

Genuine Anarchic Zeal

G.A.Z

MAGAZINE

INTERPRETAZIONI

Francesco Mai

ART GALLERY

Novalis Fine Arts

SPECIAL

Andrea Carlo Cappi

VISIONI

Malena Mazza

CATELLAN

DJ ON AIR



www.olyonero.it

**OLYO
NERO**

Show Room : LOMBARDIA Milano, Via Scarlatti 30 - Tel. +39 02 6698 7787 - Milano, Via Comelico 3 - Tel. +39 02 4547 9884 - Milano, Via Iacopo Palma 8 - Tel +39 02 40076170 - Crema, Via Borgo S.Pietro 77 Tel. +39.0373 81348 - PIEMONTE Varallo Pombia (NO), Via Santissima Trinità 25 +39 3248425 - LIGURIA Genova, Via delle Eliche 35/37 Tel. +39 010 3074750 - FRIULI VENEZIA GIULIA Montebelluna (TV), Via Torresan 14 Tel. +39 0423 609720 - EMILIA ROMAGNA Casalecchio di Reno (BO) Via Caduti di Reggio Emilia 12 Tel. +39 051 75 9845 - TOSCANA Fiesole Caldine (FI) Via Del Palazzaccio 5 Tel. +39 055 8396342 - M.U.A.M Cepagatti (PE), Via Faiolo 15/18 Tel. +39 085 9749514 - LAZIO Fiano Romano (RM), Via Po 47 Int. 2 Tel. +39 06 64780734 - PUGLIA Bari, Via Camillo Rosalba 38/A Tel. +39 080 5046519 CAMPANIA Napoli, Via G.Porzio 4 - Isola G/1 sc.D int 67/68 Tel Centro Direzionale Tel. +39 081 7500848 - CALABRIA Pellarò (RC), Via Mortara 45 Tel. +39 0965 671144 - SICILIA Palermo, Corso Domenico Scinà 51 Tel. +39 091 6014520, S. Agata Li Battiati (CT), Via G. Vaccarini 11/C Tel. +39 095 4193420 - SARDEGNA Cagliari, Viale Monastir Km. 5,200 Cas. 5 Tel. +39 070 240540 - GRECIA Thessaloniki, Monastiriou Str. 183 Tel. +30 23 10550109 - SPAGNA Museros-Valencia, Av. Barcelona 82, 46136 Tel. +34 961404167 GIAPPONE 7-2-32 Tanimachi, Chuo-ku, Osaka 542-0012 Tel. +06 43047791

Costumer care Tel. +39 02 67491263



www.olyo.it

OLYO 
fashion industries

Show Room : LOMBARDIA Milano, Via Scarlatti 30 - Tel. +39 02 6698 7787 - Milano, Via Comelico 3 - Tel. +39 02 4547 9884 - Milano, Via Iacopo Palma 8 - Tel. +39 02 40076170 - Crema, Via Borgo S. Pietro 77 Tel. +39.0373 81348 - PIEMONTE Varallo Pombia (NO), Via Santissima Trinità 25 +39 3248425 - LIGURIA Genova, Via delle Eriche 35/37 Tel. +39 010 3074750 - FRIULI VENEZIA GIULIA Montebelluna (TV), Via Torresan 14 Tel. +39 0423 609720 - EMILIA ROMAGNA Casalecchio di Reno (BO) Via Caduti di Reggio Emilia 12 Tel. +39 051 75 9845 - TOSCANA Fiesole Caldine (FI) Via Del Palazzaccio 5 Tel. +39 055 8396342 - M.U.A.M Cepagatti (PE), Via Faiolo 15/18 Tel. +39 085 9749514 - LAZIO Fiano Romano (RM), Via Po 47 Int. 2 Tel. +39 06 64780734 - PUGLIA Bari, Via Camillo Rosalba 38/A Tel. +39 080 5046519 - CAMPANIA Napoli, Via G. Porzio 4 - Isola G/1 sc. D int 67/68 Tel Centro Direzionale Tel. +39 081 7500848 - CALABRIA Pellarò (RC), Via Mortara 45 Tel. +39 0965 671144 - SICILIA Palermo, Corso Domenico Scinà 51 Tel. +39 091 6014520, S. Agata Li Battiati (CT), Via G. Vaccarini 11/C Tel. +39 095 4193420 - SARDEGNA Cagliari, Viale Monastir Km. 5,200 Cas. 5 Tel. +39 070 240540 - GRECIA Thessaloniki, Monastiriou Str. 183 Tel. +30 23 10550109 - SPAGNA Museros-Valencia, Av. Barcelona 82, 46136 Tel. +34 961404167 GIAPPONE 7-2-32 Tanimachi, Chuo-ku, Osaka 542-0012 Tel. +06 43047791

Costumer care Tel. +39 02 67491263

ZONA BRERA RED LABEL

Show Room : LOMBARDIA Milano, Via Scarlatti 30 - Tel. +39 02 6698 7787 - Milano, Via Comelico 3 - Tel. +39 02 4547 9884 - Milano, Via Iacopo Palma 8 - Tel +39 02 40076170 - Crema, Via Borgo S.Pietro 77 tel. +39.0373 81348 - PIEMONTE Settimo Torinese, Via Torino 118/L Tel. +39 011 8960868 - LIGURIA Genova, Via delle Eliche 35/37 Tel. +39 010 3074750 - FRIULI VENEZIA GIULIA Montebelluna (TV) Via Torresan 14 Tel. +39 0423 609720 - EMILIA ROMAGNA Casalecchio di Reno (BO) Via Caduti di Reggio Emilia 12 Tel. +39 051 75 9845 - TOSCANA Fiesole Caldine (FI) Via Del Palazzaccio 5 Tel. +39 055 8396 - M.U.A.M Cepagatti (PE), Via Faiolo 16/18 Tel. +39 085 9749514 - LAZIO Fiano Romano (RM), Via Po 47 Int. 2 Tel. +39 06 64780734 - PUGLIA Bari, Via Camillo Rosalba 38/A Tel. +39 080 5046519 - CAMPANIA Napoli, Via G. Porzio 4 Isola G/1 sc.D int 67/68 Centro Direzionale Tel. +39 081 7500848 - CALABRIA Pellarò (RC), Via Mortara 45 Tel. +39 0965 671144 - SICILIA Palermo, Corso Domenico Scinà 51 Tel. +39 0916014520 - S. Agata Battiati (CT), Via G. Vaccarini, 11/C Tel. +39 095 4193420 - SARDEGNA Cagliari, Viale Monastir Km. 5,200 Cas. 5 Tel. +39 070 240540 - GRECIA Thessaloniki, Monastiriou Str. 183 Tel. +30 23 10550109 - SPAGNA Museros - Valencia, Av. Barcelona 82, 46136 Tel. +34 961404167 - RUSSIA Moscow, Derbenevskaya Str.10 - Tel. +7 49 52 35 83 65

Costumer care Tel. +39 02 67491263



EDITORIALE

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

Tappa: Moda a Las Vegas

Appena rientrati da una delle fiere di moda più grandi al mondo "WWD MAGIC" a Las Vegas, siamo pronti per l'uscita di questo nuovo numero settembrino con più *power* direbbe un americano.

Come non subire il fascino di una città costruita nel deserto? Per chi non l'avesse già visto, il vecchio film "Bugsy" può ripercorrerne la nascita tra difficoltà, critiche e contraddizioni.

La "Sin City" ("Città del peccato") offre altresì l'occasione di una passeggiata lungo la *strip* ammirando pezzi d'Italia simbolo della nostra arte, cultura ed italianità, dal Venetian Hotel con tanto di gondole e canali, al Bellagio Hotel, fino al Caesars Palace con la riproduzione del David di Michelangelo, il tutto contestualizzato e decontestualizzato allo stesso tempo in una visione e riproduzione simbolica delle bellezze del globo, dalla sfinge dell'antico Egitto alla Torre Eiffel di Parigi, all'Empire State Building e la statua della libertà di New York.



Un grande parco giochi dove luci e proiezioni dei megaschermi si confondono con maestosi giochi d'acqua delle pompose fontane; tutto il mondo viene a divertirsi e ci scommettete? Anche a fare moda.

Gioco, follia, incontro di culture.

parah[®] *Noir*

PH. FRANCESCO CARPENTIERA

parah.com

Phone +39 0331 704200

Accessories:
parah
by
no.nu

Vivienne Westwood

ANTI-CONFORMISM AND SENSE OF TRADITION

Vivienne Westwood: *«Hai una vita molto più interessante se indossi abiti unici».*

Nei suoi oltre 35 anni di attività la carriera di Vivienne Westwood è stata alimentata da una vorace curiosità intellettuale. Dalle destrutturazioni geometriche delle prime collezioni alle sfide sartoriali degli anni '90, il suo paradigma stilistico riflette una sistematica esplorazione della storia del costume.

Nell'aprile del 2004 il Victoria & Albert Museum di Londra inaugura la retrospettiva dedicata alla carriera di Vivienne Westwood, una delle stiliste più influenti degli ultimi trent'anni. La mostra è il più grande tributo che il museo abbia mai dedicato a uno stilista di moda ed espone capi selezionati direttamente dalla collezione privata del V&A e dall'archivio personale della designer inglese. La mostra italiana - promossa dall'Assessorato alla cultura di Milano, prodotta e tenutasi a Palazzo Reale nel 2007/08 con l'organizzazione del Victoria & Albert Museum di Londra, Vivienne Westwood Ltd. e Arthemisia - ha rappresentato la tappa di un tour che, partendo da Londra, ha toccato la National Gallery of Australia a Canberra, il Bund a Shanghai, il Fine Arts Museum a Taipei, il Mori Arts Center Gallery a Tokyo, l'NRW Forum a Düsseldorf, il Thailand Creative and Design Centre a Bangkok e il De Young Museum a San Francisco.

La ricchezza di idee che ha animato negli anni le creazioni della stilista, incanta per la densità e complessità dei riferimenti alle arti pittoriche e letterarie.

Un percorso organico, guidato dall'amore per la cultura e da un infaticabile bisogno di testare continuamente i limiti culturali della nostra società. Così gli abiti-slogan dell'epoca punk, molotov contro i tabù culturali dell'Inghilterra post hippy, siedono a proprio agio accanto alle campagne contro l'omologazione e la propaganda culturale che caratterizzano alcune delle sue ultime collezioni.

Lo stesso zelo intellettuale che Vivienne Westwood ha applicato alla riflessione sull'anatomia femminile, sperimentando attraverso gli anni i modi in cui un abito, cambiando e forzando spesso le geometrie, possa diventare protesi erotica destabilizzante, assertività e affermazione di individualità nello spazio e nella società. Anche attraverso gli accessori, spesso erotici, come le famosissime zeppe "mock-croc" di colore blu che indossava Naomi Campbell nel 1993 quando cadde in passerella.

Nelle parole di Claire Wilcox, curatrice della mostra di Londra, *«Vivienne Westwood racchiude un particolare tipo di "britishness", che combina anti-conformismo e senso della tradizione».*

Un amore e rispetto profondo per il passato e la tradizione che, anziché imbrigliare l'ispirazione, ha dato vita ad uno dei più (concettualmente) sovversivi detonatori creativi mai conosciuti nella storia della moda.



Photo: RANKIN



Sala 2_Pirates_Foto di Pierluigi Siena per Artemisia



Sala 4_The art of Fashion_Foto di Pierluigi Siena per Artemisia



Sala 4_Tailoring – particolare_Foto di Pierluigi Siena per Artemisia



Sala 7_Evening wear – particolare_Foto di Pierluigi Siena per Artemisia



Sala 8_
Ball room_
Foto di Pierluigi Siena per Arthemisia





CONTENTS

In copertina: Foto di **Ida Schmid**

10 Vivienne Westwood

30 Dj On Air
Dj Catellan

46 Speciale
Andrea Carlo Cappi

66 Visioni (spazio promosso da OLYO fashion industries)
Malena Mazza "Mother&Sons"

84 Interpretazioni
Francesco Mai

112 Sex Symbol
Liz... ultima diva

122 Teatro
A Milano...

parah®

Foto: FRANCESCO CHELAPPI/ATA



Phone +39 0331.704200 parah.com

EROS ED EROTISMO

“Scuote l'anima mia Eros, come vento sul monte che irrompe entro le querce; e scioglie le membra e le agita, dolce amaro indomabile serpente.”

Saffo (VII secolo a.C. - VI secolo a.C.), poetessa, greca

“L'amicizia fra un uomo e una donna è sempre un poco erotica, anche se inconsciamente.”

Jorge Luis Borges (1899 - 1986), scrittore, argentino

Proverbia Yiddish

“Appiccicoso, umido, primordiale, che ti prende alla testa, è l'odore della donna che desideri.”

Ilya Stogoff (1971), scrittore, russo

“La mente può anche essere considerata come una zona erogena.”

Raquel Welch (1940), attrice, statunitense

“Nel quasi toccarsi: è lì che si sente l'erotismo.”

Emma Thompson (1959), attrice e sceneggiatrice, inglese

“Una donna non può non avvertire lo sguardo di desiderio che si posa su di lei, sia pure in una stanza affollata, sia pure quando non è in grado di individuarne la fonte.”

John Maxwell Coetzee (1940), scrittore e critico letterario, australiano

“Una donna è donna fino al giorno in cui muore, ma un uomo è uomo solo finché ci riesce.”

Moms Mabley (1894 - 1975), attrice comica, statunitense

Sono stanca di tutte queste stupidaggini riguardanti la bellezza che è solo superficiale.

È profonda quanto basta. Cosa vorresti, un grazioso pancreas?

Jean Kerr (1923 - 2003), scrittrice e commediografa, statunitense

Esser donna è così affascinante.

È un'avventura che richiede un tale coraggio, una sfida che non finisce mai

Oriana Fallaci (1929 - 2006), scrittrice e giornalista, italiana

È UNA SORTA DI FIORITURA IN UNA DONNA.

SE HA FASCINO, NON HA BISOGNO DI NIENTE ALTRO;
SE NON CE L'HA, TUTTO IL RESTO NON SERVE A MOLTO

JAMES MATTHEW BARRIE (1860 - 1937), ROMANZIERE E DRAMMATURGO, SCOZZESE

(Rodolfo Di Maggio)

elite

FASHION ACADEMY

A DREAM COMES TRUTH

Vuoi trasformare la tua
passione per la moda in
una vera professione?

Sono aperte le
iscrizioni ai corsi di:

Fotografia
Modeling
Fashion stylist
Make-up & Hair stylist

Contattaci:

Tel. +39 02 46752777

www.elitefashionacademy.it
info@elitefashionacademy.it



Gary Harvey

SFILA E GETTA

Sono in molti e da molto tempo a sostenere che nella moda non ci sia più nulla da inventare.

Gary Harvey evidentemente non la pensa allo stesso modo e, soprattutto, ci tiene a dimostrarlo.

Lo stilista inglese, già nel febbraio 2007 aveva presentato la sua prima collezione a “Esthetica” durante la London Fashion Week. Il concetto fulcro di “Esthetica” è l’approccio ad una moda etica, nella quale stilisti e creativi si impegnano a realizzare collezioni basate sui principi di ecologia e bio organica.

Il primo approccio di Harvey con la moda usa e getta avvenne ai tempi della sua direzione creativa per Levi’s, durante la realizzazione di una campagna pubblicitaria per la nota marca. Resosi conto di aver bisogno di un’idea “drammaticamente” nuova, prese 42 paia di jeans modello 501 per farne un unico sontuoso ed incredibile abito.

Gary Harvey è tornato a proporsi con il suo “sfila e getta” all’ultimo Festival del Design di Tokyo.

Una sfilata che non è solo sfoggio di un nuovo pensiero creativo ma un importante segno di protesta dichiarato contro gli sprechi della moda.

E, pur volendosi astenere dal discutere cause ecologiste, torti e ragioni, concetti e filosofie, non si può che rimanere affascinati da tanto inesauribile talento!

A voi i giudizi, insieme al piacere di un’immagine che si racconta da sola.

(Michela Tieppo)



30 copie del Financial Times costituiscono i sorprendenti volumi di questo abito in stile anni '50.

Foto: **Ida Schmid**

MODA E CONTAMINAZIONI

Max Mazza e il Cyber Tree DM_1

L'ultima creazione dello stilista Max Mazza è l'albero meccanico Cyber Tree Dm_1, un'installazione artistica, realizzata con lo scultore Andros, dai toni avanguardistici e visionari, totem della neonata collezione di jeans "Olyo Denim".

Lo stilista, non nuovo a contaminazioni fra arte e moda, già negli anni '80 presentava le sue collezioni appendendo i capi al soffitto costringendo i visitatori a stare col naso all'insù! L'anno scorso festeggiava i dieci anni del "Barboun", giaccone multiuso, capolavoro d'ingegneria dell'abbigliamento, presentato in trade union con Don Mazzi e i City Angels in un'azione di solidarietà svoltasi alla Stazione Centrale di Milano durante il Natale 2008. Due anni fa nasceva "Zona Brera Lab", una collezione di t-shirt teen, realizzata dall'incontro di artisti e stilisti.

Nell'anno di celebrazione del Futurismo vale la pena dire: «perchè l'arte entri dovunque».





8 gli operatori necessari per la manutenzione e l'accensione del Cyber Tree DM_1





4 i cameraman che hanno ripreso i due giorni di set per la realizzazione dei 10 spot dedicati.

70 mq., 20 fari luminosi, 400 denim, 4 macchine del fumo, 2 macro ventilatori, 100 Kw, 2 occhi di bue.
Questi gli elementi necessari per la realizzazione della scenografia.



10 i minuti di pausa necessari dopo l'utilizzo delle macchine del fumo .

Il risultato:
12 ore di lavoro,
10 spot,
5.000 scatti... 1 scatto ogni 8 secondi.



DJ Cattelan

Alessandro Cattelan arriva alla redazione di G.A.Z. in una giornata caldissima...a piedi! Una sana abitudine da bravo ragazzo con grinta. Nato a Tortona, classe 1980, Alessandro macina subito successi: da VIVA (poi All Music) nel 2001 all'approdo a MTV Italia, dove conduce Total Request Live e Lazarus. Fino all'attività a Radio 105, dove lavora dal 2006. Senza contare il suo primo libro, il best seller "Ma la vita è un'altra cosa", incentrato su due ragazzi alla ricerca dei protagonisti della canzone italiana. Un talento naturale per la comunicazione in ogni sua forma.

Come nasce la tua passione per la comunicazione?

È tutto cominciato per caso, poteva durare sei mesi e poi è andata bene. Non ho mai avuto il sogno di fare provini in radio o televisione. Adesso che ho acceso un mutuo, incomincio a considerarlo un lavoro. Prima era qualcosa che mi divertiva, per cui venivo pagato tanto rispetto ai miei coetanei e che mi permetteva qualche viaggio in più.

Quindi cos'avresti fatto nella vita?

Avrei fatto un lavoro normale come tutti, forse il traduttore, anche perché i miei genitori non avevano l'azienda!

Ma qual'è stato l'evento che ti ha cambiato la vita?

Sono stati una serie di eventi. Una persona è venuta nella mia scuola a promuovere dei book fotografici. Insieme a dei compagni di classe, alti, bassi, belli, brutti, grassi, magri, ci siamo presentati al provino quasi per ridere. Ho fatto un book e poi nulla. Dopo tre anni, mi hanno chiamato per una pubblicità. Dopo un altro anno di silenzio, uno degli autori, mi ha cercato come nuovo volto per All Music. Ho fatto un provino e da lì poi è andata in crescendo.

Sei attratto anche da altri ambiti della comunicazione, per esempio la musica, so che hai creato un gruppo..

Sì, anche se il gruppo non esiste più. È stata un'idea che è nata per divertirmi insieme a Gianluca Quagliano (GQ), un mio amico di Tortona. Visto che c'era TRL di mezzo, abbiamo anche fatto un video ed è andata bene, ma non penso che avrà un seguito.

E la tua passione per la scrittura come nasce? L'anno scorso è uscito il tuo primo romanzo, scritto con Niccolò Agliardi, Ma la vita è un'altra cosa ed è andato benissimo...

Mi piace provare a fare musica perché mi piace sentirla, scrivere perché mi piace leggere. Anche lì è andata bene. Il primo è diventato un best seller subito. Adesso sto finendo il secondo.

Da un punto di vista letterario, so che hai una predilezione per Irvine Welsh. Altri autori che ami?

Mi piacciono molto gli americani, perché sono divertenti: Yates, Palahniuk, Bret Easton Ellis in assoluto, forse il mio scrittore preferito.

Il tuo rapporto con l'immagine com'è, da narcisista o da menefreghista?

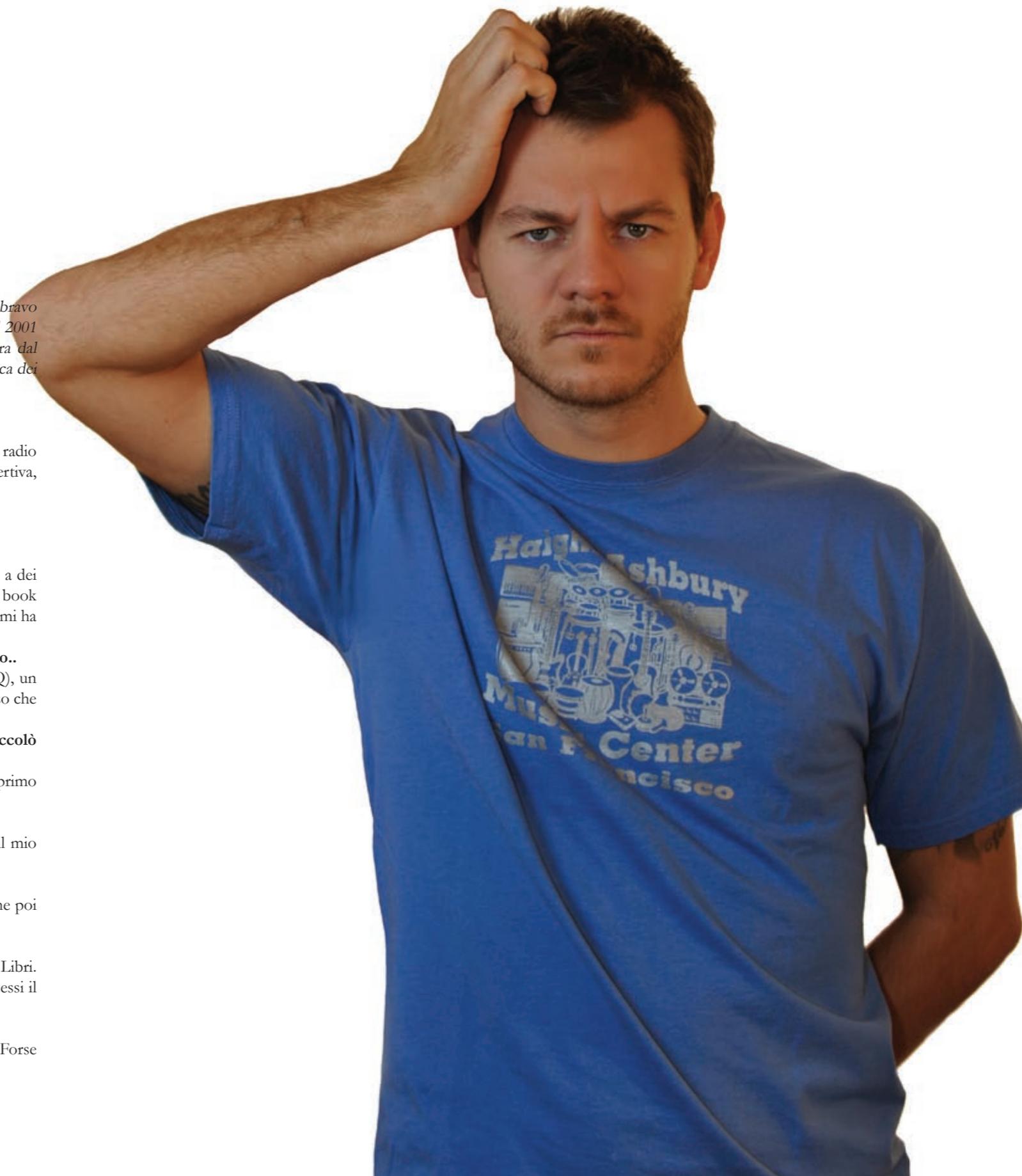
Né l'uno, né l'altro. Dal 2001 credo di non aver speso più di 100 euro in vestiti. Mi regalano molti capi e non è che poi abbia bisogno di tanta roba. Ho le mie preferenze, ma sono abbastanza semplice, mi basta sentirmi a mio agio.

Uno degli aspetti migliori del tuo lavoro è senza dubbio l'aspetto economico. Come lo sfrutti di più?

Mangiare e viaggiare sono i soldi spesi meglio. E poi le spese importanti, come comprare la casa ai miei genitori. Libri. Dischi, ma spendo poco anche per quelli. [Ride]. E bèh, facendo la radio almeno i dischi cerco di farmeli dare, facessi il macellaio vorrei il prosciutto gratis!

C'è un ambito della comunicazione che ti piacerebbe sperimentare. Non so: il teatro, il musical...

Il teatro no, mi mette un'ansia terribile. Pensavo lo stesso del cinema e l'ho anche rifiutato, mi sembrava noioso. Forse





adesso però lo proverei. E poi almeno al cinema se sbagli puoi rimediare.

Esiste una tua giornata tipo?

Dipende dai periodi. In questo momento la mia giornata tipo è: mi sveglio, faccio colazione, scendo, leggo La Gazzetta, torno a casa, mi preparo, vado in radio a piedi. Torno a casa, mangio e scrivo finché riesco. Poi esco con gli amici, una birra, torno a casa e dormo. E qualche viaggio ogni tanto.

Inconvenienti dell'essere famosi: le ragazzine che ti inseguono...

Non direi. Sono appena stato in vacanza con la mia fidanzata e mi hanno fatto delle foto, ma di inconvenienti non ne ho. Per fortuna ho una fama gestibile, la mia privacy è intatta e mi fa piacere che la gente mi fermi per strada.

So che il tuo cantante preferito è il grande Frank Sinatra. È curioso detto da un ragazzo della tua generazione.

Il tempo non c'entra. Mi piacciono quelli bravi per davvero, come Elvis e Frank Sinatra. Poi adoro i Beatles. Sono un fan accanito, ho tutto di loro, dai dischi ai quadri. Sono anche stato a Liverpool tra i luoghi di culto, come il Cavern o alla mostra sui Beatles che hanno fatto allo Spazio Oberdan a Milano.

Progetti nuovi in cantiere?

Progetti ne ho tantissimi, ma adesso, vista la crisi, è un brutto momento per proporli. Ho avuto il mio momento massimo con Lazarus, il mio primo programma scritto e ideato da me.

In Lazarus tu e Mandelli viaggiate negli USA tra i luoghi in cui le icone pop sono venute a mancare. Ti piacerebbe realizzare un altro progetto on the road?

Lazarus era una scusa per viaggiare a spese altrui! Però se ci metti l'idea di fondo buona, viene un programma strepitoso. Infatti "Lazarus" avuto un successo pazzesco. Dovremmo fare una seconda versione ma aspettiamo di trovare una valigia piena di miliardi di dollari!

E la tua esperienza con Le Iene com'è andata? Tu hai una faccia da bravo ragazzo che contrasta molto con l'immagine da Iena...

Le iene è un programma fantastico. Quando mi chiamano "iena" mi sembra di mancare di rispetto alla gente che passa in redazione tutta la giornata. Ho fatto un po' di servizi, in alcuni mi sono divertito, in altri meno, ma non è nelle mie corde. Mi piacerebbe di più farlo in studio. Alle Iene devi proprio aver voglia di rompere le scatole alla gente. Mi piace essere cattivo nell'immediato, ma non pedante.

All'inizio ti metteva soggezione incontrare le celebrità che hai intervistato?



No, ma credo che sia questo il motivo per cui ho continuato a fare questo lavoro. Non ho mai subito il fascino dei personaggi famosi. Forse l'unico è stato Baglioni, perché non lo vedevo come una persona umana: piaceva a mia mamma! Li ho visti tutti, da Eminem a Britney Spears. Parlo con loro di loro, come con gli ascoltatori in radio e mi interessa relativamente poco sapere dove hanno registrato un disco.

Di tutte le celebrità che hai incontrato quale ti è piaciuta di più, umanamente?

A parte quelle con cui poi fai amicizia - come Cesare Cremonini e Fabri Fibra - forse è Dave Gahan quello che mi ha colpito di più. Con la vita che ha fatto non mi aspettavo una persona così calma. Invece ha una pacatezza contagiosa, di chi le ha viste tutte e, forse, ci ha già fatto il giro due volte attorno.

A proposito di gente famosa, in Celebrity di Woody Allen (a cui tra l'altro è dedicata la rubrica di cinema di questo numero) il jet set è descritto come un gruppo di persone superficiali, spesso famose per motivi inspiegabili.

Anche a te, come al protagonista del film di Allen, è capitato di sentirti un pesce fuor d'acqua tra le celebrità?

Adoro Woody Allen e *Celebrity* è uno dei miei preferiti. Il mondo dello spettacolo, in realtà, contiene altri duemila mondi. C'è chi non è né carne né pesce, c'è chi ha studiato, chi meriterebbe di più. Io frequento pochissime persone del mondo dello spettacolo. Ma basta scegliere quelle con cui hai qualcosa in comune.

Ma ti sarà capitato di pensare: "Cosa ho a che fare io con certi atteggiamenti?"

Certo e infatti non frequento certe persone. La cosa che mi stupisce di più sono i nostri giornali scandalistici. Nel resto del mondo parlano di celebrità vere. Da noi in genere in copertina c'è un titolo del tipo: "Gennaio si fida con Manuela". E io non idea di chi siano. A volte mi capita di parlare in radio con gente fa i provini per il Grande Fratello ed è felice, ma non sa neanche perché lo fa. Uno mi ha detto che gliel'ha chiesto sua madre.

Quindi tu non avresti mai fatto un reality agli inizi?

Màh, chi lo sa? Adesso no, magari prima, per disperazione sì ma sarei stato terrorizzato dal dopo.

E invece dei reality musicali cosa ne pensi? Ne escono talenti veri?

Da uno che li segue pochissimo, come me, mi sembra che X Factor proponga personaggi nuovi, come Giusy Ferrè o i Bastard Sons of Dioniso. Di quelli di Amici, a parte Marco Carta, mi pare che nessuno sia mai passato in radio. Ho sempre l'impressione che cantino gli scarti di canzoni che avrebbe potuto cantare Claudio Baglioni cinquant'anni fa.

E Baglioni, si sa, per Alessandro Cattelan, è un "affare di famiglia" e non si tocca.

(Intervista di Isabella Rotti)



SCAPIGLIATURA

I RIBELLI DI FINE OTTOCENTO

Romanticismo, Futurismo...termini che più o meno tutti conoscono, ma la Scapigliatura... quella la conoscono in pochi, a quanto pare. Eppure è proprio da questi giovani irrequieti (già un secolo prima del '68) che hanno preso vita le avanguardie dell'arte, tra cui appunto anche il tanto celebrato Futurismo.

Giovani milanesi, per lo più, o comunque studenti dell'Accademia di Brera, luogo in cui si forma – tra gli allievi del professor Bertini – il primo nucleo di Scapigliati.

Scapigliati da *spettinati*, per indicare – con una punta di ironico disprezzo, ovviamente – questi ragazzi dai capelli sciolti, spesso lunghi e fluenti: artisti ribelli e anticonformisti che turbarono gli animi dei benpensanti nell'Italia post-unitaria.

Per uscire dai ristretti schemi della borghesia, ormai logori e costrittivi, gli intellettuali milanesi si avvicinano alle nuove esperienze europee, soprattutto francesi: ispirati in prima linea dai poeti maledetti, quindi, gli Scapigliati esprimono attraverso il loro stile di vita tutta la loro insofferenza alla società. Sono vite dissolute, quelle di questi giovani: attraverso l'abuso di droghe, la miseria ricercata esprime la forte tendenza autodistruttiva propria di questi artisti, che altro non è se non un disperato, totale tentativo di consegnare ai contemporanei un'autentica immagine del mondo moderno.

Una realtà in continua trasformazione, dove l'incompiutezza regna sovrana: concetto espresso alla perfezione nella pittura scapigliata, che rifiuta il tradizionale figurativismo accademico, e si concentra su scene d'interni, paesaggi cittadini e ritratti.

Un'intera sala della mostra dedicata alla Scapigliatura (in questo periodo a Palazzo Reale) è riservata proprio ai ritratti: al suo interno siamo circondati da volti, facce, occhi...e nessun sorriso.

L'artista scapigliato non dipinge per il gusto del bello (anzi, il valore tradizionale della bellezza viene totalmente negato), ma per indagare le inquietudini e i dubbi dell'uomo nella ricerca costante di sé. Un equilibrio fragile e precario, soprattutto in una fine Ottocento milanese, nel pieno di un mondo in rapido e turbinoso sviluppo industriale e capitalistico.

Mondo senza più confini, dove perdersi è estremamente facile...così nei dipinti di Cremona e Ranzoni i contorni sembrano non esistere più e le pennellate sono sfrangiate e nebulose: la materia pittorica si fa pulviscolo, e la luce, quella reale, polverosa e instabile, fa da padrona. Anche nella scultura, poi, i contorni si disfano: nei lavori di Medardo Rosso tutto è frammentato e liquido, come nella pittura.

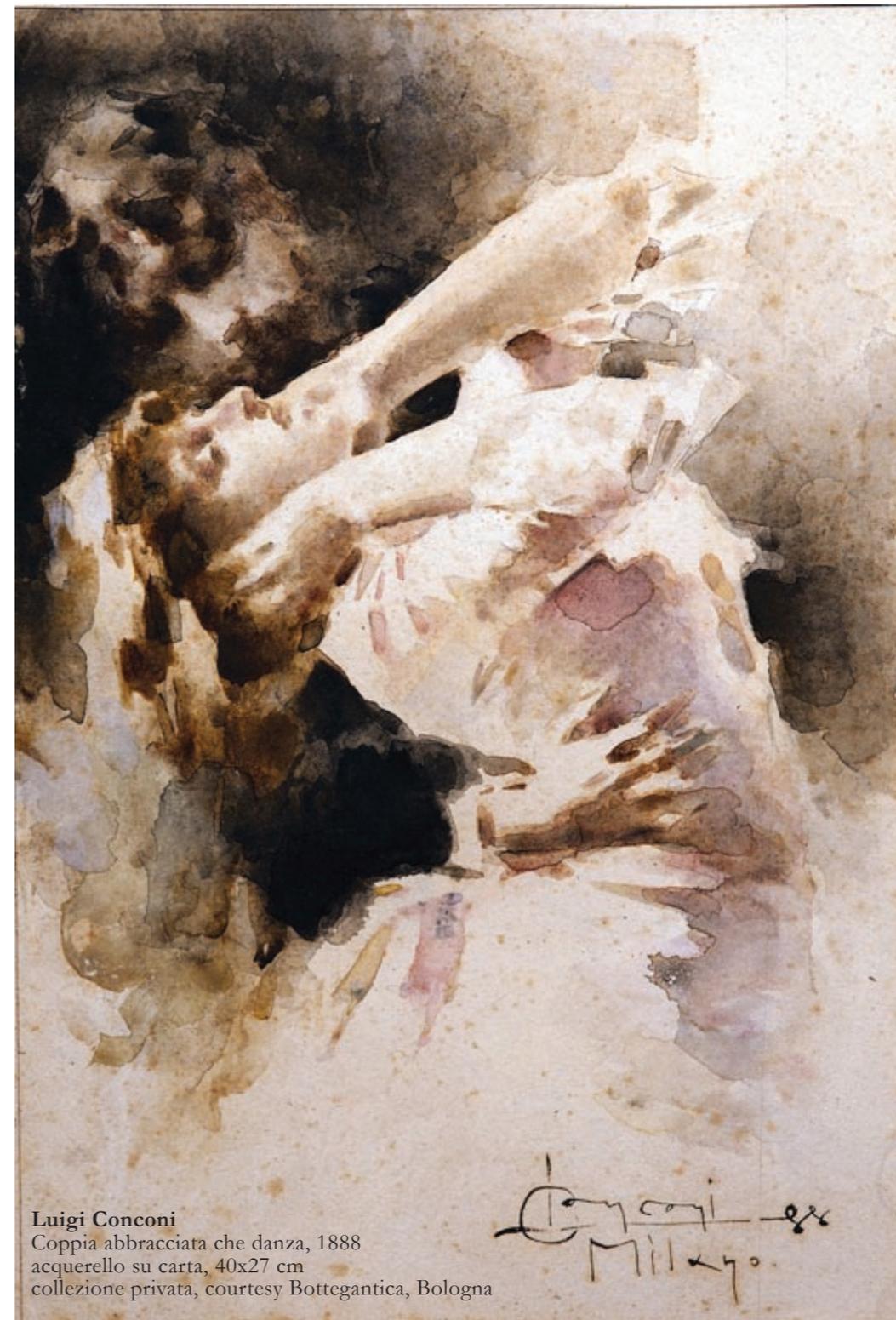
Le varie arti, non solo figurative, sono infatti strettamente legate nella Scapigliatura, che per questo si configura come un'esperienza a tutto tondo: "L'arte è indivisibile", scrisse proprio Medardo Rosso.

Tornando alla mostra di Palazzo Reale, da segnalare la sezione dedicata al progetto di Giuseppe Grandi per Piazza Cinque Giornate: disegni, modelli e prove per le varie sculture in cui la ricerca del concreto, del reale è tale che l'artista si fece portare aquile e leoni per poterli ritrarre in movimento. Veri.

Un capitolo affascinante dell'arte italiana, la Scapigliatura, senza dubbio da conoscere meglio per poterne cogliere le mille affluenze e somiglianze con altri movimenti molto più noti. L'esposizione milanese è un ottimo modo per entrare nel mondo degli scapigliati...che poi altro non è che il nostro, di mondo.

(Irene Roghi)

Scapigliatura, un "pandemonio" per cambiare l'arte
Milano, Palazzo Reale
26 giugno – 22 novembre 2009
Catalogo Marsilio Editori



Luigi Conconi
Coppia abbracciata che danza, 1888
acquerello su carta, 40x27 cm
collezione privata, courtesy Bottegantica, Bologna



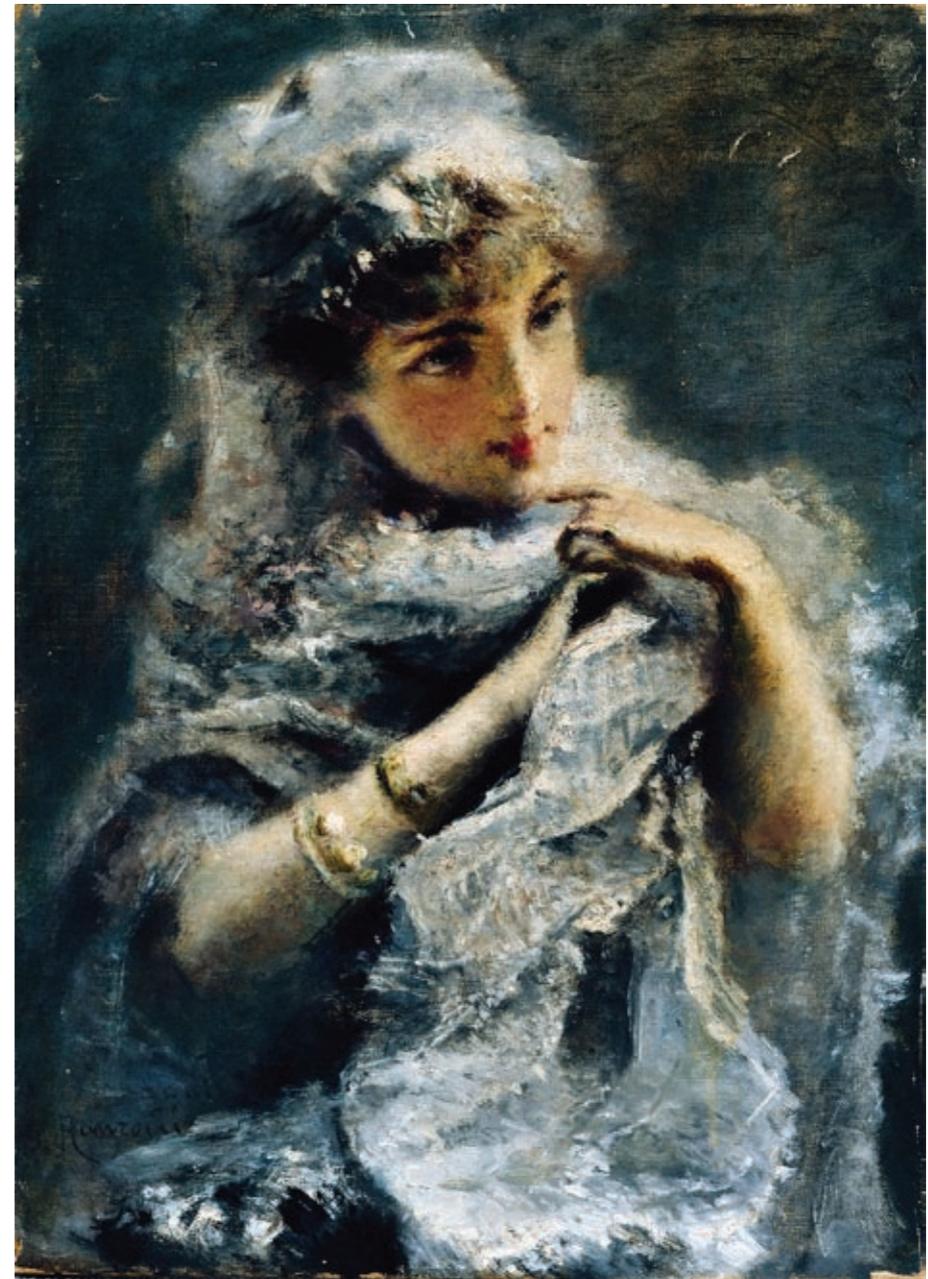
Giovanni Carnovali, detto *il Piccio*
 Bagnante, 1869
 olio su tela, 63,5x43,5 cm
 Galleria d'arte moderna, Milano



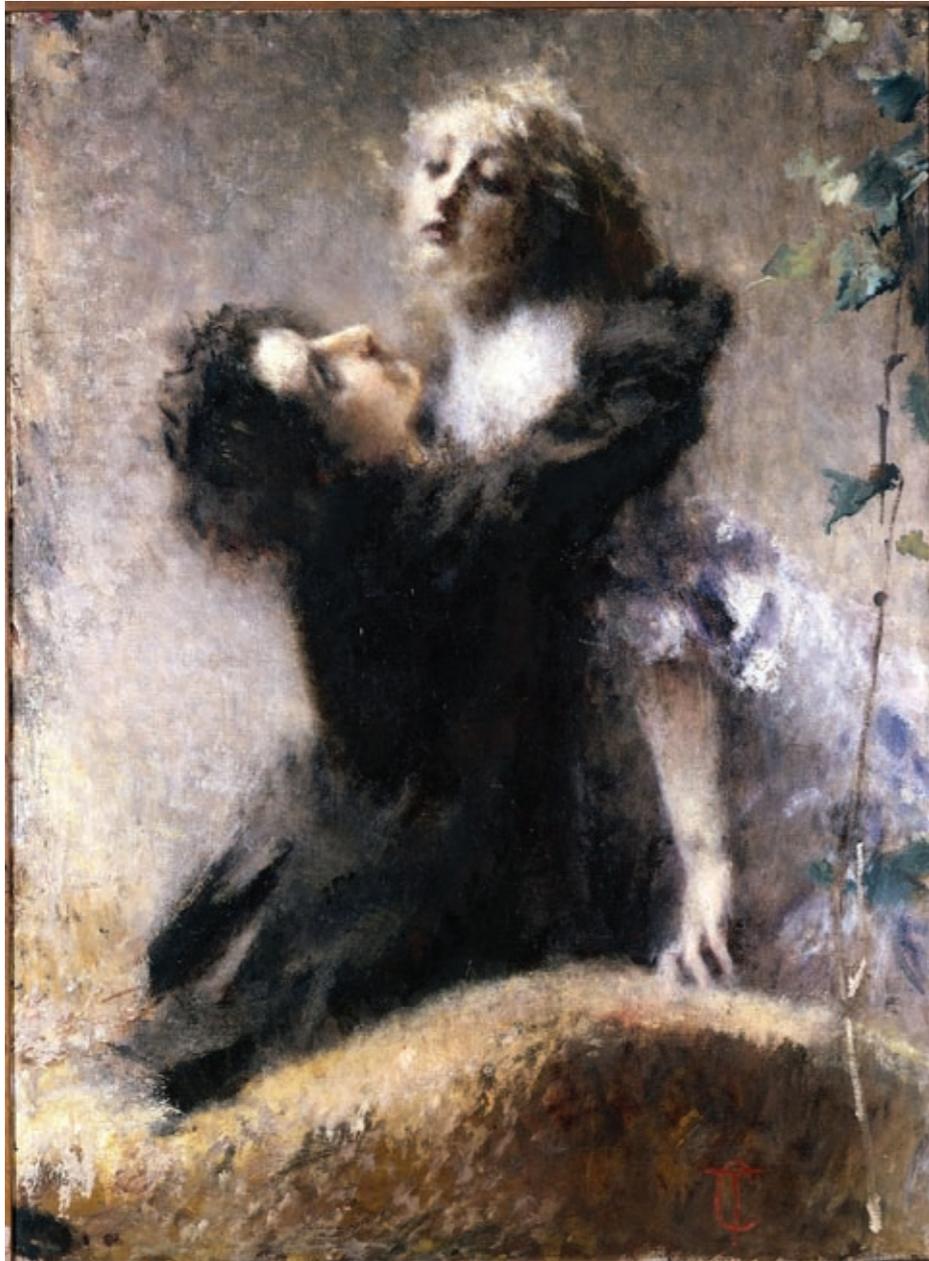
Pietro Troubetzkoy
 Ragazza sul lago, 1889
 olio su tela, 60x48 cm
 Collezione privata



Daniele Ranzoni
Ritratto di donna Maria Greppi Paduli, 1869
olio su tela, 111x83 cm
Collezione privata



Daniele Ranzoni
Giovinetta inglese, 1886
olio su tela, 50x36,5 cm
Collezione privata



Tranquillo Cremona
 L'edera, 1878 ca.
 olio su tela, 132x98 cm
 GAM, Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea di Torino



Virgilio Ripari
 Gli amanti - che bella romanza!, 1885-1890
 olio su tela, 96x74,5 cm
 Courtesy Quadreria dell'Ottocento, Milano



Tranquillo Cremona
Primo amore o L'amore, 1872-74
olio su tela, 56x69 cm
Collection Groninger Museum, Groningen



Tranquillo Cremona
La visita al collegio
olio su tela, 130x160 cm
Collezione privata



Camillo Rapetti
 I curiosi (o Al balcone), 1876-1880
 Acquerello su carta, 50x58 cm
 Collezione privata



Federico Faruffini
 In chiesa, 1861
 Olio su tela, 102,8x74,9 cm
 Collezione privata

Andrea Carlo Cappi

Scrittore thriller ... e bravo ragazzo.

Riusciamo a strappare un'ora allo scrittore Andrea Carlo Cappi, che arriva in redazione trafelato e sudato! Gli offriamo un whisky liscio, lui si accende un vistoso sigaro ed inizia l'intervista.

Vista la tua indiscutibile esperienza di narratore, perché non ci racconti come è nato Cappi lo scrittore?

Cappi, così come lo intendiamo oggi, è nato quando avevo circa sei anni. Era il 1970, un'epoca in cui tra televisione, fumetti, cinema e altri mezzi di comunicazione c'erano, paradossalmente, molti più stimoli di quanti ce ne siano oggi, cinema in prima linea. Infatti i famosi "poliziotteschi" e lo spaghetti western risalgono a quel periodo. Poi c'era Diabolik a fumetti, arrivavano i primi film di James Bond ... insomma, nell'aria c'era creatività in fermento!

Ed è verso i sei anni, dicevo, che vedo il mio primo film di Hitchcock al cinema (*Intrigo Internazionale*), poi il mio primo film di James Bond (proprio il primo, quello del 1962, che era ancora in circolazione!), leggo i miei primi albi di Diabolik, i romanzi di Emilio Salgari, m'incuriosisce Agatha Christie, così comincio ad assimilare questo mondo fatto di stimoli diversi. Era inevitabile che cominciai a pensare che mi sarebbe piaciuto scrivere delle storie.

Il mio primo romanzo è del 1991 e anche se non è mai stato pubblicato, ci sono tuttora persone che si ricordano di aver letto il dattiloscritto. Uno di questi è Stefano Di Marino, che adesso è un mio collega.

Siamo al '91 quindi, ed io sono a un bivio: o finisco l'università e mi metto a fare un lavoro serio, oppure continuo a tentare di fare lo scrittore. In quel periodo mi venne segnalato un concorso del programma Radio Detective di Radio Rai nel quale si invitava il pubblico a mandare dei racconti che venivano poi letti in radio da un tizio con la voce di Hitchcock. Ovviamente partecipai. Ma mentre mi recavo in posta a spedire il testo mi sono detto: «Va bene, questo è l'ultimo tentativo, se va male anche questa volta vuol dire che devo lasciar perdere»... è stata la risposta più rapida mai ricevuta nella mia vita! Una settimana dopo mi telefona il regista/produttore del programma radiofonico: il mio raccontino è piaciuto al punto da chiedermi di farne un adattamento radio e di scrivere altri soggetti per la serie.

Non aspettavo altro!

Comincio a scrivere soggetti per questa serie radiofonica e, come capita spesso nel magico mondo della burocrazia, una serie di documenti non spediti fa naufragare il mio sogno perché quando il programma è pronto per andare in onda la Rai si è dimenticata di mandarmi il contratto. Il risultato? Radio Detective non viene trasmessa e i miei racconti restano lì.

Non mi sono perso d'animo. Il programma di Radio Rai era collegato con il Giallo Mondadori e quindi andai a bussare alla loro porta ottenendo di scrivere i racconti d'appendice della prestigiosa rivista.

Da qui poi sono partite altre serie, collaborazioni con l'altra collana mondadoriana Segretissimo, ruoli prima come revisore



poi come traduttore, editor, curatore di antologie, etc.etc. Sino ad oggi.

E di fatto attualmente di cosa ti stai occupando?

Continuo a fare lo scrittore; ho appena finito di scrivere il secondo romanzo di questo anno, romanzo che - insieme al precedente - è in realtà parte di un esperimento che non avevo mai tentato prima, cioè scrivere due romanzi che partono dallo stesso incipit e poi vanno avanti in due direzioni diverse, con eventi assolutamente paralleli.

Il bello è che il lettore può leggere un romanzo e non sapere assolutamente che cosa accade nell'altro. Uno ha per protagonista Diabolik, l'altro Eva Kant. I due romanzi si muovono a incastro, quindi sono impazzito per combinare tutti gli eventi: un lavoro assurdo, che è nato come spesso capita da una costrizione dell'editore, ma anche dal fatto che avevo in mente da tempo di dedicare un romanzo a Eva Kant da sola, per dare la possibilità a questo personaggio di dimostrare la sua indipendenza.

Ci siamo: adesso vogliamo sapere qualcosa di più sul tuo rapporto con Pinketts...

Nel '94 collaboravo con la storica "Libreria del Giallo" di Milano (adesso purtroppo chiusa), la cui titolare, Tecla Dozio, era la co-organizzatrice e presentatrice, insieme a Pinketts, delle serate milanesi dedicate al Giallo. La signora Tecla mi mandò a sostituirla in queste serate... e così che ho conosciuto Pinketts!



Naturalmente è nato un sodalizio che dal 2000 ha portato alla nascita della Rivista del Mistero. Col passare degli anni però le nostre frequentazioni si sono affievolite e, vuoi per i suoi tour promozionali, vuoi per i miei impegni, finisce che ci vediamo solamente il giovedì, giorno in cui facciamo la serata del Giovedì Giallo al Sud, anche se abitiamo nella stessa città e per giunta a poche centinaia di metri!

Direi che quella con Pinketts è una delle amicizie più durature e solide nel campo dell'editoria. Pinketts, alla lunga, si è dimostrato un bravo ragazzo, nonostante abbia cercato per tutta la sua vita di avere quest'apparenza da bad boy maledetto!

Un po' come te, no?

Bèh... no, io sono un bravo ragazzo che spera di essere scambiato per un serial killer. Vorrei essere peggio di un cattivo ragazzo: una persona che minaccia e intimidisce quelli che stanno intorno a lui, perché ho scoperto che - per esempio - per mandare avanti una casa editrice essere gentili, cortesi e professionali non sempre rende. Se fai il collaboratore socievole molto spesso vieni trascurato e vieni considerato un cretino. Questo dimostra che non ho l'attitudine del leader e non potrò mai diventare Presidente del Consiglio... però fa sì che io sia considerato tuttora una brava persona nonostante sia nel giro dell'editoria da ormai diciotto anni. Un buon risultato, direi! Se i bravi ragazzi vanno in cielo e se esiste un paradiso degli scrittori, probabilmente non mi ci faranno entrare perché qualcun altro più bastardo avrà usurpato il mio posto!

Ma parlati del tuo ultimo progetto. Cosa hai tirato fuori dal cappello?

Un'antologia: La Sete. E, come molto spesso capita con le antologie, ha un passato avventuroso che vi vado a raccontare: anni fa era stato deciso di realizzare un'antologia sui vampiri ma l'editore sparì e del progetto, che contava già un discreto



numero di racconti, non si seppe più nulla.

A differenza di molte altre antologie però, questa - essendo sui non morti - non è morta e ha trovato il modo di vendicarsi! Da quando con Twilight il vampiro è tornato di moda e i teenager, che non avrebbero mai visto un mezzo pipistrello in tutta la loro vita, scoprono i vampiri. Questi sono totalmente diversi da quelli dei 150 anni di storia della letteratura precedente. Noi siamo cresciuti con il Dracula col mantello o con i vampiri trendy-dandy tipo David Bowie e Catherine Deneuve di *Miriam si sveglia a mezzanotte*, con i combattenti di *Underworld*... ne abbiamo visti veramente tanti, ma fondamentalmente erano vampiri. Adesso c'è il vampiretto buono, con tutta la faccina glitter! Tutto fuorché un vampiro: è solo un po' palliduccio, però è un bravissimo ragazzo!!

Quindi questa antologia, nata con un aspetto innovativo per l'epoca (trasportare in Italia il mito del vampiro e farlo lavorare ad autori horror italiani), è diventata qualcosa che rovescia completamente la tendenza attuale: racconti che in fondo erano una tradizione, riportata sul panorama italiano, diventano una grande trasgressione all'attuale moda del vampiro. I protagonisti de La Sete sono i vampiri di una volta, sono affamati, sanguinari predatori, notturni, magari anche belli ed apparentemente ripuliti, anche perché in molte versioni Dracula era un personaggio seducente e affascinante e di questo si serviva per ghermire le sue vittime. Sinceramente io non ce lo vedo Dracula con tutti brillantini in faccia come se avesse fatto il "bagnetto delle fate"!

Ecco allora che l'antologia è uscita dalla bara. Alcuni degli autori selezionati dieci anni fa sono oggi molto noti, come Stefano Massaron, che adesso è un autore più che affermato, o Gianfranco Nerozzi, altro autore riconosciuto nel campo dell'horror e del thriller, poi c'è anche un certo Cappi... insomma, un cast che evidentemente era stato scelto benino già all'epoca!

E per finire, c'è un consiglio che vuoi dare, magari anche relativo al mondo del fumetto, su qualche novità o autore?

Il mio consiglio è che leggere un bel fumetto è come leggere dei buoni romanzi. Certe storie di Batman scritte da Frank Miller (l'autore di Sin City) sono paragonabili a degli ottimi romanzi.

Anche a me piacerebbe tornare a navigare nel fumetto e ogni tanto mi vengono delle idee ma dovrei avere il tempo di sceneggiarle e trovarmi un editore. Del resto sono ormai 10 anni che non esce una storia a fumetti scritta da me!

Bisognerà rimediare. Dopo potrò consigliare di leggere un fumetto di Cappi.

(intervista e recensione di Irene Roghi)

LA SETE

15 VAMPIRI ITALIANI

A cura di Alberto Corradi e Massimo Perissinotto

Coniglio Editore

Un libro che non passa certo inosservato: sarà pur piccolo e nero, ma con quella copertina è dura non restarne colpiti. E se poi avete anche il coraggio di leggerlo, questo libro, il colpo andrà sempre più a segno, racconto dopo racconto. Qui si parla di vampiri, di quelli seri, che magari vivono nel nostro mondo come moderni serial killer, hanno mogli, fidanzate e perfino una certa vita sociale...ma sono vampiri. Uccidono, mordono, sgozzano e bevono sangue. E non solo di ingenuie vergini dalle vesti candide e fluenti... qua di ingenuo non c'è proprio nulla: c'è il vampiro in tutta la sua forza, ed è una forza tutta italiana.

Agli appassionati piacerà per l'inedita varietà delle storie e il talento degli autori, gli altri di sicuro ne apprezzeranno quantomeno il coraggio e l'ironia, motivi per cui è sicuramente un libro da comprare: dopotutto, come recita l'interno copertina, qualcosa dovrete pur mettere nelle vostre nuove librerie Ikea!





A THEATRE PASSION

Photo: **FEDERICO LAMASTRA**
Style: **VALENTINA DI MAURO**
Hair & Make up: **ANGELO LOCASO** per **OREA MALIA'**
Models: **ANDREA GRAMAZIO, MARCO CERIANI, CHRISTINE RAMBAUD**
Si ringrazia: **TEATRO LITTA**
Milano, Corso Magenta 24

Per lui: (a sinistra) blazer con gilet staccabile e pantalone in fresco di lana, (a destra) maglia , gilet imbottito e pantalone in cotone tinto in capo, Olyo Nero e Olyo Industries . Per Lei: trench avvitato color avorio con bottoni in metallo, di Zona Brera Red Label.

 **TEATROLITTA**
IL PALCOSCENICO DELLA CITTÀ



Per lui: (a sinistra) blazer e pantalone in fresco di lana, (al centro) t-shirt, giubbino in nylon e pantalone in cotone principe di galles, tutto Olyo. Per Lei: completo blazer e gonna tubino, linea Zona Brera Gold.



Camicia stile corsaro, con ampie maniche effetto jambon in voile Zona Brera Red Label.



Camicia in cotone con motivo smoking e ricami, t-shirt con maxi stampa a contrasto e pantalone denim con cuciture a contrasto, tutto Olyo Industries.



È in cotone bianco la t-shirt con stampa a contrasto indossata sul pantalone denim della linea Olyo Industries.



Sopra: sovrapposizione di gilet maschili in tessuti iperfemminili di raso e denim con effetti lurex Zona brera. Scaldamuscoli leggeri Calzedonia.

Sotto: taglio apparentemente maschile per la camicia in cotone bianco con ricami in filo oro Zona Brera Red label.





Si posa sul corpo come un abito stile bon-ton la camicia con rouge piatte scalate in tessuti fantasia della linea Olyo Industries.

Camicia in cotone con motivo smoking e ricami, t-shirt con maxi stampa a contrasto e pantalone denim con cuciture a contrasto, tutto Olyo Industries.



È creata da un mood accattivante di pantaloni la gonna che si apre a ruota trattenuta in vita da una cinta di cuoio, tutto Zona Brera.



Camicia in cotone con rouge piatte scalate in tessuti fantasia della linea Olyo Industries.



Extreme Beauty in Vogue

La bellezza interpretata dai più grandi maestri della fotografia dagli anni '30 ad oggi.

Un cast d'eccezione che ha visto Jean Nouvel alla direzione artistica e scenografica, Phyllis Posnick – Executive Fashion Editor di Vogue America – ed Eva Respini in qualità di curatori; protagoniste le straordinarie foto di Helmut Newton, Steven Klein, Richard Avedon, Annie Leibovitz, Erwin Blumenfeld, George Hoyningen - Huene ed Edward Steichen i quali, ognuno con la propria macchina fotografica, hanno saputo trasformare il volto e il corpo femminile in immagini di straordinaria creatività e forza emotiva. L'ambientazione è stata quella tipica del Palazzo della Ragione in una Milano dall'aria primaverile...una mostra per raccontare il cambiamento della percezione estetica tra il XX e il XXI secolo e celebrare così il lancio della linea make-up di Dolce&Gabbana.

Tutto ciò è avvenuto lo scorso marzo. Ma l'incanto e la modernità di queste rappresentazioni è tale che G.A.Z. non poteva certo non riproporla ai propri lettori!

Perché del resto se è vero che le maniere di apparire cambiano e si evolvono col passare degli anni, la bellezza "... è l'unica cosa contro cui la forza del tempo si vana. Le filosofie si disgregano come la sabbia, le credenze si succedono l'una sull'altra, ma ciò che è bello è una gioia per tutte le stagioni e un possesso per tutta l'eternità" scriveva Oscar Wilde.

(Antonia Opiari)

SERVICE-ROBOTS

Sabato mattina, ore otto: si parte per il week-end. Mentre cerchiamo di chiudere le borse, realizziamo che è già tardi e ci siamo dimenticati di gettare la spazzatura nel cassonetto in strada. Una rapida telefonata e nel giro di qualche minuto un tondeggiante robot color verde bottiglia si presenta alla nostra porta per prendere in consegna i sacchetti. Si chiama DustBot e, non a caso ricorda, sia nella forma che nel colore, un cassonetto dei rifiuti. Progettato e costruito dai ricercatori della Scuola Superiore Sant'Anna di Pontedera, DustBot fa parte di un sistema integrato per la raccolta dei rifiuti porta a porta, presentato in pubblico la scorsa primavera. È in grado di orientarsi da solo nello scenario urbano, muoversi su terreni misti evitando gli ostacoli, e interagire con gli esseri umani attraverso un touch screen di semplice utilizzo. La locomozione è assicurata da due sole ruote, su cui DustBot si mantiene in equilibrio. Sebbene allo stadio sperimentale, il grande interesse che DustBot ha suscitato presso diverse amministrazioni locali fa sperare che la scena che abbiamo appena descritto possa presto diventare routine.

Spazzini, trasportatori, guide ed assistenti, i service robot costituiscono uno dei segmenti



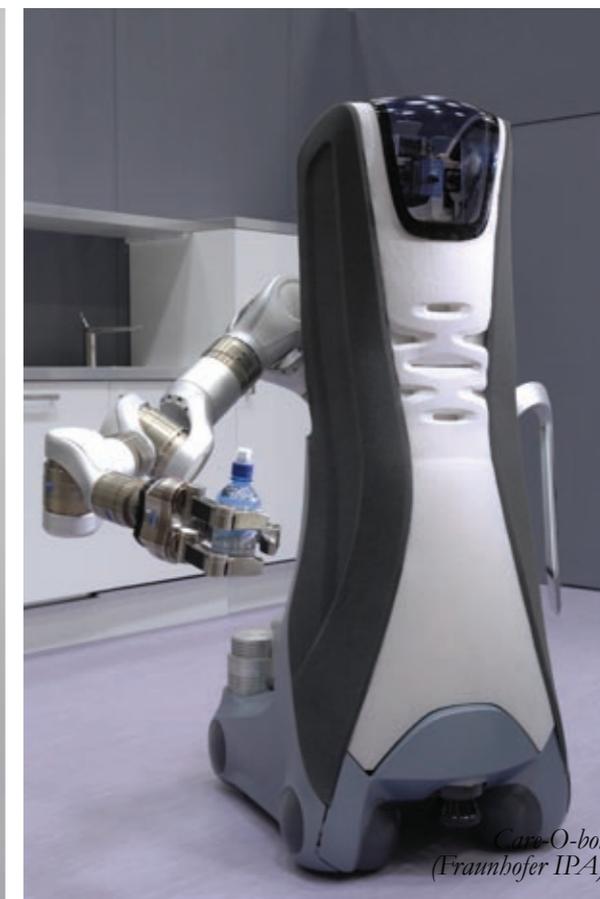
*DustBot
(Scuola Superiore Sant'Anna).*

applicativi più promettenti della robotica, costano relativamente poco e si rivolgono a un mercato molto vasto, in gran parte consumer. Basti pensare che attualmente il robot più venduto al mondo (alcuni milioni di esemplari) è l'aspirapolvere Roomba, dell'americana iRobot, disponibile nella maggior parte dei negozi di casalinghi. Di pulizie si occupa anche il robot lavavetri RobuGlass, incaricato di lustrare la vetrata della piramide del Louvre a Parigi. La famosa costruzione, con la sua superficie liscia e priva di appigli, costituisce una sfida interessante - o un incubo! - se osservata con gli occhi di un lavavetri umano. La soluzione trovata da Robosoft, l'azienda produttrice, consiste nel creare per aspirazione un effetto ventosa in grado di tenere il robot attaccato alla superficie. Il movimento è realizzato con ruote in gomma e la pulizia viene effettuata da spazzole rotanti, mentre il supervisore umano controlla lo svolgimento del lavoro rimanendo in sicurezza ai piedi della piramide.

Secondo alcuni, i veicoli del futuro saranno, nella sostanza, robot. Tale processo di trasformazione, in cui guidare diventerà un'esperienza sempre più mediata dall'elettronica, è già sotto i nostri occhi: le auto di serie contengono un numero



*Nao
(Aldebaran Robotics)*



*Care-O-bot
(Frankoer IPA)*

crescente di controlli automatici, tra cui sistemi assistenza alla guida (ABS, ESP, ASR, EBD), navigazione satellitare, cruise-control, radar, telecamere e altri sensori. Ma quand'è che l'auto guiderà veramente da sola? Sempre da RoboSoft arriva VolcanBul, un autobus per il trasporto autonomo di persone all'interno del parco Vulcania nei pressi della cittadina francese di Clermont Ferrand, primo spazio pubblico al mondo a ospitare un sistema certificato di trasporto senza autista. I veicoli, ecologici e silenziosissimi, sono pilotati da computer in grado di stabilire la posizione e pianificare la strada con l'accuratezza del centimetro, combinando i dati GPS con quelli odometrici (angoli delle ruote) e inerziali (accelerazioni e decelerazioni).

Nel 2007 Bill Gates scrisse un visionario articolo dal titolo *A robot in every home*, in cui paragonava la futuribile diffusione dei robot domestici a quella dei personal computer. I robot immaginati da Gates sono assistenti personali, diffusi ovunque, con funzioni e compiti che oggi siamo appena in grado di intravedere. Del resto, chi era in grado di intravedere le molteplici applicazioni dei nostri PC nel lontano 1975, anno in cui Microsoft veniva fondata nell'indifferenza dei futurologi dell'epoca? La storia dirà se il concetto di personal robot è azzardato come sembra; nel frattempo, diverse industrie e centri di ricerca si stanno preparando alla sfida.

Uno di questi è il Fraunhofer Institut IPA di Stoccarda, che ha realizzato la versione 3 del suo Care-O-bot, prototipo di robot domestico multi-uso. Care-O-bot è in grado di muoversi tra una stanza e l'altra, portare oggetti su un vassoio retraibile (che integra anche un touch screen per i comandi), ed eseguire semplici manipolazioni, come versare una bevanda

in un bicchiere, grazie a un braccio antropomorfo dotato di una mano a tre dita. Tra le funzioni del robot tedesco, quella forse più sorprendente è la capacità di comprendere i gesti umani e reagire di conseguenza, secondo uno schema di gesti predefiniti che è possibile estendere a seconda delle necessità.

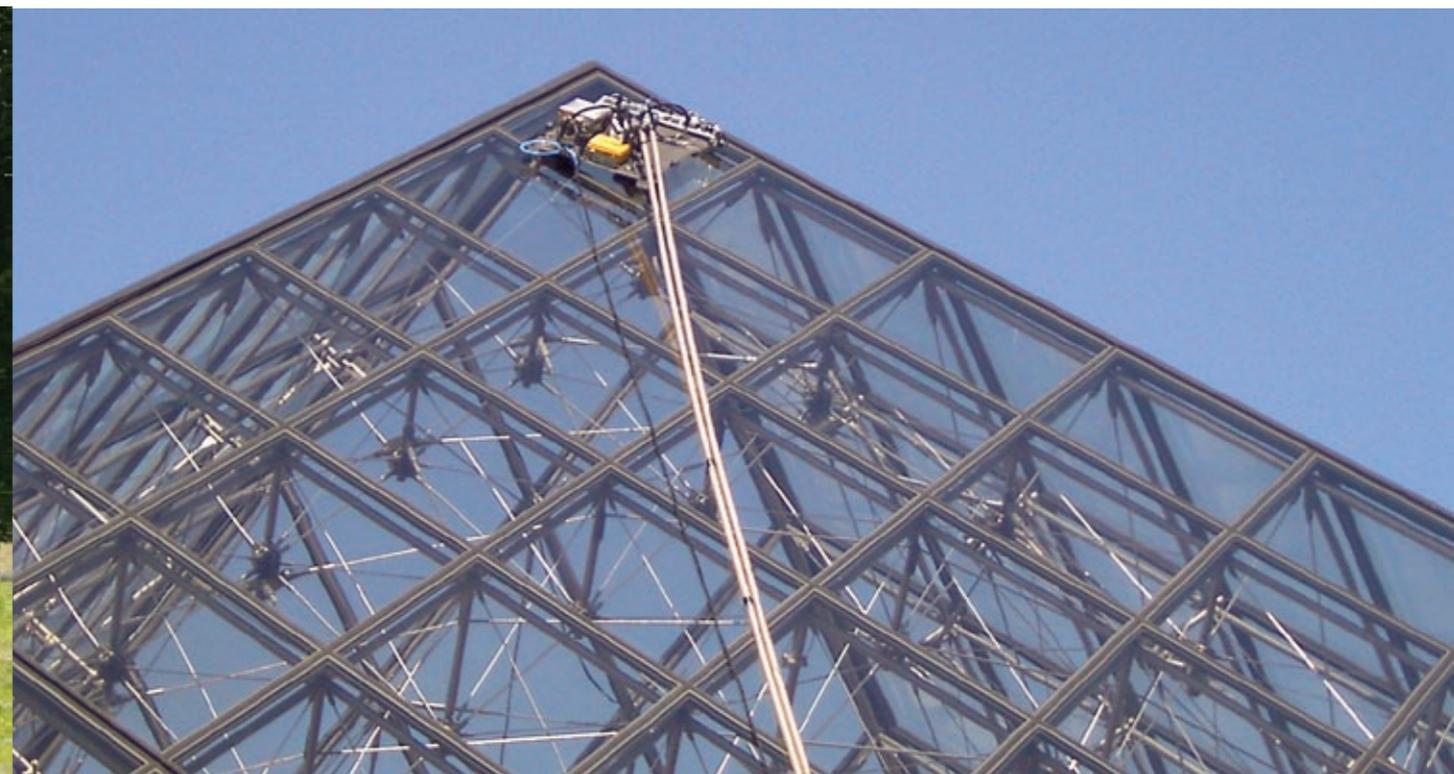
Si obietterà che per servire l'aperitivo si può comodamente fare a meno di un robot. Certamente oggi i personal robot sono poco più che dimostratori tecnologici, tramite i quali l'industria muove i primi passi, prova le soluzioni e soprattutto valuta i costi. Tuttavia, ragionare solo in termini di prestazioni non rende giustizia al fenomeno: un personal robot può essere esso stesso un fine, oltre che un mezzo. In questa chiave vanno visti i robot dedicati all'edutainment, campo emergente in cui la finalità ludica si mescola totalmente a quella didattica. In tale dominio troviamo Nao, di Aldebaran Robotics, un robot umanoide piccolo ma avanzato, in grado di essere programmato virtualmente per qualsiasi utilizzo, attraverso un'interfaccia Linux. In questo caso la sfida è scoprire che cosa noi siamo in grado di far fare al robot. Il comitato internazionale di RoboCup, il campionato mondiale di calcio tra robot, ha selezionato Nao come successore nella competizione, dello storico cane robot Sony Aibo, oggi fuori produzione. E se mettere in piedi un mondiale di calcio tra robot può già sembrare un'impresa ambiziosa, vale la pena di ricordare qual'è, nelle parole del suo comitato, l'obiettivo finale di RoboCup: entro l'anno 2050, sviluppare una squadra di robot umanoidi totalmente autonomi, in grado di giocare e vincere contro la squadra umana campione del mondo. Ci restano dunque quarant'anni per preparare la sfida finale tra i nipotini di Nao e quelli di Cristiano Ronaldo. E non è detto che siano pochi.

(Flavio Fusco)

*VolcanBul
(RoboSoft)*



*robuGlass
(RoboSoft)*



OLYO industries
presenta

Malena Mazza

MOTHERS & SONS

Traspare tutta la bellezza dell'essere mamma dalle istantanee apparentemente "modaiole" scattate da Malena Mazza.

E si perché quando dietro l'obiettivo della macchina fotografica c'è lei, la realtà cambia colore e assume quelle sfumature ambigue del languido – erotico – glamour che si percepisce in ogni sua foto. È così in *Mothers&Sons* uno tra i tanti progetti artistici realizzati da Malena, è quello che abbiamo scelto di mostrarvi perché racconta della maternità in ogni gesto quotidiano, la esalta e la rende un sentimento addirittura seducente.

La sua ultima mostra, poi, ha suscitato non poche polemiche e altrettante approvazioni. Perché? A spiegarlo basta solo il titolo: *Donna Cane*. Una provocazione, non c'è alcun dubbio, che in molti hanno capito.

Malena fotografa della vita espressa dalla statuaria armonia dei corpi delle modelle immortalate. Malena ladra dell'istante stesso in cui questa amata vita sembra al massimo. E non solo. Nascita, crescita, morte, quotidianità: immagini che racchiudono tutto questo... sconcertantemente.

Sfogliare per credere!
www.malenamazza.com











LOFTCUBE

UN MONOCALE SUL TETTO



L'ultima tendenza architettonica arriva dalla Germania, più precisamente da Berlino ed è il prodotto delle sinergie di un team di giovani architetti guidati dal celebre designer Werner Aisslinger. Il suo nome: Loftcube

Il primo prototipo abitabile proposto e costruito utilizzando i materiali più innovativi presenti sul mercato è collocato in maniera spettacolare sul tetto di un ex-deposito per la conservazione delle uova, ora sede della Universal Music Deutschland, di fronte al fiume Spree che bagna la città di Berlino.

«I giovani ameranno l'idea di ritrovarsi sui tetti, di vivere in comunità che galleggiano sopra la città, stando comunque dentro all'azione stessa della città» dice l'architetto.

L'idea è modellata sulle esigenze dei cosiddetti "nomadi metropolitani", quella nuova categoria urbana costituita

prevalentemente da giovani in continuo movimento, alcuni per motivi lavorativi, altri semplicemente per evasione, altri ancora per fuggire da monocali claustrofobici, ma questo audace prodotto architettonico strizza l'occhio anche alle nuove comunità alternative, "nipotini" degli hippie, uniti da una comune volontà di versatilità e di isolamento dalla frenesia delle metropoli.

Werner Aisslinger parla proprio di una rivoluzione non solo formale ma soprattutto sociale, un cambiamento significativo delle abitudini abitative nelle metropoli che porterà presto a quella che l'architetto definisce come "l'era della colonizzazione del roofscape".

Loftcube nasce per essere piazzato in vetta ai grattacieli. Come quelli costruiti a Berlino nel dopoguerra, spazi spesso inesplorati che nascondono grandi potenzialità come, ad esempio, una vista a 360° sulla città e la possibilità di abolire per sempre tutte quelle controindicazioni del vicinato.

L'unità abitativa ha dimensioni di 7,25 per 7,25 metri e un'altezza di 3,50 per un totale di 52 metri quadrati. Esternamente ha la forma di un cubo, l'interno è strutturato come quello di un loft ed il costo è di circa 55 mila euro.

Le quattro pareti esterne possono essere personalizzate, così come quelle interne, scegliendo fra materiali quali superfici trasparenti, traslucide, metalliche e legno lamellato. Gli interni sono costituiti da pannelli mobili e componibili che dividono lo spazio in zona notte e giorno, bagno e cucina.

Lo studio Aisslinger ha inoltre messo a punto degli speciali pannelli dalla doppia funzione: come la zona doccia all'interno della quale uno stesso getto d'acqua girato da un lato o dall'altro del pannello può funzionare sia come doccia che come annaffiatoio design. Anche i pregevoli interni, rappresentati in alcune delle foto qui pubblicate, che bene interpretano il senso del Loftcube, sono stati progettati dallo stesso studio e sono distribuiti nel circuito delle maggiori aziende internazionali di industrial design. Quanto all'impiantistica interna i creatori di Loftcube hanno fatto riferimento alle tecniche usate nei campeggi e la statica strutturale dell'abitazione, molto leggera, non grava sulla stabilità degli edifici che la ospitano.

L'assemblaggio è semplice e con l'aiuto di tre persone richiede non più di quattro giorni. Più complesso potrebbe essere invece il trasporto del cubo, infatti, la soluzione più rapida ma anche più costosa è quella dello spostamento con elicottero da trasporto, altre ipotesi sono quella dell'utilizzo di gru mobili o anche, con qualche giorno in più, lo smontaggio del guscio modulare.

La fabbricazione seriale di abitazioni è una nuova tendenza dell'architettura contemporanea ma ad oggi il mercato non era ancora riuscito a trovare un compromesso fra ricercatezza estetica e costi. Loftcube può essere acquistato o affittato, aprendo nuovi scenari di vita urbana: una vera e propria comunità che galleggia sopra la città e che mantiene però il contatto con quello che scorre al di sotto.

Da tempo molte intuizioni architettoniche inseguono l'idea della fabbricazione seriale di abitazioni: Loftcube ne è un esempio concreto, producibile, realizzato pionieristicamente ed ora in attesa di un'evoluzione.

(Riccardo Riva)





Benetton OS

OPENING SOON. . . NEGOZIO IN MOSTRA

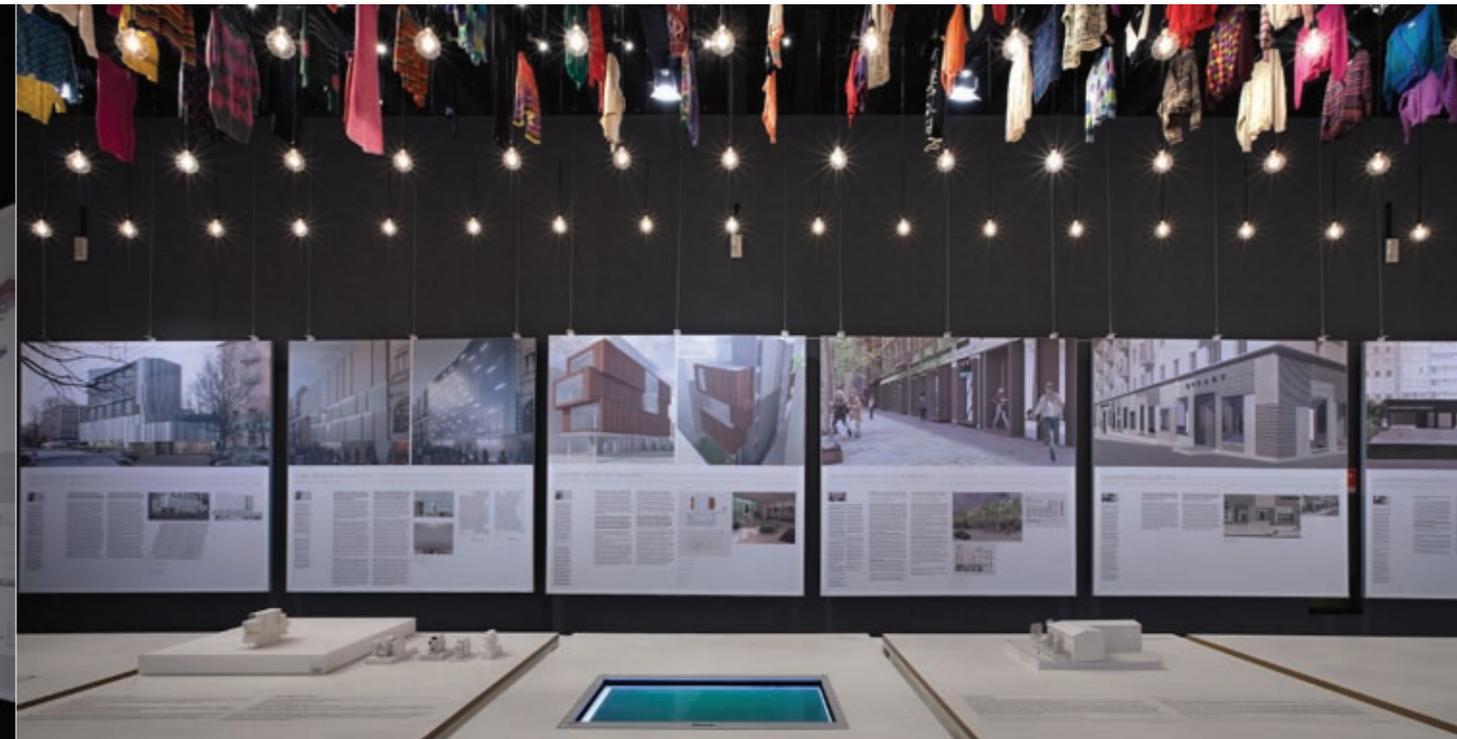


Gennaio 2009, Triennale di Milano: il Gruppo Benetton – in collaborazione con POLI.design del Politecnico di Milano e Fabbrica, il centro di ricerca sulla comunicazione della stessa Benetton – ha realizzato una rassegna di progetti sull'evoluzione attuale e futura dello spazio di vendita. Un'iniziativa davvero importante per il colosso del pronto-moda che ha così voluto dire la sua su quella che da qualche tempo sembra essere una tematica fissa nell'universo del fashion: l'andare oltre la moda. E il design è la direzione preferita!

Opening Soon - è questo il nome della mostra - era suddivisa in tre sezioni, una dedicata alle proposte dei sei finalisti del concorso Colorsdesigner (chiamati a ideare dei nuovi retail concept), una in cui si raccontava delle più di 700 idee creative giunte a concorso e la terza sui dieci progetti di sette architetti e studi famosi ai quali la casa d'abbigliamento aveva affidato la progettazione dei flagship store che verranno inaugurati da qui ai prossimi anni nelle città simbolo dei nuovi mercati. E sì, perchè parlare di *new opening* in un momento di crisi come quello che il mondo sta vivendo non è pura follia, piuttosto la maniera di rimettere in moto l'economia... meglio ancora se investendo sui giovani e sulla loro creatività!

Va da sé che questa esposizione alla Triennale ha rappresentato la giusta conclusione di un iter che il Gruppo Benetton ha cominciato più di quarant'anni fa quando rivoluzionò l'idea di punto vendita trasformandolo in un ambiente aperto, giovane e coloratissimo. Non v'è dubbio.

(*Antonia Opiari*)





**NOVALIS
FINE
Arts Gallery**

G.A.Z. continua il suo viaggio nel mondo dell'arte o meglio, delle gallerie d'arte italiane. Questa volta si è puntata Torino e la scelta è ricaduta sulla Novalis Fine Arts Gallery, una galleria che è anche un centro culturale nato con «l'intenzione di indagare e diffondere le connessioni tra arte e design, con una specifica ricerca sulle avanguardie e sul contemporaneo» afferma William Figliola fondatore della pinacoteca. È il 1990 e la Novalis comincia a muovere i primi passi... ad occuparsene è sempre e soltanto William il quale dà alla galleria quell'imprinting di internazionalità che la rendono una tra le più avanguardistiche d'Italia. Esiste una Novalis Fine Arts Gallery anche a Courmayeur (AO). Ma per Figliola non è ancora abbastanza e nel 2008 decide per la svolta: la Novalis intraprende un nuovo progetto di apertura verso esposizioni di arti decorative applicate come vetro, ceramica, mobili di artisti famosi, architetti e designer (Ron Arad, Ettore Sottsass, Michelangelo Pistoletto, Sandro Chia, Mimmo Paladino, Gaetano Pesce solo per citarne alcuni). «La nostra selezione cade non solo sui più attivi artisti "metropolitani" ma è il territorio italiano intero ad essere esplorato, con incursioni, talvolta, all'estero – spiega sempre William -. Uno dei più recenti progetti della galleria è di ricercare i giovani artisti che stanno crescendo nel contesto socio-culturale di Torino, una città con un peculiare humus artistico che consente ai talenti speciali di nascere e di svilupparsi poi a livello internazionale». E in quest'ottica la Novalis Fine Arts Gallery ha da poco inaugurato una collettiva, in partnership con la Galleria Allegra Ravizza e lo Studio Maffei, entrambe milanesi. Si chiama *Summer Display_ A Group Show* ed ha come protagoniste le opere di 12 artisti; una miscellanea di fotografia, scultura, pittura, bassorilievi e installazioni video il cui risultato è la perfetta sincronia di linguaggi ed esperienze. Tutte in un'unica location. *Summer Display_ A Group Show* è in mostra fino al 15 settembre 2009.

NOVALIS FINE ARTS GALLERY
Via Carlo Alberto 49/51 - 10123 Torino Tel. 011 19717498
info@novalisfinearts.com
www.novalisfinearts.com
orario: martedì/sabato 10.00-12.30 e 15.00-19.00

Info: +39.02.66987787



ART IS LIFE.

**UFFICIO DELLE POSTE DI
ZONA BRERA**

IL CERCHIO PERFETTO

Che cos'è un seno femminile? È il dolce elemento materno che ci fa provare il primo dei piaceri della nostra intera esistenza quando, appena nati, veniamo attaccati al seno perché ci si possa nutrire. Ma facendolo veniamo in contatto con la persona che ci ha dato la vita. E la gratificazione è totale e crea un imprinting istintivo e primordiale che ci accompagnerà per tutta la nostra vita. Nutrirsi, da quel momento in poi, equivarrà per noi a volersi bene. Ogni volta che accosteremo il cibo alla bocca, un angolo recondito della nostra mente assocerà questo gesto alla sopravvivenza e all'accostamento col seno materno. Ma è anche un elemento di stimolo sessuale non indifferente. È la più dolce ed armoniosa delle curve femminili, è il cerchio per definizione, l'Alfa e l'Omega, il principio e la fine che si rincorrono senza mai raggiungersi, in un'armonia Ying e Yang perfetta. È una componente del richiamo sessuale, provoca turbamento, è oggetto di desiderio, un morbido guanciaie. Vi sono donne - e che donne! - che parlano col seno. Tutta la loro stupenda femminilità viene espressa, celebrata, sublimata, da un seno che esprime sensazioni ed emozioni come mai riuscirebbero a fare mille parole. Stando alla tradizione il seno perfetto dovrebbe essere contenuto in una coppa di champagne. Questa affermazione trae origine da Maria Antonietta d'Asburgo Lorena, Regina di Francia la quale, quando si trattò di definire le misure esatte di alcune coppe di cristallo di Sèvres create per il "Petit hameau de la Reine" nel parco della reggia di Versailles, decise che i suoi seni sarebbero stati il modello.

È la dolce ossessione di Théophile Gautier poeta e scrittore francese che narra dell'infatuazione di Octavien, un giovane studente in visita al Museo degli Studi di Napoli. Il ragazzo, di fronte al blocco di lava della tremenda eruzione del Vesuvio che ricoprì Pompei, rimase in estasiata contemplazione dell'impronta lasciata da una seducente sagoma di donna. L'eruzione, infatti, sorprese la giovane patrizia romana, Arria Marcella, mentre dormiva e la cenere nera, coagulata, aveva conservato l'impronta perfetta del suo seno. Un sigillo di bellezza destinato a durare per l'eternità.

È l'intervento al primo posto, nella classifica dei 650.000 interventi che ogni anno vengono effettuati in Italia dai chirurghi estetici, il più richiesto dalle donne di ogni età che desiderano un seno da ammirare che le faccia sentire in pace con se stesse e dia un significato a quello che è, per una donna, la prima fonte d'orgoglio, oggetto di ammirazione e richiamo erotico. È questo dualismo che ha sempre accompagnato, sin dalla notte dei tempi, e sempre accompagnerà, il seno femminile.

Simbolo di conforto, di fiducia, di calore, di tenerezza, di amore incondizionato e carnalità. Bandiera declaratoria di un sesso atteso e promesso o soltanto immaginato e desiderato, simbolo di emancipazione, nella sua dolce essenza, nella sua perfetta sfericità o nella sua erotica leggera asimmetria. Parte anatomica che trasmette la sua forte essenza emotiva agli indumenti che lo contengono. Reggiseni di ogni forma, colore, misura e dimensione, elementi di rivoluzione sociale, quando nel '68 le attrici del musical Hair invitavano, sin dalle locandine dello spettacolo a "Bruciare i reggipetti". Il falò, reale o simbolico che fosse, era un elemento di liberazione sessuale. Il seno al vento era una Dichiarazione d'Indipendenza declinata al femminile, era la libertà di mostrare una parte così intima, così considerata, così personale, a tutto il mondo per riappropriarsene in modo diretto e totale. È l'oggetto di pratiche di tattoo e piercing che, nate intorno agli anni '90 ora vedono una sempre maggiore diffusione, focalizzando l'attenzione sul seno, ma ancora di più e meglio, in maggior dettaglio, non solo sul seno, ma sulla sua espressione più eclatante, sul suo apice più delicato e seducente: il capezzolo.

Woody Allen ebbe a dichiararsi fortunato di non essere nato donna perché altrimenti avrebbe passato tutto il tempo a toccarsi il seno. Isaac Asimov, quando una rivista femminile gli chiese in un'intervista come avrebbe progettato una donna se fossero dipese da lui le scelte della creazione, rispose che avrebbe creato le donne col seno sulla schiena. Allo sguardo perplesso e interrogativo della giornalista, si affrettò a specificare: «Sì, è per via del divertimento che si potrebbe provare quando si ballano insieme i lenti!». La rotondità del Sole, della Luna, della stessa Terra si rispecchiano nel seno. E i massimi sistemi, si sa, dialogano tra loro.

(Rodolfo Di Maggio)



TRICOT
CHIC

MADE IN ITALY

«...Sculpture virtuali forgiate nella sostanza intangibile dei bit; modelli tridimensionali fatti di calcolo e immaginazione, realisticamente illuminati in complesso e dettagliato rendering...».

Francesco Mai nasce a Milano nel 1972. Studia Biologia ed è forse proprio per questo che la sua “arte digitale” nasce dall’osservazione delle meravigliose forme della natura, una sorta di parallela evoluzione biologica dell’inorganico, paradossi di zoologie minerali e metalliche cristallizzati in reperti di un’ipotetica e irrealista Storia Naturale.

Un’artista che ama le superfici corrose ed usurate dal tempo come ruggini, muffe e muri scrostati e allo stesso quelle lisce e levigate, traslucide e riflettenti... «mi piace dar vita a oggetti che non esistono ma che sono ricchi di energia e di forza; la stessa che scaturisce da torsioni e aculei che servono agli animali a difendersi, mai ad attaccare. Tuttavia questa difesa è letale. Un po’ come alcune bestiole che avvertono i potenziali predatori con colori sgargianti».

Ne derivano delle vere e proprie “digital alien sculptures” – termini coniatati dallo stesso Mai - : opere che hanno una matrice organica, spesso di natura non terrestre, semplicemente perchè si tratta di forme poco usuali e per questo aliene. Tali lavori sono dei rendering, ovvero dei modelli e degli ambienti tridimensionali sottoposti a simulazione di fisica ottica, «processo estremamente gravoso e lungo per le CPU dei computer soprattutto alle elevate risoluzioni a cui lavoro che però mi permettono un livello di dettaglio al limite dell’incredibile» racconta lo scultore. Ogni immagine ha una tiratura di cinque esemplari, sono stampe con tecnologia Lambda su carta fotografica professionale Kodak, le cui dimensioni possono raggiungere i 14.000*11.000 pixel senza perdere il benchè minimo particolare!

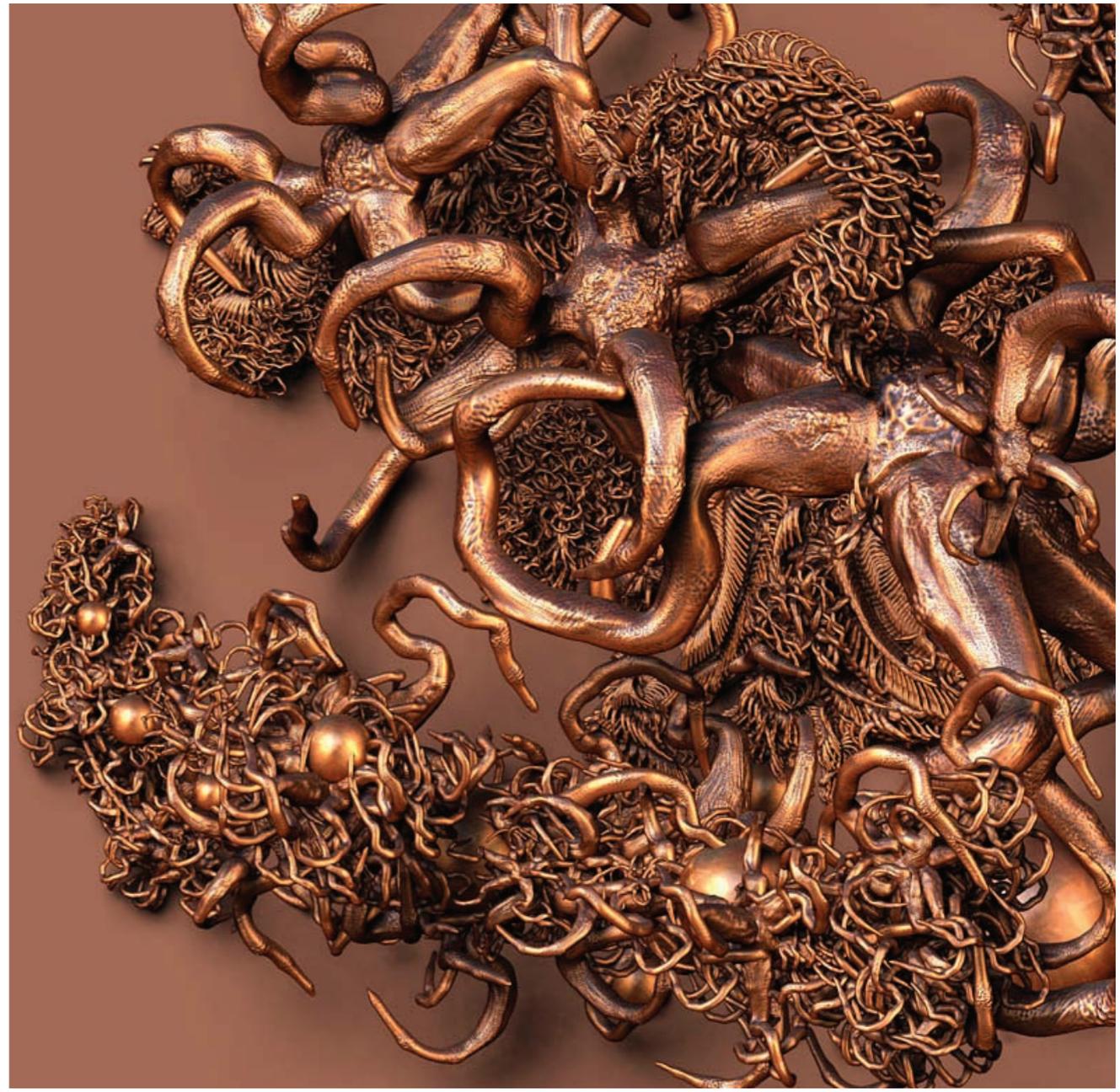
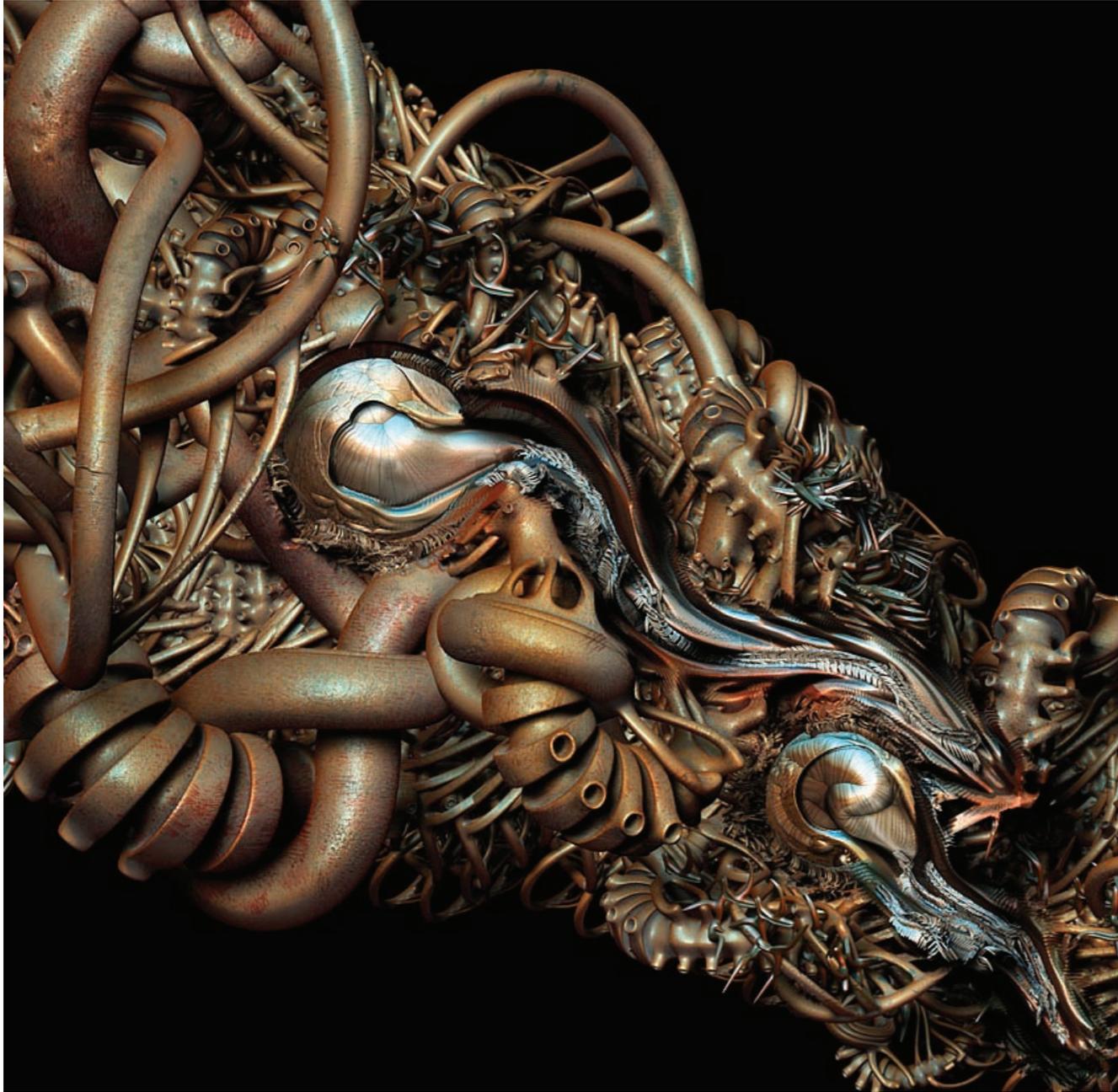
Ah, quando arte e tecnologia si fondono...

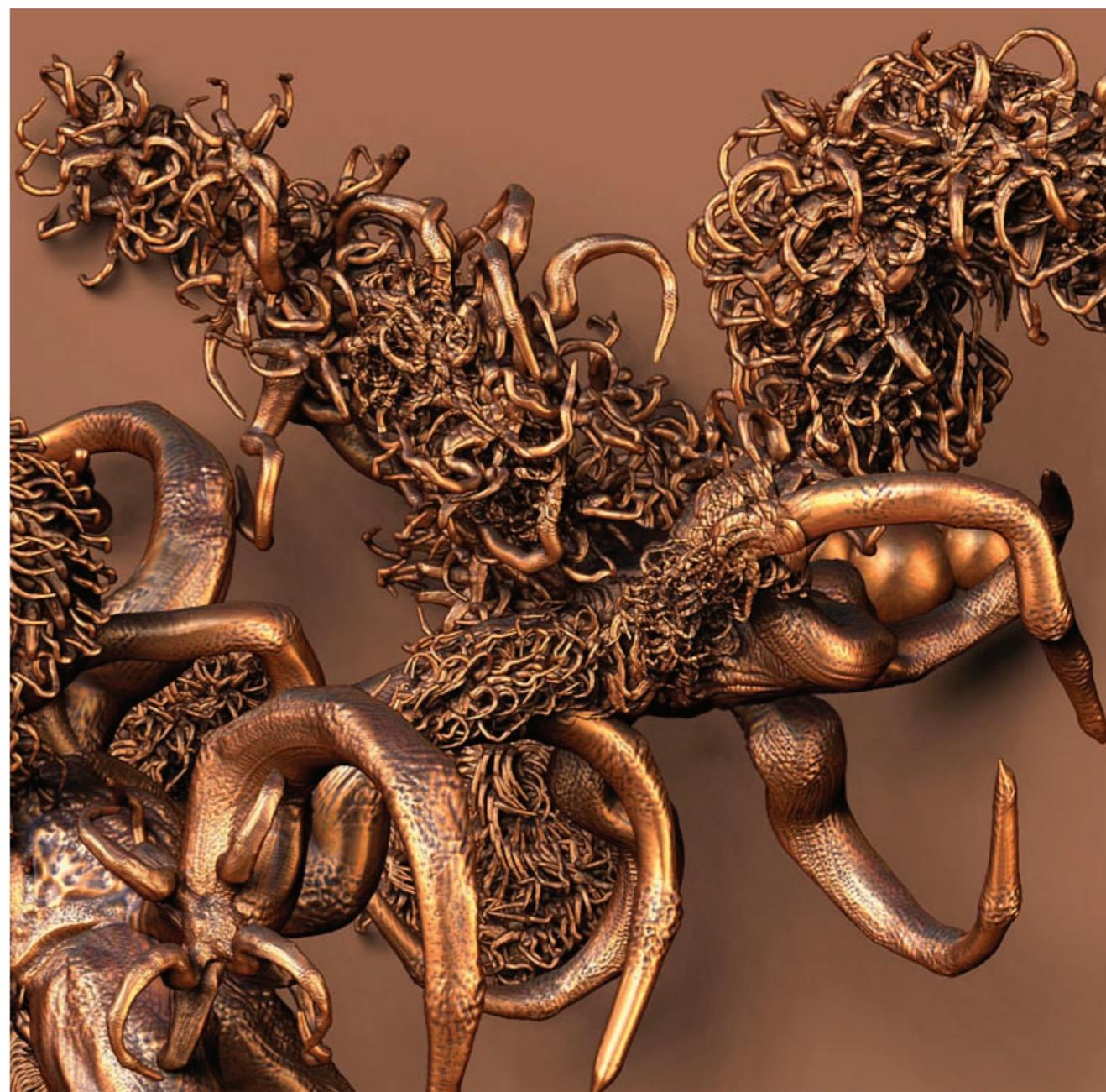
<http://www.francescomai.com>

Francesco Mai













AMORE CONGELATO

Il reparto frigo del supermercato.

Tutti che corrono, aprono e chiudono gli sportelli rovistando tra le confezioni sgualcite in cerca di quel misto mare in offerta oppure del nuovo minestrone cinquantasei verdure zero calorie...di corsa, sempre e comunque di corsa.

Il posto meno romantico del mondo. Almeno a prima vista.

La realtà, invece, è che Milano non è mai stata la città dell'abbordaggio in strada o sui mezzi pubblici. Oggi meno che mai. Le donne hanno paura. E gli uomini rinunciano in partenza. E quindi sono proprio i posti apparentemente più impensabili i nuovi luoghi d'incontro per eccellenza!

Internet, ovviamente, fa un pò da padrone...come non citare l'ormai onnipresente Facebook?

Anche se, in realtà, i social network sono perfetti per mantenere sempre vivi contatti già esistenti. Insomma: bisogna conoscersi di persona, la chat non basta più. C'è voglia di tornare al contatto diretto. E se la palestra è e rimane un ambiente privilegiato, capace di far nascere le storie più improbabili (perché si sa, quando i corpi si muovono a tempo le barriere sociali cadono più facilmente), sono i luoghi della quotidianità i nuovi protagonisti.

E dunque, il supermercato.

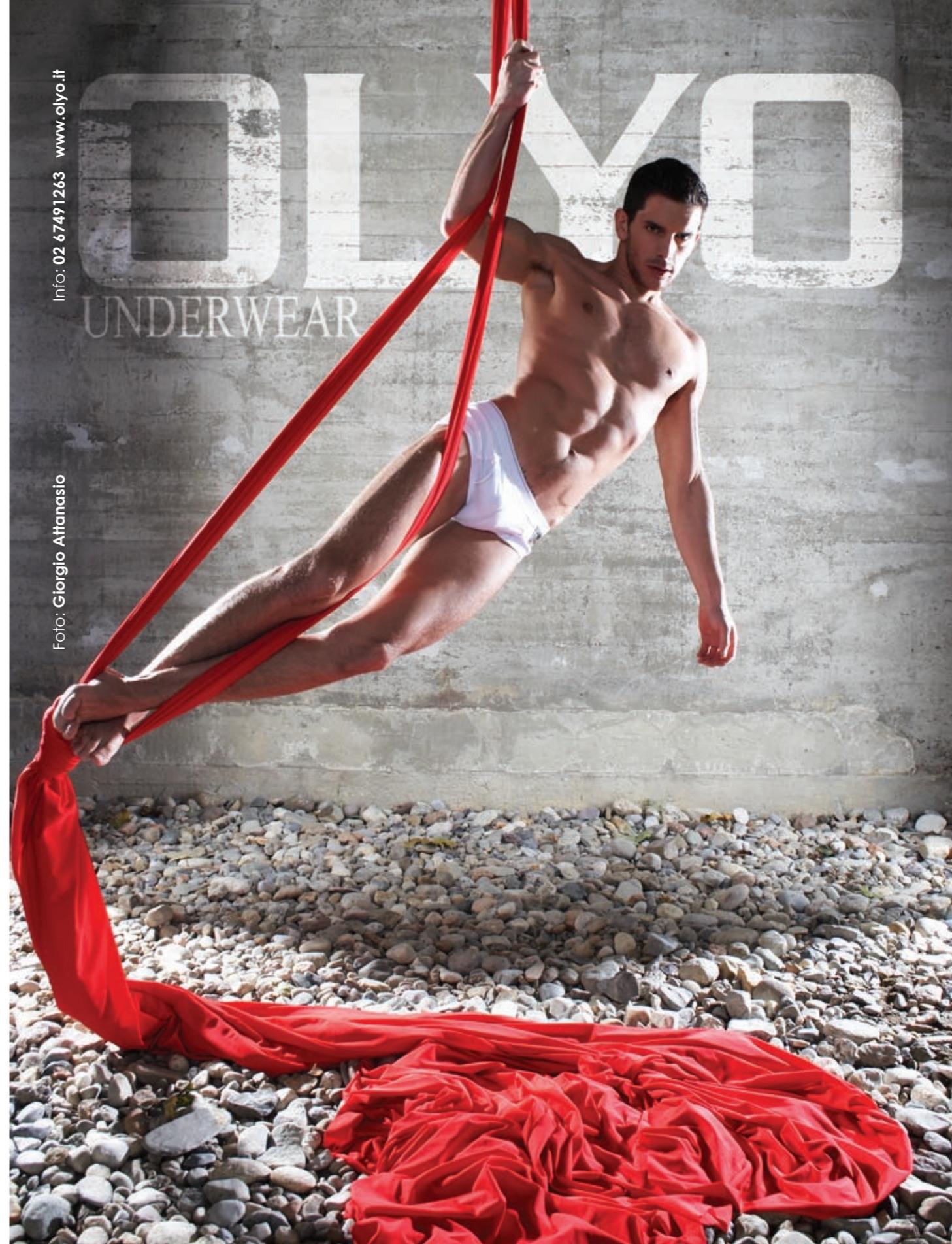
Dove si riscopre, prima di tutto, il piacere di fare la spesa, di scegliere, mettere le mani in mezzo alla frutta, la verdura...un po' come faceva la bella fruttivendola Anna Magnani nello storico film *Campo de' Fiori!* Ve la ricordate? Buona, simpatica e verace come non mai, gridava maliziosa: «Venite a vedere che belle mele ho oggi...», una vera icona sexy nell'immaginario maschile. La fruttivendola.

Proprio perché toccare, assaggiare sono gesti magici.

I sensi si risvegliano. E il gioco è fatto: ci si guarda intorno, magari sbirciando nel carrello del vicino (o della vicina) e poi...basta un pizzico di fantasia. Anche una battuta innocente tipo: «Mi sono perso quei gamberi...dove li hai trovati?» può essere un ottimo inizio per una conversazione o per un invito a cena!

Alla faccia di chi dopo il lavoro scappa diretto all'aperitivo. E non rimorchia mai!

(Irene Roghi)



Info: 02 67491263 www.olyo.it

Foto: Giorgio Attanasio

Ho visto cose...

Se è vero che a questo mondo ne esistono di cose strane, eccone una selezione!

Si va dalla bicicletta super leggera che copia lo stile delle moto, al cono gelato che fa risparmiare macchie e fatica alla lingua, fino a degli schifosissimi cerotti e all'accendino che si può usare sott'acqua.

La scelta è stata ardua perché il mercato, e soprattutto la rete, offre una miriade di oggetti tanto bizzarri e, nella maggior parte dei casi, inutili.

Inutili? Il giudizio ai lettori!

L'uomo e la scoperta del fuoco da sempre irrinunciabile icona di sviluppo ed evoluzione.

Grazie a **Shockproof lighter** oggi il fuoco diventa ancora più forte. Questi simpatici accendini infatti sono resistenti all'urto e persino waterproof!

Viene da chiedersi chi mai vorrà tentare di accendere un fuoco dentro all'acqua, questo è certo, ma chissà mai che non si tratti di un primo passo verso nuovi mondi da esplorare. Per il momento li trovate su www.thinkgeek.com

Il must del prossimo inverno? Pedalare!

Eh sì, fa bene alla salute, fa risparmiare e non inquina... meglio ancora se in sella alla nuovissima **City bike** firmata MOMODESIGN: telaio monoscocca in carbonio soft-touch opaco, calotta e movimento centrale in titanio, trasmissione a pulegge e cinghia dentata, cerchi in alluminio

satinato con raggi piatti e dotati di pneumatici slick, freni a disco e mozzo con cambio interno Shimano Nexud Inter-8. Un vero e proprio shuttle su due ruote! È disponibile in due misure e il prezzo è su richiesta. www.momodesign.com

Una sola parola: disgustosi! Ecco cosa sono questi **"Boo-Boos"**, nient'altro che i cerotti più grossolani e simpatici del mondo. Ma attenzione a non farli capitare in mano a chi è debole di stomaco!

Vermi, ragni, punti di sutura... persino una zip a chiudere le ferite; un totale di cinque disegni a dir poco rivoltanti che fan morir dal ridere (non appena passa lo spavento, però)!

La scatola contiene circa una ventina di cerotti... hai voglia a farsi male! Sia questi che il Cono Gelato Motorizzato si possono acquistare su www.perpetualkid.com

È forse il gadget da cucina più inutile - e quindi il più venduto - del 2009: il **Cono Gelato Motorizzato!**

Come si usa? Beh, è semplicissimo, basta posizionare la pallina di gelato sul disco rimovibile, premere il pulsante... et voilà, la lingua è ferma mentre il gelato si muove!

Lo strano marchingegno funziona a batterie, è lavabile in lavastoviglie e l'antenna si può togliere. Lo si può addirittura scegliere nelle varianti di colore rosa, arancione, viola o verde. Magari in pendant col gelato preferito!!



SPADESIGN09

VIAGGIO NEL BENESSERE "DOMESTICO"

Si sa che per stare bene nessun posto è meglio di casa propria. Ed è su questo elementare principio che si è voluta e allestita SPADESIGN2009 Mostra espositiva del design e dei materiali del benessere, evento "fuori salone" dell'ultima design week milanese tenutasi lo scorso aprile.

Primissima edizione e un successo senza precedenti. Vuoi per i 600 mq messi a disposizione dal Superstudio 13 nella ormai celebre Zona Tortona, vuoi per i 43 partner fornitori di prodotti esclusivi, vuoi per l'ambientazione emozionante fatta di luci soft, musiche rilassanti specchi, lavabi effetto pietra, vasche idromassaggio, porte in pelle d'anguilla, letti massaggianti, etc. Insomma, una riuscita talmente buona che si è deciso di ripetere l'avvenimento: l'appuntamento con l'home wellness ("abitare il benessere") di SpaDesign è dal 23 al 26 ottobre 2009, questa volta alla Fiera Milano Rho. Ma la vera attrazione della mostra sono state cinque Spa tematiche realizzate da cinque differenti architetti e designer. E nel progetto della casa che ognuno sogna di avere si chiamano...

Home Spa – La Casa Benessere

(progetto di Alberto Apostoli)

«Abitare il benessere significa poter vivere la mutevole sensazione del momento. Ecco perché ho pensato ad uno spazio residenziale in grado di assecondare i due desideri fondamentali dell'uomo nella sfera dell'abitare: il vivere a stretto contatto con l'acqua e in uno spazio che muta secondo i diversi stati d'animo e sentimenti; niente di più che un luogo in cui ciò che più conta è noi stessi e il nostro benessere psico-fisico».



Eco Spa – La SPA ecosostenibile ad impatto zero

(progetto di SPAPLAN – Mauro Biagi e Yoshie Otomi)

«Un ambiente nel quale "godere" del benessere del trattamento circondati da elementi naturali che stimolano i sensi e contribuiscono al raggiungimento dell'equilibrio interiore. La natura come protagonista dello spazio benessere...».



Glamour SPA – Uno spazio benessere privato tutto al femminile

(progetto di Silvia Giannini)

«Benessere oggi è sinonimo di status symbol, di life style... si tratta di uno spazio effimero e introspettivo caratterizzato da forme semplici, circondati da oggetti e materiali ricercati e lussuosi, perché il momento del sé è un lusso, un lusso che abbiamo imparato a ritrovare».

Il Bagno Benessere Spa – “Lugar de Relax Maximo”

(progetto di Franco Scaglia)

«Il luogo in cui mi rilasso e a volte diverto è il bagno. Il mio wc è inserito in una libreria, di fronte ha uno schermo e nell'aria musica soft e soprattutto...è matrimoniale. E se qualcuno mi manda a cagare ci vado volentieri!».



WellSpring Spa

(progetto di Ronen Joseph Design Studio)

«Più che una Spa è un intero sistema che comprende lettino da massaggi, totem con tv e lettore DVD e paravento: tre oggetti legati ai trattamenti e alla cura del corpo, utilizzabili insieme o come elementi autonomi, adatti sia salone che a casa».

(Antonia Opipari)



TEMPO!

Tempo, tempo, tempo ... non ne abbiamo mai abbastanza, sempre di corsa, in lotta contro le lancette: il tempo è tiranno, ci diciamo. Ed è prezioso, ormai, questo tempo introvabile.

C'è chi il suo, di tempo, se lo fa pagare veramente a peso d'oro, chi ne avrebbe tanto libero ma non ha nessuno con cui passarlo e chi lo passa tutto a lavorare in qualche anfratto neanche troppo nascosto del nostro mondo per ricavarne giusto di che vivere.

Ma il tempo è sempre quello: un'ora è un'ora, sia per il chirurgo plastico più famoso al mondo che per il netturbino di Cologno Monzese. Proprio su questo principio, volutamente provocatorio, nasce nel 1992, a Parma, la Banca del Tempo.

Con più di 100 sedi in tutta Italia, e i primi seguiti anche a livello europeo, oggi questa particolarissima Banca è sicuramente una realtà affermata: ogni titolare di un conto ha il suo libretto degli assegni, può versare quando vuole e prelevare quando ne ha bisogno. Cosa? Tempo!

Sì, perché la Banca del Tempo è un sistema attraverso cui le persone si scambiano reciprocamente attività, servizi, saperi; un istituto di credito in cui le transazioni sono basate sulla circolazione del tempo, anziché del denaro. E il valore delle attività scambiate si determina unicamente in base alle ore impiegate per realizzarle, il tipo di attività è irrilevante.

Un esempio? Mettiamo che Anna sia un'insegnante d'italiano, che si rende conto di avere 2 ore disponibili alla settimana: si reca alla Banca del Tempo della sua città e diventa correntista, dichiarando questa sua disponibilità. Sarà la Banca stessa a mettere Anna in contatto con Laura, il cui figlio ha bisogno di ripetizioni. Laura, a sua volta correntista della Banca, metterà a disposizione il suo tempo libero per curare le piante della famiglia Moretti... e così via.

Il bello è, infatti, che lo scambio non deve necessariamente essere reciproco: si diventa debitori o creditori non della persona, ma della Banca, che può così incrociare al meglio domanda ed offerta in modo che ogni correntista ottenga ore a credito quando si impegna in un'attività e possa riscuoterle in caso di bisogno quando preferisce.

Non è difficile immaginare l'enorme gamma di possibilità di scambi che si apre grazie a questa organizzazione, che permette scambi indiretti (e non necessariamente bilaterali come nel baratto, ad esempio) e differiti nel tempo: chiunque in una Banca del Tempo ha valore, e le differenze tra giovani ed anziani, ricchi e poveri, comunitari ed extracomunitari si annullano: 1 ora è 1 ora per tutti, ha sempre lo stesso valore.

Chi scambia compie un gesto molto importante: libera il tempo.

Lo libera da ogni equazione economica: nella Banca del Tempo un'ora vale sempre un'ora, a prescindere dal servizio scambiato; lo libera per se stesso, per imparare a darlo con fiducia e a riceverlo senza sensi di colpa. Nessuno quando scambia perde del tempo.

Ovviamente, compito della Banca è far sì che ogni tempo-correntista pareggi il suo conto: entrate ed uscite devono coincidere il più possibile, senza che ci siano solidarietà a senso unico o approfittatori delle disponibilità altrui.

Non è volontariato quindi, ma scambio. Scambio attivo e alla pari.

Se l'idea vi piace è ora di aprire un conto ... sempre che abbiate tempo!

Info: <http://www.bdtitalia.altervista.org> (sito ufficiale dell'Associazione Nazionale Banche del Tempo)

(Irene Roghi)



**Deborah Milano
Design Trimarchi**
*Prototipo della maxiterra
Bronze Attraction:
concava la forma,
asimmetrica l'apertura
del coperchio e una
base che crea un effetto
"galleggiante".*
Design: Mario Trimarchi
Photo: Santi Calca

**Deborah Milano
Design Trimarchi**
*La terra Sole&Co di
Deborah Milano è
progettata secondo
forme che evocano i gesti
delle mani.*
Design: Mario Trimarchi
Photo: Santi Calca

Make up Design: GLI ANEMONI DI DEBORAH

Si ispirano alla natura, come fossero piccoli sassi o creature degli abissi marini, gli oggetti per il make-up, disegnati da Mario Trimarchi per Deborah Milano.

Oggetti da riconoscere al buio, toccandoli, accarezzandone le forme sinuose che immediatamente riportano ad una certa sensorialità tutta al femminile.

Ancora una volta, moda e bellezza si uniscono con una particolare attenzione al design, sottolineando un'idea tutta italiana di make-up, fatto di accuratezza dei prodotti, di una qualità accessibile al largo pubblico e di un'estetica che si distingue per la cura del dettaglio.

Sono quindici gli oggetti di design per il make up disegnati negli ultimi cinque anni, dai mascara asimmetrici ai kit per il trucco che diventano vassoi contenitori, ognuno diverso nella forma perchè tutti disegnati a partire dalla gestualità nell'uso.

Un elogio alla bellezza e al quotidiano, quella bellezza fatta anche di dettagli accurati e di colore inattesi.



Deborah Milano Design Trimarchi

L'ombretto Mineral Matt di Deborah Milano segue asimmetrie organiche e suggerisce la presa nel palmo della mano.

Design: Mario Trimarchi

Photo: Jean Pierre Maurer



Hermès - Birkin



Hermès - Bolide



Gucci - Jackie O



Chanel - 2.55



Hermès - Kelly



Fendi - Baguette



Marc Jacobs - Stam



Louis Vuitton - Noe



Louis Vuitton - Speedy



Balenciaga - Motorcycle bag

Le borse per una donna.

Non avendo questa particolare deviazione ammetto che posso osservare il fenomeno da una posizione privilegiata. La borsofila o bagalcoholic, per dirla all'Inglese, è un soggetto interessante. Quello che per una donna comune è un semplice accessorio, per la bagalcoholic è il corrispettivo del Sacro Graal. Una ricerca infinita la attira inevitabilmente verso i luoghi di culto della "It bag" del momento.

Per le nostre nonne lo status simbolo era la mitica Chanel 2.55 (nome derivato dal giorno della sua creazione), deliziosa hand-bag trapuntata con catena, agile, femminile, e snobbissima. Ammetto che ha popolato anche i sogni fashion della sottoscritta. Poi venne il regno di Hermès, che magicamente ha declinato tutte le personalità femminili con suoi celebri modelli: la Kelly, raffinata, pratica e squadrata, che, con la sua mole, fu appunto utilizzata dalla bionda Principessa di Monaco per nascondere ai cronisti la gravidanza, l'essenziale Plume, la classica Bolide e - il nome dice già tutto - la sportiva Trim e la sofisticata e ricercatissima Birkin. Poi il bauletto Speedy e il secchiello Noe di Louis Vuitton, la Jackie O di Gucci (il nome vi dice nulla?) la radical-chic in puro nylon Prada - con il suo bauletto, "It bag" delle universitarie degli anni '90, la baguette di Fendi, le borse finto rustiche di Bottega Veneta e di Tod's.

Con l'emancipazione femminile anche lo stile delle borse è cambiato e si è fatto più aggressivo. Basterà citare la grintosa Motorcycle Bag di Balenciaga, capiente in modo esagerato, le borse variopinte e quasi accessibili di Guess o la classe della Stam di Marc Jacobs, ibrido tra classe di un tempo e agilità moderna.

Una cosa è certa: al di là della scelta infinita di modelli e creazioni, per l'appassionata di borse non ne esiste una ideale. Una volta conquistata, ne seguirà immediatamente un'altra e un'altra ancora. Non ci sarà mai la borsa perfetta. Con notevoli ripercussioni sul conto in banca della poveretta in questione. Perché se una flat Chanel 2.55 può partire anche dalla "modica" cifra di 1.000 euro, che dire del pezzo unico creato da Louis Vuitton, una hand-bag in pelle di cocodrillo e piume di uccelli esotici, che è arrivata a costare la bellezza di 30.000 euro?

Certo, il pregio dei materiali, la costruzione artigianale e il fatto che esistano delle esclusive liste d'attesa per la produzione

limitata, possono giustificare i prezzi. Ma 30.000 euro, scherziamo?

D'accordo niente è mai troppo caro per una bagalcoholic. Esistono allora due scorciatoie, che però possono rivelarsi delle armi a doppio taglio: eBay e il vintage.

Il web non fa toccare con mano la borsa dei sogni, ma permette di vederne tante, tantissime in un colpo solo, a prezzi quasi abbordabili. E così, serata dopo serata passata a contrattare con un venditore di Hong Kong (magari con un feedback non proprio al cento per cento), per una Birkin da urlare, si può quasi sicuramente ottenerla. Dico quasi, perché in alcune sfortunate ipotesi ci si può anche ritrovare a pagare un botto di spese di spedizione, oppure a vedersi arrivare una borsa farlocca.

Meglio il vintage allora? Non proprio. La bagalcoholic è molto spesso fanatica del nuovo, persino dell'odore di cuoio immacolato. Certo, una minaudière di Cartier, ormai introvabile, può valere una spesa folle, ma il modello del momento ha la priorità. C'è poi da dire che le case produttrici prendono i cosiddetti due piccioni con una fava, riproponendo vecchi modelli attualizzati, dei veri e propri corsi e ricorsi storici. È ormai un must delle ultime stagioni la nuova Speedy Vuitton o la Jackie O di Gucci.

E la bagalcoholic abbozza sempre all'amo delle nuove tendenze, dimenticandosi persino di alcune regole fondamentali dell'abbigliamento. La borsa, infatti, dovrebbe sempre essere in linea con le proporzioni di chi la porta. Siete minute? La maxi-bag extra large tanto trendy potrebbe farvi scomparire del tutto sotto un fardello di cuoio. Non siete dei fucelli? Magari evitate la mini pochette, se non volete dare l'impressione di andare in giro con il portafoglio.

Chissà, forse le nostre nonne avevano capito tutto quando optavano per dimensioni umane e semplificate. Niente tasche per il cellulare, zip o tracolle nascoste. Una semplice femminile borsa in cui l'unica cosa che non doveva mai mancare era il vezzosissimo e purtroppo dimenticato specchietto. Bei tempi quelli!

(Isabella Rotti)

La Linea Il genio in una matita



Questa è la storia del tratto di matita più geniale che sia mai apparso in televisione. Un tratto infinito dal quale appare, vive, corre e si affanna un omino dal nasone enorme e dalla parlata petulante e quasi incomprensibile. È La Linea, protagonista tra il 1969 e il 1976 degli spot Lagostina, in seguito diventato un personaggio vero e proprio dei cartoons e dei fumetti, osannato in tutto il mondo.

Nel 1969 l'ingegner Emilio Lagostina, titolare dell'omonima azienda di pentole a pressione e, guarda caso, collezionista d'arte, è il primo a intuire l'enorme potenziale della creatura che Osvaldo Cavandoli, ex disegnatore dell'Alfa Romeo proveniente dalla fucina di talenti della Pagot, sta proponendo per il Carosello. Il personaggio viene battezzato Agostino Lagostina (nome eliminato dopo la prima serie di Caroselli) e si presenta così: «Chi è Agostino? Un piccolo uomo vivace, dal naso realmente espressivo, con tutte le istanze e le preoccupazioni della vita moderna. Figlio di una matita e di una mano». La Cinestudio produce così 35 film pubblicitari de La Linea Lagostina della durata di 2' 30". Cavandoli, inizialmente unico realizzatore, si fa poi affiancare da due animatori modenesi, Gianfranco e Loretta Marchesi, doppiati da Carlo Bonomi, che caratterizza il protagonista con una parlata borbottante, misto di suoni onomatopeici ed espressioni vagamente meneghine. Franco Godi e Corrado Tringali creano per l'occasione un jingle molto accattivante con echi jazz e, nella parte finale, personalizzano il celebre motivetto di "Io cerco la Titina" con lo slogan "Lui cerca Lagostina Lui cerca e qui la trova". E come per magia, La Linea si trova contornata dalla casetta simbolo della ditta. La Linea è un esploratore del quotidiano e incontra sempre svariati ostacoli: piedi di giganti, animali, oggetti fenomeni naturali. Per lui tutto è una scoperta da novello Adamo. Naturale quindi che continui a rivolgersi al disegnatore per trovare una soluzione ai suoi problemi, che si risolvono spesso a suo sfavore, svelando una iella in puro stile Will Coyote.

L'originalità e la comicità delle trovate di Cavandoli decretano un successo immediato del personaggio, tanto che in breve tempo La Linea ha una vita propria. Nel 1972 ha una sua striscia a fumetti su Sorry e poi sul Giornalino. Ma

è a livello internazionale che Cavandoli ha le maggiori soddisfazioni. E la chiave sta proprio in quel linguaggio apparentemente inafferrabile, eppure così ricco nel cogliere sfumature espressive ed emotive. La Linea non ha bisogno di doppiaggio, il suo è una parlata istintiva, primordiale, essenziale proprio come il suo tratto. È quindi comprensibile a tutte le latitudini. E infatti Cavandoli viene premiato con, il premio al Festival di Annecy e al Festival di Zagabria. Nel 1973 esce il primo libro "La Linea", edito da Bompiani. Seguono poi calendari, poster, e diversi prodotti di merchandising.

Nel 1977 La Linea diventa protagonista di una serie tutta sua, indipendente dal Carosello. È un successo, ma stranamente in seguito, La Linea inizia a non essere più trasmessa in Italia, mentre in Europa trionfa ovunque e vengono prodotti anche dei DVD con le sue avventure.

Negli anni comunque l'omino di Cavandoli rimane nel cuore di tutti e gli italiani la cercano. Sulla rete televisiva svizzera, più recentemente su YouTube, per non parlare degli affettuosi omaggi negli ambiti più impensati. Episodi de La Linea vengono ancora oggi proiettati nelle stazioni metropolitane di Berlino, Francoforte, Colonia, Stoccarda ed altre città tedesche, mentre in Norvegia dal 30 giugno 2008, il quotidiano Dagbladet pubblica un episodio del personaggio di Cavandoli.

La Linea è stata citata anche nel video musicale per la canzone di Jamiroquai *(Don't) Give Hate a Chance* (2005), in cui appaiono varianti tridimensionali del celebre personaggio oltre che mano e matita di un disegnatore, e nella sigla finale dell'anime Itadakiman, della serie "Time Bokan", nelle canzoni di Gigi D'Agostino *Bla Bla Bla* e *The Riddle*, per non parlare di una spassosa Linea Interattiva su YouTube. Fino ai Pali e Dispari che in una scenetta di Zelig umanizzano due linee con i loro volti. Un ultimo omaggio a un grande artista, scomparso nel 2007, di cui forse ci si ricorda ancora troppo poco.

(Isabella Rotti)





A FUNNY MAN UNDERWEAR

Gli uomini e le loro mutande. Colorati, divertenti ed irriverenti. Slips e boxer all'insegna del buon umore per piccanti appuntamenti tutti da "scoprire" in cui più che mai pare entrare in scena un uomo nuovo, capace di *non prendersi intimamente troppo sul serio*.

Minacce o lusinghe? **Intimissimi** uomo propone boxer a mezza gamba in cotone decisamente ricche di fantasia.



Colori fluo e finte cuciture caratterizzano l'underwear sportivo della linea **Robe di Kappa**.



Un tattoo indiretto o un bouquet fiorito? La linea **Olyo** permette ampia scelta di modelli e colori.



Tra humor e motor-style, **A-Style** pare non perdere il suo smalto, proprio come il suo irrinunciabile logo nero su giallo.



Sobrio eppure stilosissimo lo slip taglio militare di **Bikkembergs** che gioca tra profili colorati in contrasto e logo rigorosamente a vista.





LIZ...

ULTIMA DIVA

Orizzonti di sabbia dorata. Misteriose dune. Faraoniche piramidi. La diva è dolcemente adagiata su una mezzaluna. Veli e tuniche diafane carezzano le sue forme seducenti. È la regina Cleopatra. Sua maestà: Elizabeth Taylor.

La 20th Century Fox ha pagato a Liz Taylor, per questo ruolo, un milione di dollari. Per l'epoca è il più alto cachet nella storia del cinema. In più, per i 65 sfarzosi costumi egizi realizzati su misura per Liz si spesero circa 200 mila dollari e tra di essi ce n'era uno fatto a mano con fili d'oro 24 carati.

Ma il vero tesoro Liz lo incontra sul set. Egli ha indossato l'armatura del generale romano Marco Antonio e in volto lo sguardo profondo e inquietante di Richard Burton. Profetiche furono le sfini. Galeotta la corrente sacra del Nilo. Marco Antonio adora Cleopatra, Richard Burton è innamorato perso di Liz. L'avventurosa tresca tra i due si fa sempre più avvincente, tra finzione e realtà, tra grandiose scene di guerra e sospiri rubati alle cineprese. Con quanta sfacciataggine quei due osano amareggiare e flirtare tra un ciack e l'altro! Ma non sarà semplicemente amore? A quell'epoca Elizabeth Taylor era una donna sposata come dal suo canto lo era Burton. Il perbenismo hollywoodiano insorse: «È scandaloso! La Taylor è solo una "scarlet woman"» eufemismo americano per dire sgualdrina. Nella realtà Taylor e Burton si sposano nel '64, divorziano dieci anni dopo per poi risposarsi nel '75 e ri-separarsi nel '76. Liz lotta sempre con forza tra amori infranti e ruoli contesi, ma i suoi occhi non perdono mai quello sguardo di bimbetta, quando per la prima volta comparve sul grande schermo... era il 1942 e la casa cinematografica Universal Pictures affidò all'enfant prodige Elizabeth una piccola parte. Subito le prime critiche: «Liz non sa cantare né danzare né recitare!» e così giunge inesorabile la rottura del contratto. La graziosa Liz a soli dieci anni è già un'attrice disoccupata! L'appuntamento con il mito è solo rinviato. Poco dopo, la Metro Goldwing Mayer scrittura Liz per interpretare Priscilla nel film *Torna a casa Lessie*. È un gran successo con un gran finale! Insieme a Lessie anche l'affascinante adolescente dagli occhi di cerbiatta è tornata ed il mondo si è finalmente accorto di lei! A 12 anni Liz è ormai una celebrità. Ma la sfortuna ci mette lo zampino, anzi una zampa, quella di un cavallo: durante le riprese del film *National Velvet*, Liz viene disarcionata. In futuro questa caduta le causerà molti problemi, ma per ora Liz, rimonta in sella e galoppa inarrestabile verso i suoi splendidi successi. Il suo fiammante cavallo è quello del mito! L'adolescenza cinematografica di Liz si conclude con il commovente ruolo di Amy in *Piccole Donne*. Il giorno dopo, il fresco bocciolo è sbocciato ed ha le incantevoli forme di una venere greca, un corpo soffice ed odoroso di magnolia; è lei la donna che per sempre terrà avvinti a sé gli ardenti sogni e i passionali desideri di tutti gli uomini. È tempo di matrimoni e nel '50 tutte le sposine americane sognano il velo candido ed il fresco sorriso della bellissima Kay Banks nella



commedia romantica *Il padre della sposa* con papà Spencer Tracy (nel ruolo del padre azzecagarbugli) e la mamma Joan Bennet. Liz è Kay, sposina perfetta sulla scena, ma una vera frana nella vita! Per ben otto volte Liz si inginocchia sull'altare giurando amore eterno ad altrettanti mariti da cui puntualmente divorzia! Le "Goody two shoes", puritane perfettine americane diranno: «La Taylor cambia mariti come fossero copioni di film!». Nel '59 arriva *La gatta sul tetto che scotta*. La gattina è lei, Liz mogliettina adorabile di Paul Newman alle prese, tanto per cambiare, con un matrimonio burrascoso, ma il lieto fine è assicurato e Liz, dea capricciosa, torna a sorridere! Intanto il suo innato dono del "recitar parlando" le vale il soprannome di "One Shot Liz". Liz buona la prima! Interpreta le sue battute a perfezione sin dal primo ciack. Nel '67 John Huston, l'adorabile guru della macchina da presa, chiama Liz nel film *Riflessi in un occhio di cristallo*. Drammatico ruolo di Liz che riesce ad essere infedelissima anche nella finzione scenica, vestendo i panni di Leonora Penderton al fianco di un grandioso Marlon Brando.

Tutto ciò che Liz sfiora, si trasforma in oro, come il Krupp Diamond di ben 33 carati ed il Taylor Burton Diamond di 66 carati, diamanti che realmente ella possedette. Poi da una magica combinazione di delicate e pungenti fragranze Liz ideò una linea di profumi: Passion; White Diamond; e Black Pearls. Fatturato annuo: circa 200 milioni di dollari.

In ricordo del suo caro amico Rock Hudson morto di AIDS, Liz creò una fondazione per soccorrere i malati di AIDS e non c'è una sola stagione della sua vita in cui lei non dà poderosi aiuti ai sofferenti di ogni parte del mondo.

Improvvisamente quel cuore che tante volte aveva palpitato d'amore e tanti altri ne aveva infranti, si rivela malato. Ma il peggio deve ancora venire. Il bollettino medico degli anni a venire è tempestoso: per cinque volte Liz si frattura la schiena; protesi ad entrambe le anche; sconfigge un tumore benigno al cervello; debella coraggiosamente un cancro della pelle; annienta per ben due volte gli assalti di una micidiale polmonite. Chiunque al suo posto si sarebbe fatto spazzare via da questa tempesta, ma Liz è una leonessa e ama disperatamente la vita. Ne rimane saldamente aggrappata! È così che nel 2007 Liz entra ufficialmente nella storia del California Hall of Fame. Ma questa è solo una consacrazione terrena, perché lassù nel Parnaso il suo ruolo di Prima Musa del cinema è indiscusso da sempre! Dagli anni '80 Liz stabilisce la sua dimora in California a Bel Air. È un luogo particolare, perché là non esiste un viale del tramonto, almeno non per Liz e per chi la ama. E se talvolta abbiamo la sensazione di scorgere un malinconico flou nei suoi sorrisi o una sottile patina di polvere sulle pellicole di suoi film, sappiamo che l'unica polvere che può velare una creatura divina come lei è la polvere di stelle! Perché la vera cometa è lei, Liz, ultima diva!

(Michele Zasa)



EDWARD HOPPER Il pittore della solitudine

Oltre ad essere la prima mostra in Italia dedicata al più importante esponente del Realismo americano, quella di Edward Hopper verrà certamente ricordata come l'esposizione che ha dato il via alla partnership – per ora solo nell'ambito culturale, intendiamoci! - tra Milano e Roma: «È con immenso piacere e grande soddisfazione che celebriamo l'inizio di un considerevole percorso di collaborazione tra il Comune di Milano e la Fondazione Roma con la presentazione di questa antologica italiana dedicata ad Edward Hopper» hanno dichiarato il sindaco Moratti e l'avvocato Emmanuele Francesco Maria Emanuele, presidente della Fondazione. E di fatto la mostra è stata resa possibile anche grazie all'appoggio di Arthemisia che ne ha curato il catalogo, del Whitney Museum of American Art che ha fornito il numero più consistente di opere, e della Fondation Hermitage di Losanna.

Edward Hopper nasce a Nyack (NY) il 22 luglio 1882. Frequenta la New York School of Art e dopo il diploma fa un viaggio a Parigi dove conosce e si appassiona alla tecnica impressionista. Non a caso ciò da cui l'artista si è sempre sentito stimolato sono i soggetti urbani e architettonici, caratterizzati da un unico personaggio, isolato e distaccato psicologicamente... il "pittore della solitudine" appunto.

Tra il 1915 e il 1923 Hopper smette di dipingere e comincia ad incidere; ed è con le sue incisioni che comincia a diventare famoso. Nel 1924 sposa Josephine Nivison, pittrice anche lei, da questo momento in poi modella di tutte le sue figure femminili, tant'è che nel "Second Story Sunlight", uno dei suoi quadri più celebri, le due donne sono sempre Jo raffigurata da anziana e da giovane.

Edward Hopper ha dipinto per più di sessant'anni e le sue ultime opere sono state realizzate a metà degli anni '60, quando aveva circa un'ottantina d'anni. È morto nel 1967 e sua moglie lo ha seguito nove mesi dopo.

Organizzata per sezioni (sette, tra cui "Autoritratti", "Formazione e prime opere", "Parigi", "L'eroticismo, etc.), la mostra è un vero e proprio viaggio nella vita artistica di questo straordinario pittore: dalla scuola agli anni parigini, dal '30, '40, '50 alla fine.

Milano, Palazzo Reale, 15 ottobre 2009 – 24 gennaio 2010

Roma, Fondazione Roma Museo, 16 febbraio – 13 giugno 2010

Infoline 199 202 202

Prenotazioni gruppi e scuole – visite guidate Ad Artem:

+39 02 659 77 28

www.edwardhopper.it



ROBERT WILSON Il ritrattista del ventunesimo secolo

In qualsiasi vocabolario della lingua italiana alla voce "ritratto" si potrebbe sintetizzare una dicitura simile a questa: "opera d'arte pittorica, scultorea o fotografica che ritrae dal vero i tratti individuali o la figura di una persona". Ebbene, è sbagliata! No, non sono diretta discendente di Dante Alighieri. Sono semplicemente una giornalista con la consapevolezza che, se un artista come Robert Wilson passerà alla storia per aver realizzato dei videoritratti, credo che da qui a breve i "signori dei glossari" dovranno rivedere le loro posizioni e correggere in "opera d'arte pittorica, scultorea, fotografica e VIDEO..." la definizione di effigie nel dizionario! Vedremo.

La realtà sta nel fatto che fino al 4 ottobre 2009 al Palazzo Reale di Milano è possibile visitare la mostra *Voom Portraits* del già citato Robert Wilson, una delle figure contemporanee più importanti e riconosciute per quanto riguarda il teatro, l'opera e l'arte. La sua carriera comincia a metà degli anni '70 con *Video 50*: una serie di 100 episodi da 30" ciascuno. Due anni fa assieme a *VOOM HD Networks* – compagnia pionieristica nella ricerca sulle tecnologie per la televisione in alta definizione – Wilson realizza i *Voom Portraits*, vale a dire i videoritratti in alta definizione raffiguranti vip, gente ordinaria e insoliti animali a cui è intitolata e dedicata la mostra. Non più tela e carta, protagonista è il modernissimo video che non esclude suggestioni provenienti da pittura, design, architettura, fotografia, danza e teatro, anzi le mescola esaltandole. «I videoritratti possono essere visti nei tre modi in cui tradizionalmente gli artisti costruiscono lo spazio – racconta l'artista -. Se tengo la mia mano di fronte al mio viso posso vederla come un ritratto. Se la guardo a distanza, la osservo come parte di uno still life, e se la vedo dall'altro lato della strada, diventa parte di un paesaggio. Nel costruire questi spazi, vediamo un'immagine a cui possiamo pensare come a un ritratto. Se guardiamo attentamente, questo still life è vita reale. In un certo senso, se ci concentriamo e li guardiamo sufficientemente a lungo, gli spazi mentali diventano paesaggi mentali». Ecco allora che questi videoritratti appaiono in tutto e per tutto come dei classici disegni statici, ma improvvisamente qualcosa si muove: i personaggi battono le ciglia, muovono un piede, cambiano di pochissimo postura e l'esperienza della percezione si modifica radicalmente. Tra i soggetti "videoritratti" Brad Pitt, Johnny Deep, Salma Hayek, Winona Ryder, Dita Voon Teese, Isabella Rossellini e tanti altri.

Milano, Palazzo Reale, sino al 4 ottobre 2009

Informazioni e biglietteria: www.comune.milano.it/palazzoreale

Orari: lunedì 14:30-19:30, da martedì a domenica 9:30-19:30, giovedì 9:30-22:30 (la biglietteria chiude un'ora prima)

Biglietti: € 9,00 intero, € 7,50 ridotto, € 4,50 ridotto speciale

tel.02 54913 – www.ticket.it / www.ticketone.it



ARTE CONTEMPORANEA IN **TWISTER** TRA I MUSEI LOMBARDI

La si potrebbe metaforicamente definire una “catena artistica” ma in realtà un nome ce l’ha e si chiama Twister: un progetto di alleanza tra dieci musei della regione Lombardia nato allo scopo di selezionare, esporre ed acquisire opere di arte contemporanea site specific/site related, progettate, prodotte e scelte tramite un concorso pubblico internazionale ad invito per giovani, sconosciuti (o quasi!), artisti.

La procedura concorsuale è stata lunga e la selezione dura se si considera che da sessanta gli artisti sono diventati venti e poi dieci. I prescelti sono stati Mario Airò, Massimo Bartolini, Carlo Bernardini, Loris Cecchini, Madame Duplok, Chiara Dynys, Lara Favaretto, Maik e Dirk Löbber, Marzia Migliora, Ottonella Mocellin e Nicola Pellegrini. Sono stati loro, infatti, i migliori nel progettare, come richiesto, un’opera studiata ad hoc per ciascuno dei dieci musei o in relazione con essi, non invasiva né monumentale, realizzata per rimanere stabilmente nelle collezioni permanenti. Gli spazi che sono stati messi a disposizione degli artisti non sono stati le sale espositive, ma lo spazio di ogni museo in senso ampio, all’interno e all’esterno... l’obiettivo era quello di delimitare degli “spazi di rispetto” attorno al museo e al tessuto urbano e territoriale circostante.

Queste loro opere saranno esposte ed inaugurate nelle sedi di ogni museo coinvolto a partire dai prossimi 3 e 4 ottobre e nello stesso momento; assieme a queste la creazione di Ofri Cnaani vincitore del parallelo concorso sulla realizzazione di un intervento artistico in rete che coinvolgesse i dieci musei per mostrare l’unicità e la coesione del progetto TWISTER e le specificità di ogni realtà museale, rendendo visibile la rete dedicata all’arte contemporanea in Lombardia.

I musei/enti coinvolti:

Civici Musei di Milano, Milano (MI);

FAI - Villa e Collezione Panza, Varese (VA);

Fondazione Stelline, Milano (MI);

Galleria del Premio Suzzara, Suzzara (MN);

GAM Civica Galleria d’Arte Moderna, Gallarate (VA);

GAMEC Galleria d’Arte Moderna e Contemporanea di Bergamo (BG);

MAM Museo d’Arte Moderna e Contemporanea, Gazoldo degli Ippoliti (MN);

Museo Civico Floriano Bodini, Gemonio (VA);

Museo d’Arte Contemporanea, Lissone (MB);

Premio Nazionale Arti Visive Città di Gallarate, Gallarate (VA)

3, 4 ottobre 2009 - Inaugurazione coordinata nelle dieci sedi



CAMERA WORK La rivista che ha fatto la storia della fotografia

È stata una delle riviste fotografiche più accreditate d’America. Fondata nel 1903 dal celebre fotografo Alfred Stieglitz, *Camera Work* ha rappresentato - fino alla sua chiusura avvenuta nel 1917 - l’anima propagandistica della fotografia artistica, rifacendosi all’esperienza europea del suo direttore e ai contemporanei movimenti avanguardistici che si riconoscevano nella Secessione viennese. Attraverso le pagine della rivista si sono sviluppati e diffusi quei fermenti teorici e figurativi che segnarono il difficile passaggio dell’arte dai valori tradizionali ottocenteschi all’esplorazione di nuove forme espressive ed ideologiche ricercate dalla cultura del Novecento.

Tutto questo oggi è una mostra dal titolo “*Camera Work. L’opera fotografica di Stieglitz, Steichen e Strand tra Europa e America*” che vede esposti, per la primissima volta interamente, i 50 fascicoli originali della preziosa rivista, provenienti da una collezione privata conservata nelle raccolte Museali della Fratelli Alinari. Il totale è di ben 544 tavole realizzate dai maggiori esponenti della cultura fotografica dell’epoca, come Steichen, Stieglitz, Demachy, Käsebier, Langdon Coburn, Puyo, ma anche da autori appartenenti a generazioni precedenti come Margaret Cameron, David Octavius Hill. A queste fotografie di grandi artisti si affiancano le riproduzioni in photogravure dei disegni di maestri dell’arte contemporanea, come Picasso, Rodin e Matisse, completando così uno straordinario panorama della cultura figurativa del primo Novecento.

Oltre all’aspetto fotografico della rivista, la rassegna vuole poter mettere l’accento anche su quello grafico, determinante nel successo ottenuto negli anni da *Camera Work*, ma trascurato nelle precedenti, frammentate, esposizioni.

“*Camera Work. L’opera fotografica di Stieglitz, Steichen e Strand tra Europa e America*” è quindi un vero e proprio viaggio nella storia dell’arte novecentesca manifestata attraverso ciò che all’epoca rappresentava la più moderna forma espressiva: la fotografia.

Milano, Palazzo della Ragione

22 Luglio - 13 Settembre 2009

Informazioni e prenotazioni: 055 2395252

www.comune.milano.it/palazzoreale

www.camerawork.alinari.it

Orari: lunedì 14.30-19.30. Da martedì a domenica 9.30 – 19.30. Giovedì 9.30-22.30

Biglietti: intero € 6; ridotto € 4 studenti, ultra 65enni, disabili; ridotto speciale € 3 gruppi e scuole.

Bambini fino a 5 anni gratuito, da 6 a 14 ridotto (la biglietteria chiude un’ora prima)

TALKING HAIR.



OREA
ITALIA

MILANO - VIA MARGHERA, 18 (NT.) TEL. 02/6949276 - VIA P. CASTALDI, 42 TEL. 02/2046584 BOLOGNA - VIA U. BASSI, 15 TEL. 051/223790 WWW.OREAMALIA.IT

LA PELLICOLA



CELEBRITY

Un cast di stelle di prima grandezza, da Melanie Griffith a Kenneth Branagh, da Charlize Theron a Leonardo Di Caprio fino a Donald Trump è il miglior biglietto da visita per un film intitolato *Celebrity*. Una pellicola diretta e scritta da Woody Allen e incentrata sui mille vizi capitali del cinema, della moda, di quel cosmo non tanto micro che è appunto il jet set della celebrità. Acclamato dalla critica nel 1998, anno della sua uscita, *Celebrity* prende il via con il divorzio traumatico dei Simon: Lee (Kenneth Branagh, una versione fascinosa ma non meno nevrotica del Woody Allen di *Io e Annie*) e Robin (una grandissima Judy Davis). Due viaggi all'interno della "dolce vita" newyorkese (e molte sono le similitudini con i toni felliniani), vissuti da due personalità completamente diverse, ma accomunate da un senso di vuoto esistenziale. Lui è uno scrittore di scarsa fama, in perenne lotta con un romanzo incompiuto sull'effimera celebrità. Una ricerca infinita lo porta sempre a cercare qualcosa di meglio, sia nella vita privata, sia nel lavoro. Divorzia quindi dalla nevrotica Robin e tenta di ritrovare la propria libertà gettandosi inconsapevolmente nel vortice del jet set, tra vernissages pretenziosi, prime di film noiosissimi, feste esclusive e la superficialità esagerata, disarmante e ipocrita dei personaggi in cui si imbatte. Avrà, nell'ordine, un incontro più che ravvicinato con la svaporata star Nicole Oliver (Melanie Griffith), un approccio mancato con una statuaria supermodella (Charlize Theron) e un rocambolesco appuntamento di lavoro con il divo sfascia-alberghi e cocainomane Brandon Darrow (Leonardo Di Caprio). Quando finalmente sembra aver trovato un equilibrio emotivo con la splendida editor Bonnie (Famke Jansenn), che ha deciso di aiutarlo a pubblicare il suo romanzo, butterà via



sentimenti e carriera, inseguendo ancora una volta l'effimero: l'amore a prima vista per la giovane attrice Nola (Winona Ryder), che si rivela ben presto molto lontana dalla donna ideale che aveva sognato.

Il percorso di Robin è tutto all'inverso: la sua strada predestinata verso la nevrosi cronica post-divorzio cambia improvvisamente rotta quando incontra l'affascinante produttore televisivo Tony Gardella (Joe Mantegna). Un uomo perfetto, che la ama appassionatamente, la porta al successo nel lavoro e accetta la sua fragilità emotiva. Ma Robin si sente in colpa per tanta felicità e cerca di diventare la donna perfetta, cercando di vincere le sue tenaci inibizioni, prendendo persino lezioni di sesso da una professionista. Dopo aver inaspettatamente abbandonato Tony il giorno delle nozze, Robin alla fine lo sposa e diventa una celebrità televisiva, in perfetto stile Oprah Winfrey.

Celebrity si chiude in simmetria con la sequenza d'avvio. Alla prima del film sul cui set si trovavano all'inizio Lee e la star Nicole, campeggia sullo schermo la scritta "HELP", scritta con il fumo di un aereo, simbolo forse dell'invincibilità dell'effimero sull'intelligenza umana. E, infatti, nel variegato gruppo di "celebrities" in sala, Lee è l'unico pesce fuor d'acqua, un fallito consapevole del fatto che non riuscirà mai a far parte di quel gruppo di professionisti della notorietà.

Girato in bianco e nero in stile bergmaniano – infatti la fotografia è di Sven Nykvist, storico collaboratore del maestro svedese –, il film è un vero omaggio all'immaginario collettivo della città prediletta da Allen, New York, dove si muovono freneticamente i due protagonisti. Due strade verso la celebrità con esiti diversi, quelle di Lee e Robin, che consentono al grande Woody di presentarci una galleria di figure magnificamente caratterizzata, che non si discosta poi molto dalla realtà. Il susseguirsi dei personaggi fa in modo che il dialogo guadagni in ritmo e asseconi la consueta frenesia nevrotica dello stile di Allen. E alcune frasi sono, come sempre, da antologia: dalla diva, interpretata da Melanie Griffith, che risponde

così alle avances: «Il mio corpo appartiene a mio marito, ma quello che faccio dal collo in su è tutta un'altra storia» ai balbettii imbarazzati di Lee davanti alla bellezza di Charlize Theron: «Io di solito non sbavo nell'insalata per una donna». Fino allo spassoso dialogo tra la professionista della fellatio e l'inibito Robin: «Quando lo fai, a che cosa pensi?», «Alla crocifissione».

Kenneth Branagh, eclettico attore irlandese dai solidi trascorsi shakespeariani (*Enrico V*, *Molto rumore per nulla*, *Othello*, *Hamlet*, *Riccardo III*), ha prestato il suo talento a vari generi, spaziando da *Harry Potter e la camera dei segreti* al recentissimo *I love radio rock* fino alla serie tv sull'Ispettore Wallander. In *Celebrity* è davvero bravo nel dare un taglio personale alle nevrosi di Lee, senza cadere nel facile tranello di rifare il Woody Allen che tutti conosciamo. L'australiana Judy Davis, lanciata da Gillian Armstrong con *La mia brillante carriera* (1977) è già un habituée di Allen (*Harry a pezzi*, *Mariti e mogli*) ed è stata nominata due volte agli Oscar: come miglior attrice protagonista per *Passaggio in India* (1984) e come non protagonista per *Mariti e mogli* (1992). La sua Robin ha un tocco di humour inimitabile e regala a tutti gli effetti le scene più divertenti al film.

Grandissimo Joe Mantegna, che, come il suo personaggio, è semplicemente perfetto, nel fondere fascino, classe e misura. Un talento utilizzato in film del calibro de *La casa dei giochi* (1987) di David Mamet o *Alice* (1990) dello stesso Allen. Volendo fare un facile gioco di parole, *Celebrity* non è certamente il film più celebre di Woody Allen. Ma se avete amato le magiche atmosfere newyorkesi di *Manhattan* e il cinismo di *Crimini e misfatti* questo è sicuramente un film da vedere.

(Isabella Rotti)



La Passione secondo Luca e Paolo
 Dal 19 al 21 novembre - Politeama Genovese
 via Bacigalupo, 2 - Genova
 26 e 27 novembre - Politeama Rossetti
 Viale XX Settembre, 45 - Trieste

A MILANO...



Molto rumore per nulla
 Dal 1° al 13 dicembre - Teatro Argentina
 Via di Torre Argentina, 52 - Roma



La Bella e la Bestia
 Dal 2 ottobre - Teatro Nazionale
 Piazza Piemonte, 12 - Milano

Da questo numero la rubrica teatrale di G.A.Z. sarà ancora più ricca. Le anticipazioni sui prossimi spettacoli arriveranno dai principali teatri italiani, in perfetta sintonia con una ripresa di stagione 2009- 2010 ricca di sorprese anche per il pubblico più giovane, con intrattenimento, provocazione e sperimentazione assicurati.

Sul versante entertainment, la notizia più ghiotta è la nascita di un teatro in stile Broadway proprio a Milano, città che ha dato tanto a questo genere di spettacolo. Il Teatro Nazionale completamente e sontuosamente ristrutturato, diventa il tempio del musical nostrano e lancia la sfida del “long running show”, ovvero lo spettacolo a lunga tenitura, consuetudine dei teatri d’oltreoceano. L’iniziativa è della multinazionale olandese Stage Entertainment di Joop Van Den Ende, primo produttore europeo di spettacoli musicali dal vivo, che ha creato una rete unica di teatri in Olanda, Germania, Francia, Spagna, Russia, Gran Bretagna e ora in Italia. La Stage è titolare delle licenze di tutti i migliori musical, da *Il re leone* a *Il Fantasma dell’opera*, da *Mamma Mia* a *Cabaret*, recitati e cantati nelle lingue dei paesi ospitanti. E la stagione italiana si aprirà alla grande il 2 ottobre con *La Bella e la Bestia*, il musical di Alan Menken, uno dei più grandi compositori di colonne sonore e di musical che, con questo musical, ha vinto due dei suoi otto premi Oscar (Miglior Canzone e Miglior colonna sonora). Lo scorso giugno Menken ha presenziato a un emozionante showcase di presentazione dello spettacolo italiano. Io c’ero e vi assicuro che è stata una serata da favola (visitare il mio blog per sapere proprio tutto della serata).

Menken, che ha firmato tra le altre, le musiche de *La Bella e la Bestia*, *La Piccola Bottega degli Orrori*, *La Sirenetta*, *Aladdin*, *Il Gobbo di Notre Dame*, *Hercules*, *Pocahontas*, *Come d’incanto* e, l’ancora inedito in Italia, *Sister Act*, ha posto il suo sigillo sui due protagonisti italiani, scelti tra circa duemila artisti. Si tratta di due dei migliori interpreti del musical italiano, Arianna e Michel Altieri, rispettivamente la Bella e della Bestia, eroi da fiaba apparentemente divisi dal destino, ma riscattati dalla forza magica dell’amore. I due giovani interpreti, hanno già una notevole esperienza nel musical: Arianna è voce ufficiale della Disney dall’età di 13 anni (ricordate la Sirenetta?), ha partecipato a *Il Mago di Oz*, *Il Sogno di una notte di mezza estate* di Tato Russo ed è stata la Fata Turchina nel *Pinocchio* dei Pooh; Michel è stato lanciato da Pavarotti in *Rent* e ha macinato successi nel musical con Tato Russo, nella prosa con Corrado D’Elia (*Cirano de Bergerac*), ha recitato in *Camera Café* e nel film *Cuando la verdad despierta*. Le bellissime parole delle canzoni, scritte dal compianto Howard Ashman, sono tradotte da Franco Travaglio, che quest’anno è impegnato anche nell’impresa traduttiva di *Cats* con la Compagnia della Rancia.

Cambio di rotta da novembre, con uno spettacolo che ha già fatto discutere, *La Passione secondo Luca e Paolo*, ovvero un’interpretazione dell’eterno mistero della vita e della morte...secondo lo stile di Luca e Paolo. Il testo scritto da Luca Bizzarri, Paolo Kessissoglu (che firma anche le canzoni), Michele Serra e Martino Clericetti. è diretto da Giorgio Gallione

ed è prodotto da ITC 200 e Politeama Genovese. Tornerà in scena al Politeama dal 19 al 21 novembre e al Politeama Rossetti di Trieste il 26 e 27 novembre.

Quando si dice “morire dal ridere”. Il fine dello spettacolo è proprio questo. Fondere la comicità con le umane aspettative sull’aldilà per dimostrare che non è detto che non si possa ridere anche dell’ “argomento degli argomenti”. Sul Golgota i due ladroni aspettano un terzo condannato che sarà crocifisso con loro. Un personaggio mitico, a cui verranno attribuiti vari poteri, che sembrano quasi al limite della cialtroneria. L’attesa si prolunga, finché due scarafaggi irrompono in scena per deridere la ricerca degli uomini sul senso della vita.

Luca e Paolo affrontano questa prova al loro meglio con lo humour nero che li contraddistingue e che lo stesso regista, Giorgio Gallione, così descrive: «Il loro è un teatro che sorprende e frastorna e che ha per armi la risata acida e un sarcasmo di stampo gaberiano, iconoclasta e nero, appassionato e mai ipocrita».

Dal 1° al 13 dicembre sarà la volta di un regista particolarmente amato dai giovani, Gabriele Lavia, che porterà in scena al Teatro Argentina di Roma una sua personalissima versione di *Molto rumore per nulla* di William Shakespeare. L’allestimento, prodotto da Teatro di Roma con Compagnia Lavia - Anagni, ha debuttato lo scorso settembre a Roma ed è stato accolto da numerosi consensi. Merito della traduzione di Chiara De Marchi e dall’impiego in scena di venti giovani interpreti, tra cui spicca lo stesso figlio del regista, Lorenzo Lavia. Lavia ha concepito inizialmente questo spettacolo come un laboratorio che affronta alcuni temi chiave del teatro shakespeariano, in primo luogo il dilemma esistenziale del doppio, della ricerca della verità tra essere e apparire. La trama è meravigliosamente complicata: all’imminenza delle nozze tra il giovane Claudio e la dolce Ero, si assiste a uno sbocciare di sentimenti estremi: dalle schermaglie passionali tra Beatrice e Benedetto alla gelosia di don Juan per l’amicizia tra don Pedro e Claudio, che sfocia nel tentativo di guastare le nozze di quest’ultimo. In scena anche molta musica, cantata e suonata dal vivo con due pianoforti, un flauto e delle chitarre. Si tratta di motivi concepiti appositamente per lo spettacolo, che di per sé già contiene tante canzoni. Si aggiunga poi la geniale trovata di costumi a volte indossati e a volte solo trascinati da attori in abiti di tutti i giorni, a seconda della “maschera” del momento. Non c’è da dubitare delle parole di Lavia che promette: «Sarà uno spettacolo molto allegro, leggero, fresco e divertente».

La stagione promette bene, non c’è dubbio. Aspetto comunque i vostri commenti teatrali direttamente sul mio blog.



Signori in carrozza!

«I veri viaggiatori - scriveva Baudelaire - sono soltanto quelli che partono per partire... e hanno desideri a forma di nuvole e sognano piaceri mutevoli immensi sconosciuti»...

Dopo questi versi chi non amerebbe viaggiare verso le futuriste città senza ombra di Calvino o le lande degli uomini-cavallo descritte ne Il Milione, cercando avventure estreme? Sarebbe bello lanciarsi da una liana all'altra nel cuore del Kilimangiaro tenendo stretta la donna amata, con tanto di perizoma griffato Tarzan e ululando come gorilla metropolitani "Hiau Hiau" prima di schiantarsi contro un enorme Macaranga! E che ne direste di affidarvi alla vertiginosa corrente del fiume Rio Carrao, in Venezuela, per giorni e giorni di primordiale navigazione a suon di pagaiate, ricercando luoghi lontanissimi dalla civiltà, lottando contro zanzare grandi come elicotteri e di notte, con tanto di satellitare, ritrovarsi su Facebook per il pigiama party?!

Non sai con chi partire? Il tuo amico di viaggio ti ha dato buca all'ultimo minuto? Niente paura. Vi sono dolci signorine rigorosamente maggiorenni che offrono la loro compagnia ai viaggiatori solitari. Sono le escort vacanza del nuovo millennio. Affidatevi alle loro premure e sarà un viaggio da sogno per le vostre bizzarre fantasie erotiche; da incubo per il vostro portafoglio!

Ci sono, poi, proposte interessanti anche per chi ama castamente "spaziare": presto si potrà fare una bella circumnavigazione della terra e, per le coppiette fresche di matrimonio, ci saranno pacchetti viaggio con meta sulla Luna... di miele! Nel 2010 alla modica sommeta di 200.000 \$ si potrà fare un'avvincente gita turistica nello spazio stellare. La proporrà l'agenzia Virgin Galactic fondata dal magnate Richard Branson. Si viaggerà a bordo di un supermoderno Space Ship Two, aereo di avanzatissima tecnologia. Sbrigatevi a prenotare, perché i primi 250 biglietti sono già stati venduti! E un tale di nome Robert T. Bigelow, fondatore della Bigelow Aerospace, ha già lanciato in orbita due moduli sperimentali che ben presto diventeranno il primo "Hotel orbitante". Forse un giorno viaggeremo anche nel tempo: una galoppata con Leonardo da Vinci ad Anghiari; un fine settimana nell'età della pietra per scambiare due mugugni con l'inventore della ruota assicurandolo che il suo rozzo progetto farà molta "strada". Oppure un tour panoramico nella Parigi del 1789... un'esperienza da perderci la testa!

Ma a volte per partire, viaggiare ed emozionarsi, basta entrare in una stazioncina ferroviaria, respirare quell'aria densa di polvere di ferro, di ciottoli catramati e grossi bulloni arrugginiti, strizzare l'occhietto al disco del semaforo perennemente in rosso. Un luogo remoto dove tutto ha l'aspetto di un tempo che fu e dove l'unica idea di futuro è data dall'infinito prolungarsi delle rotaie! Tutt'intorno c'è il silenzio che precede le grandi avventure, la campagna circostante è infuocata dal sole di agosto e solo le cicale imperterrite riescono a frinire con insistenza.

«C'è nessuno?». Busso con insistenza al vetro opaco della biglietteria. Dopo mezz'ora da un pertugio si affaccia un vecchietto tutto rughe e smorfie. Ha l'avventura negli occhi ed un sorriso rugoso che sembra tagliato con l'accetta. Dice: «Ehi quanta fretta! Il primo e ultimo treno è fra tre ore!».

«Un biglietto per favore». Uno sbuffare ansimante annuncia l'arrivo di una vecchia locomotiva a vapore. Il macchinista ha il viso nero e un vecchio fazzoletto da bandito annodato al collo. Si sporge dal suo posto di comando; indossa una tuta affumicata da spazzacamino; si guarda intorno e urla:

«Signori in carrozza!». Si rimbocca le maniche e sputacchiando e sibilando un fischio più forte e stridente di quello della sua vecchia locomotiva mi fa: «Ma dove spero di andare ragazzo?».

Ed io: «Molto lontano! Sì molto lontano!».

(Michele Zasa)

L'IRONIA

a cura di Marco Fusi



RENATO ZERO

16/17 ottobre 2009
ACIREALE (CT) PALASPORT

20 ottobre 2009
BARLETTA (BA) PALA DISFIDA

13/14/16/17 novembre
21/22 dicembre 2009
ROMA PALALOTTOMATICA

29/30 novembre 2009
TORINO PALA OLIMPICO

11/12 / 14 dicembre 2009
MILANO MEDIOLANUM FORUM



EROS RAMAZZOTTI

21/22/ 24/25 novembre 2009
ROMA
PALALOTTOMATICA

1/2/4/5 dicembre 2009
MILANO
MEDIOLANUM FORUM

12/13 dicembre 2009
TORINO
PALAOLIMPICO (Isozaki)



DEEP PURPLE

12 dicembre 2009
ROMA
PALALOTTOMATICA

15 dicembre 2009
MILANO
MEDIOLANUM FORUM



LILY ALLEN

28 ottobre 2009
MILANO
ALCATRAZ



INDIA.ARIE

30 ottobre 2009
MILANO
CONSERVATORIO
SALA VERDI

SONGACROSS

CANZONI IN PRESTITO

11 settembre 2009
MILANO
TEATRO degli
ARCIMBOLDI

PALAOLIMPICO
(Isozaki)





Che vita di merda
AA.VV.
Rizzoli

Come diceva quel tale, «se qualcosa può andar male lo farà». È una legge universale e non servirà a niente appellarsi a numi, divinità, antenati, cani e altri animali vari. Tanto vale esclamare ad alta voce le uniche, autentiche, illuminanti parole che baleneranno nella nostra mente come un faro nella notte: che VITA DI MERDA! Ecco, questo libro serve a sentirci meno soli, a renderci conto che, per fortuna, i “momenti VDM” capitano a tutti ed è possibile riderci un po’ sopra. Perché non c’è rimedio migliore che prenderla con ironia. Dicono che pestarla porti fortuna: ma se così non fosse... almeno siamo in ottima compagnia!



**È solo la voce che resta -
canti di donna del novecento
persiano**
di Forugh Farrokhzad
Aliberti

Questo lavoro va in stampa mentre per le strade di Tehran, le donne, cresciute con la poesia di Farrokhzâd, muoiono davanti agli occhi di tutto il mondo. È dalla seconda metà dell’ottocento che le donne iraniane, attraverso la poesia e la parola, testimoniano la loro condizione, lottano per i loro diritti, e quando è necessario, offrono la vita per i loro ideali. La storia continua e si ripete. Ancora oggi le impavide donne iraniane con la loro presenza e con la loro voce proibita raccontano al mondo la tormentata storia della loro terra. Non ci sono parole. Un libro che si presenta da solo. Che dire? Del resto È sempre e solo la voce che resta...



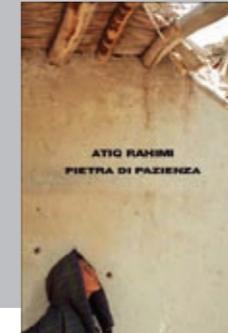
Il farmacista di Auschwitz
di Dieter Schlesak
Garzanti

Viktor Capesius, il farmacista di Auschwitz, seleziona personalmente le vittime da mandare al rogo. Fra i condannati anche tanti suoi antichi vicini di casa a Sighisoara, gli stessi che in una fotografia degli anni Trenta lo circondano sorridenti in uno stabilimento balneare della piccola cittadina. Il farmacista di Auschwitz è un osservatorio sulla normalità e banalità del male, un male che si annida nella vita quotidiana di provincia e che rivela, nella sua cieca e ottusa indifferenza, tutto il suo orrore. Ma allo stesso tempo una struggente storia di dolore, rassegnazione, odio e paura, in cui i racconti colpiscono il lettore come un pugno.



Jovanotti la stanza dei sogni
di Giuseppe Bottero
Aliberti

«Io faccio musica, non faccio altro. Faccio musica e, per fare musica, mi ispiro a quello che fa parte della mia vita». Si chiama Jovanotti per un refuso del tipografo che ha stampato la locandina della sua prima serata in discoteca. I suoi testi sono stati criticati rendendolo l’erede di Mogol. Ha firmato contratti milionari, fondato un’etichetta discografica, attraversato la Patagonia in bicicletta e giocato a carte con gli anziani in Toscana. Ma ancora adesso, per molti, Jovanotti è lo scemo con il cappello girato al contrario che canta: «La puzza di benzina mi fa girar la testa...». La sua vita è una sorta di romanzo popolare che vale la pena raccontare.



Pietra di pazienza
di Atiq Rahimi
Giulio Einaudi Editore

Una donna veglia un uomo disteso in un letto con una pallottola in testa. In un paese che assomiglia all’Afghanistan, in un tempo che potrebbe anche essere oggi. Lo rimprovera di aver voluto essere un eroe, di aver preferito le armi a sua moglie e alle figlie. Di non avere mai parole per lei. Di possederla in fretta e con violenza, senza dolcezza, né piacere. A poco a poco, escono dalla bocca della donna parole proibite, ribelli... è questa forse la sang-e sabur, la pietra di pazienza. Quella pietra che nella mitologia persiana si tiene accanto per confidarle i segreti più reconditi. La pietra assorbe finché non esplose. E quel giorno saremo liberati.



Proibita Imago
di Valentina Olivastri
Mondadori

Nella cittadina toscana di Bardiano due persone si aggirano per le stanze della biblioteca locale: Helena Fenton, una studiosa oxfordiana di arte rinascimentale, e Gabriel Palmer, un eccentrico appassionato di storia dell’alimentazione. Entrambi hanno fatto richiesta dello stesso manoscritto: Farussi 1749. Gabriel viene ritrovato morto e poco dopo il figlio Dan, arriva dagli Stati Uniti. Helena e Dan scoprono un indizio lasciato dal padre che sembra riferirsi ai disegni de I Modi di Giulio Romano, andati perdute. Convinti che la morte di Gabriel debba essere legata a questi capolavori, i due si lanciano alla ricerca dell’assassino di Gabriel.

Direttore responsabile:
Elisabetta Friggi

Redazione:
Chiara Ciurli, Irene Roghi, Isabella Rotti,
Antonia Opipari, Michela Tieppo

Moda:
Michela Tieppo, Antonia Opipari

Arte:
Irene Roghi

Cinema e Teatro:
Isabella Rotti

Impaginazione grafica:
Marco Cocci

Fotografia:
Davide Rossetti

Grafica web:
Maxnet, a cura di Zillur Ramman

In questo numero hanno collaborato:
Rodolfo Di Maggio, Flavio Fusco,
Marco Fusi, Riccardo Riva, Michele Zasa

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

Concessionaria pubblicità:
Marketing Planet Media
Tel. 039.2308.568 Fax 0392308.576
www.mktplanetmedia.it

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



ZONA BRERA GOLD

Showroom: Via Scarlatti 30 - 20124 Milano - tel. 02 66987787 www.maxmazza.com

Foto: Simone Battistoni



OLYO DENIM

www.olyodenim.it