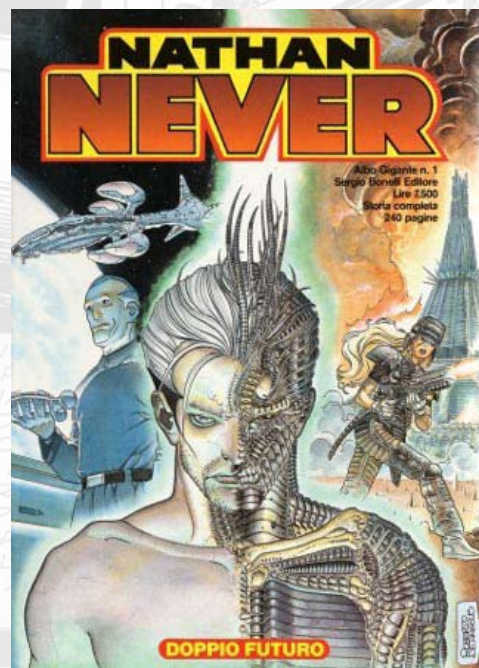
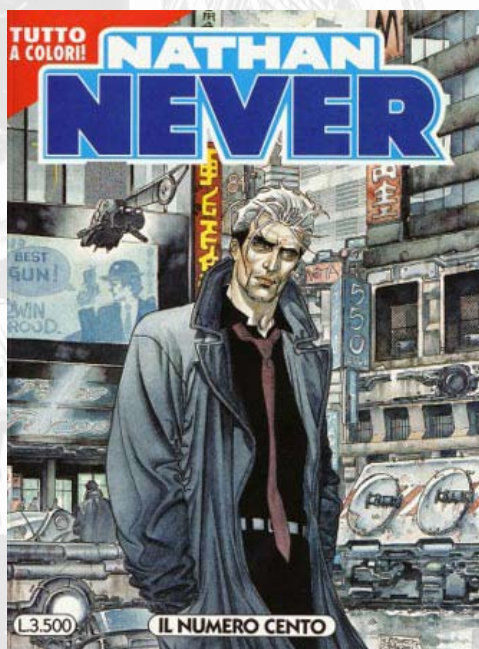
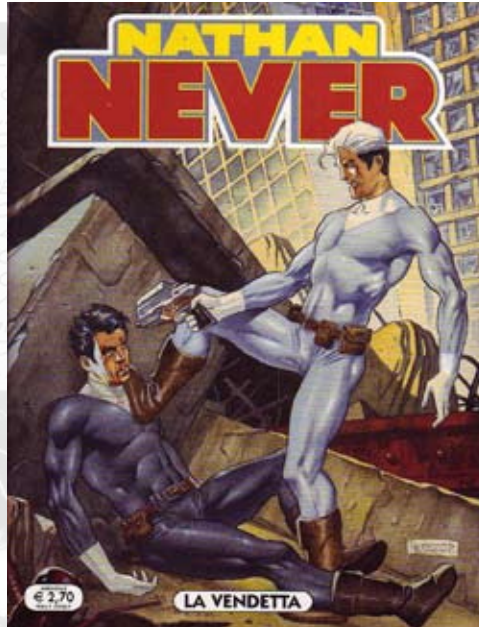
a cura di Daniela Ficetola



NATHAN NEVER

Eroe di stampo tradizionale, uomo integerrimo indurito dal lavoro ma non certo cinico e disincantato, vive le sue avventure in un futuro prossimo, in una civiltà dominata dalla tecnologia e costantemente alle prese con problemi come l'inquinamento e lo strapotere dei mass-media. Le città hanno assunto l'aspetto di sterminate megalopoli e lo Stato, resosi conto che le sole forze di polizia non riescono a fronteggiare la criminalità dilagante, ha incoraggiato la costituzione di agenzie private sovvenzionate in parte con contributi pubblici.

Creato da Michele Medda, Antonio Serra e Giuseppe (Bepi) Vigna, non possiede innesti bionici né poteri extra-sensoriali, Nathan usa la pistola soltanto quando non ha alternative.

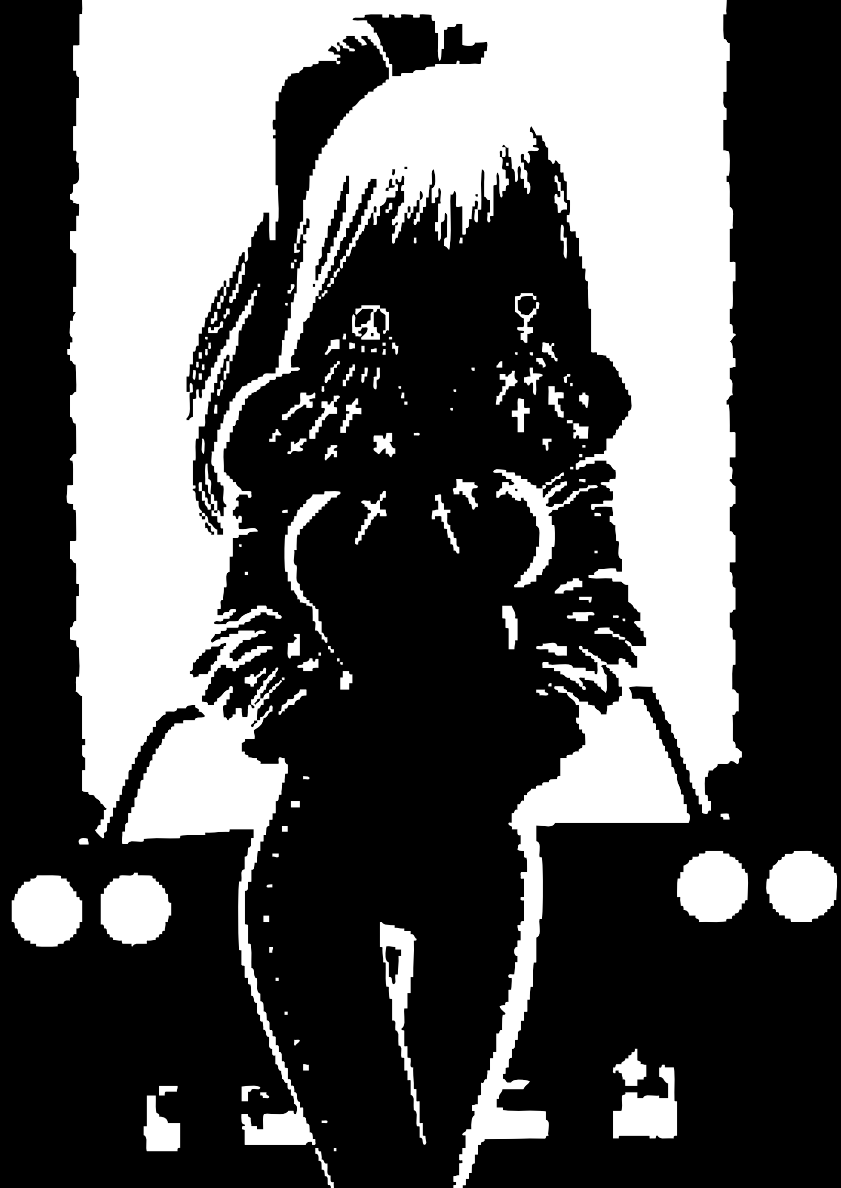


SIN CITY

Sesso, violenza e corruzione sono all'ordine del giorno, e non sempre il buono vince a Basin City, una città inventata ma maledettamente reale. Si è guadagnata il nomignolo di Sin City (città del peccato) per ovvi motivi: è teatro di una storia pulp mozzafiato, piena di violenza, azione ma anche profonde riflessioni...

Frank Miller è ritenuto un maestro da molti amanti del fumetto americano. Il suo è uno stile basato sui forti contrasti di bianco e nero: le tonalità intermedie non esistono, e questo ne sottolinea il suo carattere istintivo.

Perché nella città del peccato non può esistere nessuna sfumatura...



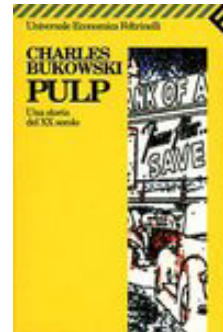
Libri

a cura di Michele Succio

PULP. UNA STORIA DEL XX SECOLO

Charles Bukowski
FELTRINELLI

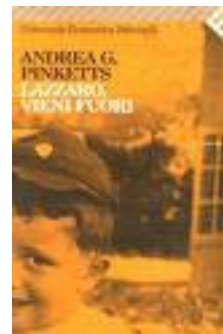
Depresso, appesantito da una pancia ingombrante, il conto in rosso, i creditori sempre alle porte, tre matrimoni alle spalle, Nick Belane è un detective, "il più dritto detective di Los Angeles". Bukowski gioca con un vecchio stereotipo e vi aggiunge la sua filosofia di lucido beone, il suo esistenzialismo da taverna e un pizzico di cupa, autentica disperazione. I bar, le episodiche considerazioni sul destino, il cinismo, l'ormai sbiadito demone del sesso, il fallimento preprofessionale ed esistenziale.



LAZZARO, VIENI FUORI

di Andrea G. Pinketts
FELTRINELLI

Anche Andrea G. Pinketts è stato piccolo, Lazzaro no. Era già grande alla sua prima avventura che è una fiaba d'azione. Dove il Bene e il Male si scontrano con il "bene o male" e ne escono sconfitti. Quando i cani latrano ed i maiali abbaiano, quando i nani e i giganti si incontrano nello stesso piccolo paese, allora è il caso che Lazzaro Santandrea intervenga. Fra Peter Pan e il mostro di Firenze, fra Mary Poppins e Mary Riley, fra pedofili e cinefili, fra Swift e Swing, la genesi della letteratura pinkettsiana.

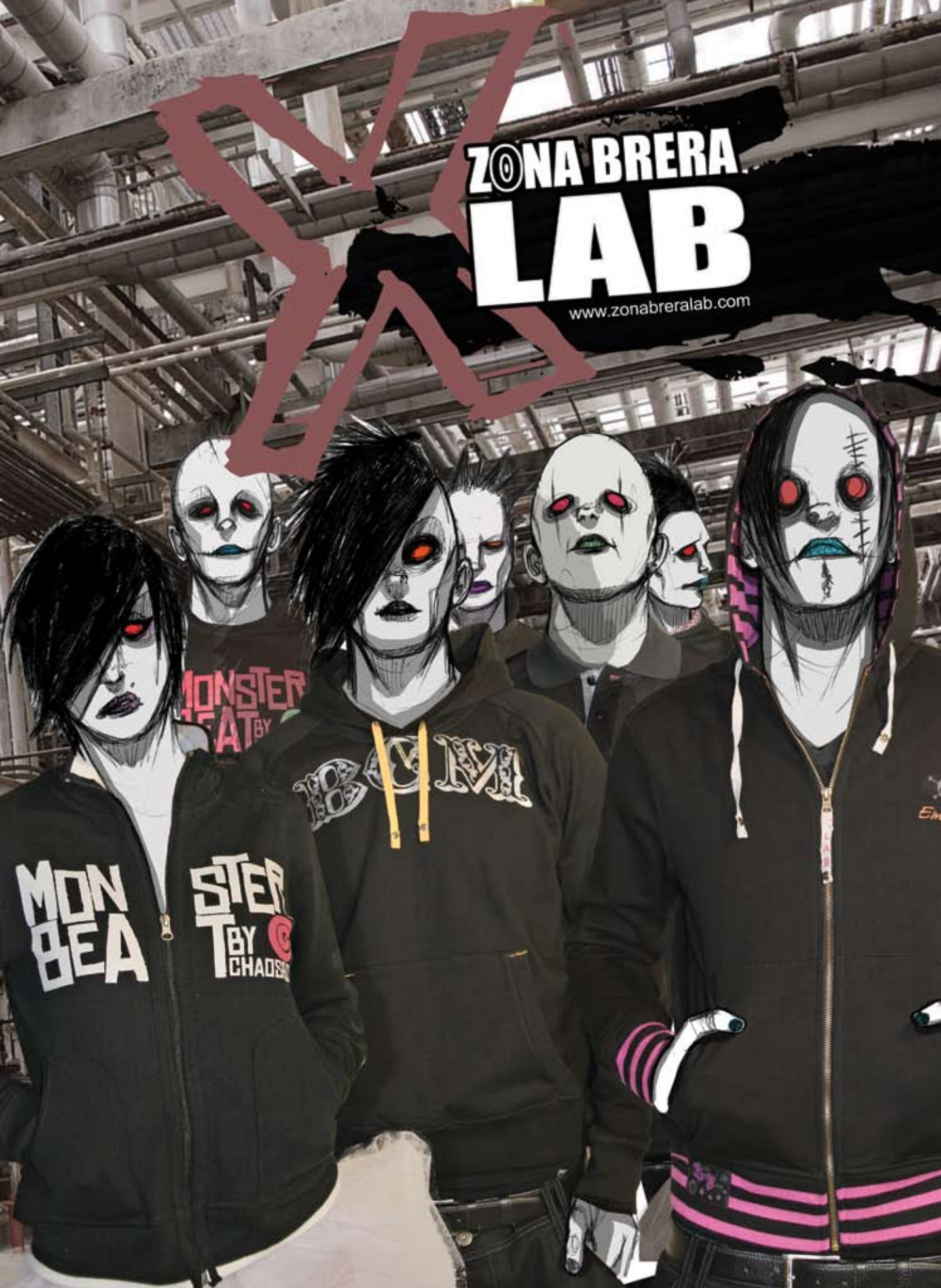


VISTO CHE SIETE CANI

di Fontana Walter
RIZZOLI

Un carismatico impresario cerca comici, non troppo giovani e abbastanza falliti, per un nuovo spettacolo che girerà i teatri d'Italia. Si presentano due fratelli sulla trentina, una coppia (lui e lei, ognuno convinto di far lavorare l'altro per compassione), un'attrice che non si è mai esibita in pubblico, una triste tribute band (fanno i Kiss, zatteroni compresi) che ha risposto all'annuncio sbagliato. Dopo la prima serata (disastrosa), tutti si accorgono che il teatro è solo una copertura: l'impresario li trascina a svaligiare un negozio di computer. Il doppio lavoro funziona egregiamente, fino al malaugurato colpo di scena: lo spettacolo comincia ad avere successo...





ZONA BRERA LAB

www.zonabreralab.com

MONSTER
FEAT BY

MON
BEA

STER
TBY
CHAOS

BOY
M

Em



caos deterministico

<http://caosdeterministico.blogspot.com>



2008 © <http://caosdeterministico.blogspot.com>



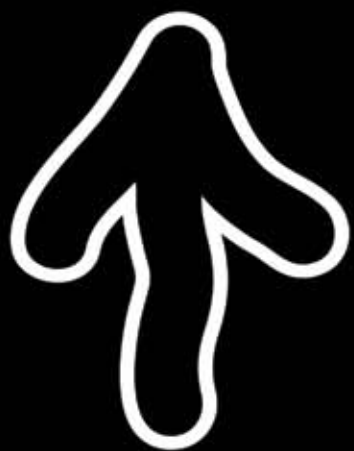
2008 © <http://caosdeterministico.blogspot.com>



2008 © <http://caosdeterministico.blogspot.com>



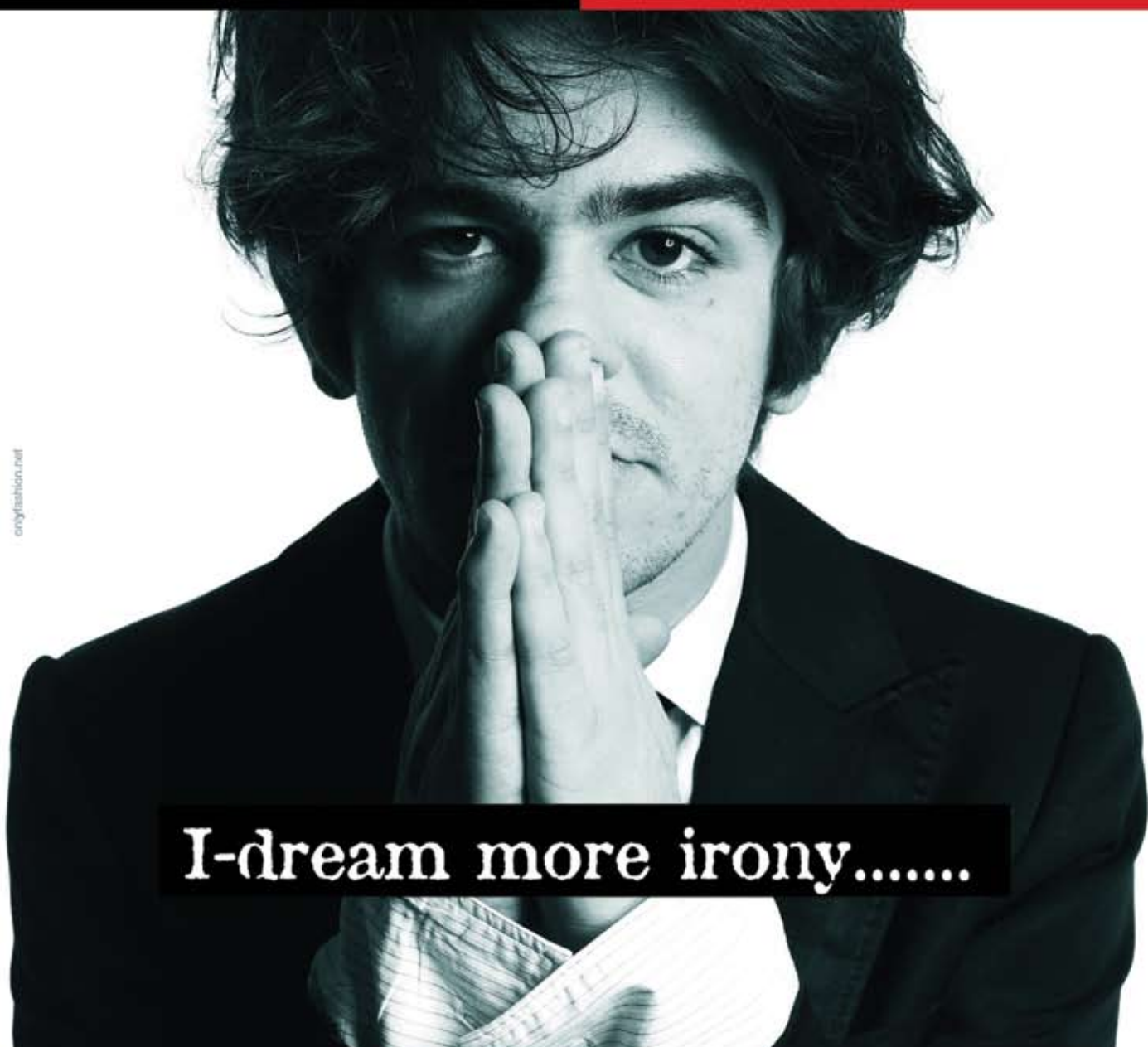
2008 © <http://caosdeterministico.blogspot.com>



NORDKAPP
the dream maker®

**COM
MUN
ITY**

www.nordkapp.it



I-dream more irony.....

LA PANCHINA CON LE PALLE

ATTORI: IVAN, MOY, RICCARDO
FOTOGRAFIA: DAVIDE ROSSETTI
GRAFICA: DAVIDE ROSSETTI







Ascolta se vuoi far colpo sulla tipa ti aiuto io! Io ho fatto ginnastica e il mio è aumentato di 10 cm!!

Ma vai a ca**re!!
Non c'è modo di farselo crescere!



No! Ascolta, anch'io pensavo che non si potesse fare niente, ma poi su internet ho trovato degli attrezzi che lo fanno crescere! Ora sono una belva..spacco tutto!!

Ma vaaa dai..





Toh!! Guarda qua zio!! Calcola che ne vedi solo metà...e ti ho detto tutto!!

ma te non sei normale!

infatti sono un animale!!!



Dai su... non sentirti male zio! Magari anche tu in un futuro diventerai come me..forse!

Madonna..
non mi sento mica bene!
Adesso dovrò andare dallo psicologo per anni...



Ecco, va chi arriva..
meno male che lui
non è un animale
come te!!

Non ne sarei
così sicuro zio...



Gualda che roba!!!
Sono una bestia
anch'io!!

AHAHAH!!!
Zio ci sei cascato
come un pistola!
E'uno scherzo!!



Ma vaff***!!
Mi avete fatto
venire un colpo
bastardi!!!

AHAHAH!!
Ma gualda che il
suo era finto
il mio no!!

CONTINUA ...

AAA

Cerca G.A.Z !!!

Stiamo cercando i nostri lettori
piu' attenti.

Se hai scoperto il nostro free press
e pensi che ti piacerebbe
trovarlo anche nella tua città
scrivici e consigliaci il locale
che ritieni più giusto!
Vogliamo arrivare
proprio da te!

G.A.Z è qui !!!



FREE PRESS TRIMESTRALE
N.12 - AUTUNNO 2008

G.A.Z
GENUINE ANAR *Chic* ZEAL

Direttore responsabile
Elisabetta Friggi

Redazione:
Daniela Ficetola, Massimiliano Mazza
Michela Tieppo, Michele Succio,
Valentina Di Mauro

In & Out:
a cura di Daniela Ficetola

Cinema:
Corrado Colombo

Musica:
Filippo Santaniello

Responsabile fotografia:
Davide Rossetti

Impaginazione grafica
a cura di Davide Rossetti e Irene Roghi

Grafica web:
Maxnet, a cura di Zillur Ramman

In questo numero hanno collaborato:
Alice Mascheroni, Claudio Riolo,
Daniele Dramisino, Irene Roghi, Isabella Rotti,
Ivan Mazza, Liz, Michela Tieppo, Michele Zasa,
"Moy" Moises Gallavotti, Riccardo Hulikai,
Rodolfo Di Maggio, Stefania Cattaneo

Redazione G.A.Z
Via Scarlatti 30
20124 MILANO
Tel.0039.02.66982599
Fax 1782786862
Email: redazione@gazmagazine.net
www.gazmagazine.net

Marketing Advertisement:
adv@gazmagazine.net
Michele Succio

G.A.Z fashion magazine
Autorizzazione del Tribunale di Milano
n. 464 del 01/06/2005

G.A.Z Distribuzione gratuita:
(Milano) Lombardia - Abruzzo - Emilia Romagna -
Friuli - Lazio - Liguria - Marche - Piemonte - Puglia
- Sardegna -
Sicilia - Toscana - Val D'Aosta - Veneto
Stampa:
ARTI GRAFICHE STEFANO PINELLI Srl
Via R.Farneti, 8 - 20129 Milano
tel. 02.204.77.22
www.gruppopinelli.it

G.A.Z Fashion Magazine cerca: fumettisti, disegnatori,
pittori, poeti, fotografi e collaboratori per redazione
articoli, vendita spazi pubblicitari. Requisito essenziale: la
passione!
Scrivere alla redazione: redazione@gazmagazine.net
o inviare fax al n.1782786862

Potete inviare le vostre e-mail a :
redazione@gazmagazine.net

MILANO FASHION AGENT

DEDICATO AI RAPPRESENTANTI
FOR RAPPRESENTATIVE/AGENT ONLY

SE STAI CERCANDO NUOVI MARCHI DA RAPPRESENTARE CONTATTACI
IL NS. SERVIZIO E' GRATUITO

IF YOU ARE SEARCHING NEW BRANDS TO RAPRESENT CONTACT US
OUR SERVICE IS FREE

I NS. INSERZIONISTI PUBBLICITARI SONO SEMPRE ALLA RICERCA DI
RAPPRESENTANZE PER COMPLETARE LE AREE DISTRIBUTIVE
IL NS. SERVIZIO E' GRATUITO E PERMETTE DI DAR LORO UN DATABASE PER
POTERVI CONTATTARE

OUR ADVERTISEMENT CLIENT ALWAYS SEARCH RAPRESENTATIVES TO
COMPLETE THE SELL AREAS
OUR SERVICE IS COMPLETE FREE TO PERMIT HAVE THEM A DATABASE TO
CONTACT YOU

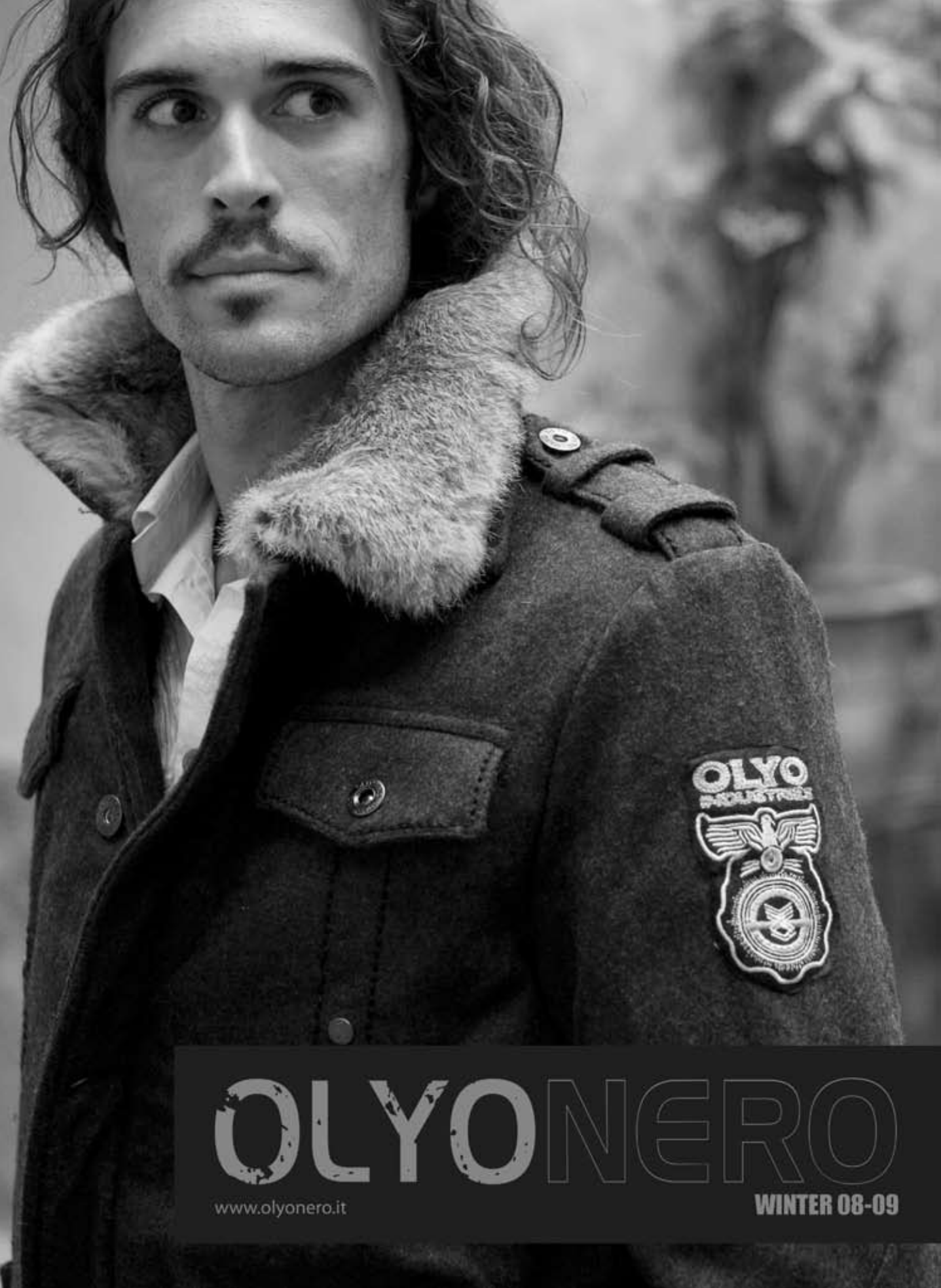
MILANO FASHION AGENT

Info & contact:

tel: 0039.02.66982599

fax: 1782786862

e-mail: fashionagent@gazmagazine.net



OLYONERO

www.olyonero.it

WINTER 08-09