

in, chiostro



Duemila

It's Britney,
bitch!

La memoria collettiva
porta gli occhiali rosa

Bring back the 2000s!
Moda e nostalgia dell'Y2K



La fine del mondo

La sera del 31 Dicembre del 1999, Tara Westover ha tredici anni e sta guardando la tv a casa sua, tra le montagne dell'Idaho, con suo padre, sua madre e i suoi fratelli. Fuori, in cortile, c'è un bunker dove hanno nascosto armi, provviste e taniche di benzina. Si preparano a questo momento da anni: ogni estate nei ricordi di Tara è stata passata a inscatolare conserve per quando sarebbero arrivati i Giorni dell'Abominio, la fine del mondo. Il nuovo millennio.

Eppure, quella sera, la mezzanotte scatta e non succede niente. Il mondo non finisce. Nel memoir *L'educazione*, in cui Tara Westover racconta la propria infanzia in una famiglia di fondamentalisti mormoni, questa è una delle scene più potenti: suo padre davanti alla tv, con lo sguardo nel vuoto, davanti a un'Apocalisse che gli viene negata.

Secondo il padre di Tara, il Y2K sarebbe stato il momento in cui tutti i computer del mondo sarebbero andati in tilt perché non programmati per andare oltre il 1999 nell'aggiornamento dei propri calendari. Non ci sarebbe stata più corrente elettrica né telefoni, il mondo sarebbe sprofondato nel caos e questo avrebbe aperto la strada al Secondo Avvento di Cristo.

La prima parte della teoria del padre di Tara era, in realtà, largamente condivisa: il *Millennium Bug* destò allarmismi in tutto il mondo e occupò spazio su tutti i media, incluso Internet. Spesso assunse sfumature apocalittiche, perché per molti era forse il passaggio a un nuovo millennio a essere di per sé uno shock.

Il mondo però non finì. Quelli che dovevano essere gli anni dell'Apocalisse sono ora cementati nella memoria collettiva come una fase spensierata, rumorosa, *kitsch*, nonostante il clima in cui sono iniziati e gli eventi storici traumatici che hanno portato con sé. L'hashtag #Y2K ha dall'anno scorso milioni di visualizzazioni su TikTok, in un processo di rielaborazione che ha coinvolto il lato pop lasciando da parte quello storico. Gli anni Duemila non sono più quelli del *Millennium Bug*, delle Torri Gemelle o della

crisi del 2008: sono Britney Spears, *High School Musical*, la vita bassa e Nintendogs. Se il revival degli anni Duemila fosse nato su una piattaforma meno giovane di TikTok, se a lanciare la moda fossero state persone dell'età di Tara Westover – quindi abbastanza grandi, ai tempi, da capire anche cosa succedeva – probabilmente assisteremmo a una cosa diversa, meno luccicante, più problematizzata.

Tutti i membri di questa redazione erano bambini o adolescenti negli anni Duemila: questo significa che ce li ricordiamo. Il ritorno degli anni Novanta (o, addirittura, degli anni Ottanta) che abbiamo vissuto fino a qualche tempo fa – in fatto di moda, serie tv, film, musica – aveva significato, per noi, una novità più che una riscoperta: nessuno di noi aveva visto il debutto di *Friends* in tv, né Kurt Cobain vivo. La maggioranza non ricorda nemmeno il mondo prima dell'11 Settembre 2001.

Degli anni Duemila, invece, abbiamo una memoria viva e potente, data dal fatto che non solo li abbiamo abitati, ma che sono stati la nostra infanzia. È una memoria parziale: coinvolge inevitabilmente i prodotti culturali molto prima di quelli storici, che non avevamo gli strumenti per analizzare. Gli anni Duemila per noi sono inevitabilmente coperti da una patina di nostalgia che li fa galleggiare in una dimensione confusa, ovattata e un po' dolce.

In questo numero abbiamo cercato di fare due cose: da un lato abbiamo recuperato la nostra percezione, anche estetica, di quegli anni (rosa, plastica, glitterata, eccessiva), dall'altro abbiamo cercato di rileggerli con gli occhi degli adulti che siamo, o che stiamo diventando. Accanto alla celebrazione della regina del pop Britney Spears convive la consapevolezza che i tabloid le abbiano rovinato la vita, accanto all'interesse per il ritorno della vita bassa quella che fosse un trend strutturato per corpi magrissimi. Alcune cose ci sembrano adesso problematiche non solo perché allora eravamo troppo piccoli per rifletterci, ma anche perché il mondo di oggi – e, di conseguenza, anche noi – ha una sensibilità diversa, per certi versi più attenta. Abbiamo preso una moda e ci abbiamo riflettuto, chiedendoci quanto di essa sia frutto del filtro rosa della nostalgia e quanto, invece, ci sia di veramente nostro. Il mondo non è finito nel Duemila e, almeno per adesso, è ancora qui: guardiamolo.

Ilaria Bonazzi
Direttrice editoriale



Dicembre 2022
Inchiostro #167

"Inchiostro - Il giornale degli studenti dell'Università di Pavia"

Fondi ACERSAT 2022: 5012,61 euro.
Registrazione n. 481 del Registro della Stampa Periodica
Autorizzazione del Tribunale di Pavia del 13 febbraio 1998

Sede legale: via Mentana, 4 - 27100 Pavia

Direttore responsabile: Giorgio Di Misa

Direttore editoriale: Ilaria Bonazzi

Caporedattori: Alessandra Berta, Ilaria Bonazzi, Maria Bovolon, Federica Defendenti, Annamaria Nuzzolese

Social Media Manager: Valeria Maraschi ed Elisa Santangelo

Direzione artistica: Ilaria Romisini, Sara Filippi, Ilaria Bonazzi

Redazione: Max Basilone, Alessandra Berta, Ilaria Bonazzi, Valentina Boselli, Maria Bovolon, Davide Capezza, Stella Civardi, Federica Defendenti, Giorgio Di Misa, Sara Filippi, Elena Floris, Giulia Gaverini, Giorgia Guglielmetti, Lorenzo Latella, Sara Macchiavelli, Valeria Maraschi, Gaia Morzenti, Annamaria Nuzzolese, Alessandra Pagani, Giulia Palladini, Cristal Pascale, Edoardo Pedrocchi, Francesca Porcheddu, Tommaso Romano, Ilaria Romisini, Elisa Santangelo.

Social media editor e content creator: Ilaria Bonazzi, Benedetta Bonomi, Valentina Boselli, Monica Calucci, Federica Defendenti, Giorgia Guglielmetti, Irene Lonigro, Alice Lopresti, Giulia Palladini, Cristal Pascale, Tommaso Romano

Video-making: Giorgio Di Misa, Antonio Emmanuelo

Copertina: Froyo Tam

Seconda di copertina: kazycom

Terza di copertina: Tara Winstead

Impaginazione e progetto grafico: Sara Filippi e Ilaria Romisini

Mandato in stampa il 10/11/2022
presso Industria Grafica Pavese - s.a.s. (Pavia, 27100).

Info? scrivi a inchiostropavia@gmail.com

Duemila



Attualità

- 6 **Bring back the 2000s!**
Moda e nostalgia dell'Y2K
di Alice Lo Presti
- 8 **La memoria collettiva porta**
gli occhiali rosa
di Cristal Pascale
- 10 **Come la Milano Fashion Week**
SS23 ci racconta gli anni Duemila
di Lorenzo Latella



Letteratura

Arte

- 12 **Discoteche, completi Armani,**
campioni del mondo: la poesia di
Simone Cattaneo
di Federica Defendenti
- 14 **Gli anni Duemila e la nuova**
street art
di Maria Bovolon

Puoi trovare molti altri articoli, rubriche,
recensioni sul sito: inchiostro.unipv.it



Cinema ◦

16 **Pianeta Terra o tana del Bianconiglio?
Matrix e il *topos* della simulazione**

di Loris Grieco

18 **Heath Ledger: dietro la scomparsa del
Joker più amato**

di Elisa Santangelo

20 **Duemila Disney - Il caso de *Le follie
dell'imperatore***

di Tommaso Romano



Musica ◦

22 ***It's Britney Bitch!***

di Giulia Palladini



Sport ◦

24 **L'eredità di Usain Bolt**

di Alessandra Berta

Bring back the 2000s!

Moda e nostalgia dell'Y2K

Articolo di Alice Lo Presti

Una parola, un momento, un odore, un programma trasmesso in TV il pomeriggio dopo scuola: la nostalgia non è solo rimpianto di qualcosa rimasto nel passato, bensì il desiderio di afferrare una sensazione che sembra sfuggente, una reminiscenza che sta per svanire. Internet è ossessionato dalla nostalgia, e non a caso. Quando ci sentiamo soli, soprattutto in tempi di lockdown e pandemia, tendiamo a rifugiarsi nelle rievocazioni del passato; è proprio internet che ci ha permesso di legare su questi ricordi e di trovare conforto nella nostalgia di un'infanzia spensierata. Il trend della nostalgia ci ha permesso di ascoltare la voce del nostro bambino interiore e uscire dalla monotonia della vita di tutti i giorni, ci ha donato il coraggio di scappare dalla soffocante realtà.

La moda è diventata un sintomo positivo della nostalgia e si è manifestata con il revival di tendenze e capi d'abbigliamento scomparsi fino a poco tempo fa. L'ondata massimalista dei trend che ha caratterizzato gli anni dal 2000 in poi ha permesso il ritorno di abbinamenti stravaganti come, ad esempio, la gonna sui pantaloni. Tutto inizia da una foto di Ashley Tisdale sul red carpet del film *Ice Princess* nel 2005: una gonna di paillettes dorate su un paio di *light wash* jeans a vita bassa, il tutto accoppiato ad una pochette a mano a forma di tastiera del pianoforte. La gonna sui pantaloni incarna il ritorno delle estetiche Y2k (ovvero *Year 2000 bug*, nome di un errore sul calcolo delle date in alcuni sistemi informatici nella notte tra il 31 dicembre 1999 e il capodanno 2000, conosciuto anche come *Millennium Bug*) all'insegna della più completa libertà nell'ac-

costamento di colori e forme. I giochi di silhouettes permettono di trasformare questo look iper-femminile in un simbolo della direzione *genderless* che la moda, anche sulle passerelle, ha intrapreso negli ultimi anni. La riappropriazione delle tendenze dei primi anni del nuovo millennio avviene attraverso un'ottica critica verso gli stereotipi di genere ed è una boccata d'aria fresca per tutte le persone che portano ancora le cicatrici del bisogno di conformarsi alla moda delle minigonne durante l'adolescenza.

Diverse firme si sono mostrate aperte a questo ritorno ad un passato che è stato per tanto tempo rinnegato. Le microgonne e i completi di Miu Miu rimandano all'estetica *preppy* – associata a personaggi come Blair Waldorf di *Gossip Girl* – ma sfidano gli ideali conservatori e borghesi legati allo stereotipo della ragazza ricca. I completi, infatti, sembrano aggressivamente tagliati con le forbici poco prima dell'inizio della sfilata: una rilettura dei canoni classici della moda adatta ad una generazione che osa.

Versace, in pieno stile italiano, ha sempre operato in piena consapevolezza del potere degli scandali e delle chiacchiere. Non a caso, nel 2000 ha indirettamente contribuito alla nascita di Google Immagini con l'iconico vestito verde di Jennifer Lopez noto come *Jungle Dress*; adesso, più di vent'anni dopo, la maison vive un periodo d'oro grazie al rinnovato interesse per i look vintage. Versace mostra al meglio il suo essere un marchio senza tempo: un esempio è l'abito Atelier Versace della collezione SSo1 indossato da Olivia Rodrigo, volto della 2000s nostalgia, ai VMA del 2021.

Il revival Y2k avviene ora su TikTok sotto forma di ispirazioni per outfit, foto e video in bassa qualità che riportano ai tempi perduti dell'idillio urbano. Oltre a MTV, le tute in velluto Juicy Couture di Paris Hilton, Britney Spears e Justin Timberlake con i loro completi di jeans agli *American Music Awards* del 2001, le maggiori influenze (e fonti d'invidia) per i giovanissimi negli anni 2000 erano i programmi di Disney Channel. Il guardaroba di Hilary Duff in *Lizzie McGuire* può essere considerato premonitore per molti trend popolari dal 2020 in poi, nonostante rappresentasse la quintessenza dell'estetica anni 2000: jeans stretti a zampa d'elefante, stampe coloratissime con rimandi animali,

eccentrici accessori per capelli, ciocche colorate e scarpe *platform*. L'ondata della passione per il *thrifting*, di stampo americano ma che trova terreno fertile anche in Italia, ha comportato una rivalutazione delle stampe audaci e dei colori vivaci in un'estetica che ricordano le amate protagoniste viste in TV nei pomeriggi dopo la scuola.

Il ritorno delle tendenze che hanno aperto i caotici anni 2000, però, risvegliano nelle generazioni che li hanno vissuti il trauma legato agli ideali di bellezza dell'epoca. Le silhouettes androgine e longilinee delle modelle che negli anni '90 incarnavano l'ideale dell'*heroin chic* si sono traslate nella nascita del concetto di *thinspo* poco dopo l'inizio del nuovo millennio. Per *thinspo* si intende una vera e propria "ispirazione" per dimagrire: immagini di celebrità universalmente considerate ideali da raggiungere perché vicini all'estrema magrezza. Lo spauracchio del ritorno dei jeans a vita bassa va oltre i gusti estetici perché porta con sé il ritorno dello standard delle misure ritenute adatte per poter indossare questo capo d'abbigliamento.

La romanticizzazione dei trend *Y2k* avviene spesso attraverso una visione ingenua del periodo storico a cui fa riferimento: la magrezza era l'unico vero accessorio all'ultima moda. Numerose stelle nascenti protagoniste del grande e piccolo schermo venivano derise senza pudore in un periodo in cui pop stars e celebrità erano considerate icone di stile solo per aver indossato capi d'abbigliamento che accentuavano la pancia piatta. La rivalutazione del passato non comporta necessariamente la perdita del senso critico e del valore che i movimenti di *body positivity* e *body neutrality* hanno nel mondo della moda e del *trend setting*. È necessario conoscere il contesto storico e sociale che dettano la moda, sia quella di ieri che quella di oggi: solo così possiamo rompere gli schemi, sentirci liberi di sperimentare spinti dal desiderio di migliorarci.



Foto: wwei33, MiuMiu e Sultry Virgin per SuperELLE

La memoria collettiva porta gli occhiali rosa

Articolo di Cristal Pascale

Oggi ciò che è *vintage* ha accresciuto il proprio valore e le nuove produzioni sono spesso *retro*, omaggiando in particolare gli anni '90 e 2000. Questa tendenza è palese nel settore della moda, ma si riflette in diversi altri ambiti, accomunati da una sorta di ammirazione reverenziale verso il passato, tanto da avere generato blog, pagine e *hashtag* dedicati, come *#popculturediedin2019*. Purtroppo, però, la realtà non è come la memoria collettiva ricorda, bensì molto più ambigua e subdola. Come è possibile, allora, che la stessa percezione sia ampiamente condivisa?

Forse è da imputare a qualche *bias*, come l'effetto *bandwagon*, complice nel far vincere la quantità a discapito della qualità, perché a causa di questo *bias* cognitivo tendiamo a credere in ciò in cui la maggioranza delle persone crede, e a fare ciò la maggioranza fa. Sicuramente, però, l'influenza maggiore l'ha avuta la comunicazione di massa.

All'inizio del XXI secolo, la società attraversava un periodo di grandi cambiamenti. Nel 2002 ci fu l'omologazione all'Euro nell'eurozona; nel 2005 moriva Papa Giovanni Paolo II, Karol Wojtyła; nel 2006 gli azzurri vincevano i mondiali di calcio. Non solo, faceva la sua ascesa il termine *infotainment*, in risposta a un pubblico con una minore soglia dell'attenzione e una spiccata attrazione per i temi più popolari, che portava a uno sbilanciamento a favore dell'intrattenimento. Nasce, ad esempio, in Italia, il *Grande Fratello*, con analogie all'estero, dove fioriscono i tabloid, ovvero i

giornali popolari, come *TMZ* o *Perez Hilton* negli Stati Uniti, *The Sun* o il *Daily Mail* in Gran Bretagna, la *Bild Zeitung* in Germania. Ricchi di immagini, si sono diffusi anche online con la Rivoluzione Digitale, che ha segnato profondamente il passaggio al nuovo secolo, diffondendo informazioni senza fare informazione. Il focus di questo genere, infatti, erano gli scandali, i pettegolezzi, e le vicende personali delle celebrità del momento, sempre sotto ai riflettori. Si è sviluppata, così, quella che è definita la "cultura dello scandalo".

La comunicazione di massa non lasciava spazio a imperfezioni o errori, non riconosceva l'umanità delle persone. Questioni private come le relazioni amorose o la condizione psico-fisica erano alla mercé di tutti, grazie all'attività instancabile di paparazzi, giornalisti, e operatori radio-televisivi, prima, e di alcune persone dotate di dispositivi digitali in seguito. Il pubblico insaziabile si nutriva di gossip come fosse pane, quotidianamente, mentre le persone venivano oggettificate. Non importava che le foto e le storie fossero interpretate da mediatori, distorte dai mezzi di comunicazione stessi. Importava solo lo *scoop*, anche a discapito dei protagonisti dei racconti. Il prezzo da pagare per la fama era, di fatto, frequentemente la salute mentale o la mancanza di *privacy* – entrate a far parte del vocabolario della corretta comunicazione solo di recente. Per questo, così come si ricordano i jeans a vita bassa o i tamagotchi, vanno ricordati anche personaggi come Michael Jackson, Britney Spears o Lindsay Lohan, la cui carriera è stata violentemente influenzata dalla pressione mediatica.

Considerando la quantità di cambiamenti che in quegli anni scuotevano la società, però, viene da chiedersi perché tanta attenzione ai gossip. Inoltre, data l'apparente maggiore consapevolezza e capacità di comprensione degli eventi al giorno d'oggi, sembra assurda anche la nebbia calata sul risvolto negativo della cultura pop.

La correlazione tra la cultura e la comunicazione è da ricercarsi nella natura popolare di entrambe, da cui deriva che ipotetiche spiegazioni siano da ricercare propriamente nell'essere umano.

Il *revival* degli anni Duemila si fa forte sicuramente dell'ascesa del *vin-*

tage, ma anche della potenza che la nostalgia ha sulla percezione dei ricordi e, di conseguenza, sulle scelte che ogni persona compie quotidianamente. Il primo aspetto è supportato dall'iper-attenzione odierna ai temi della sostenibilità e della riduzione degli sprechi, a cavallo tra programmi utili all'ecosistema, promossi da filantropi e realizzati da attivisti, e fenomeni di *greenwashing* più o meno mascherato. Al contempo il sentimento nostalgico, come tutti i sentimenti e le emozioni, agisce possentemente anche a livello inconscio, risvegliando l'emotività per un passato che non può tornare, e a volte sfocia nel rimpianto, talvolta in ispirazione. Perché ciò accade? In parte a causa di contingenze presenti che generano un naturale confronto con tempi passati; in parte, probabilmente, per via di un altro *bias*, quello da sindrome deprivativa, generato dalla perdita di qualcosa che non può più essere nostro, e a cui, per questo motivo, attribuiamo maggior significato.

La situazione attuale, caratterizzata da velocizzazione dei cambiamenti e costante incertezza, spinge a cercare risposte nel passato. È facile pensare che "era meglio prima" perché il futuro è incerto, ma il passato appare sicuro: ne conosciamo la trama. Tuttavia, la memoria collettiva non è sempre veritiera, poiché dai bombardamenti mediatici, inconsciamente, impariamo le dinamiche sociali con cui modelliamo pensieri e comportamenti. Inoltre, il passato che crediamo aver perduto e ricordiamo con nostalgia potrebbe non essersene mai andato del tutto. Assistiamo oggi a evoluzioni di meccanismi tipici di inizio secolo, segnate da disintermediazione, digitalizzazione e disinformazione. Le nicchie e le *communities* hanno sostituito i forum, non ci sono più i paparazzi di Lady Gaga, ma ci sono video *live* e le *fanpages* continuano a esistere sotto a diverse spoglie. La percezione stessa di un passato glorioso e il suo *revival* sono fenomeni popolari, di massa. L'eredità degli anni Duemila è ancora presente sotto ai nostri occhi, nascosta dalle caratteristiche lenti rosa che ci mostrano una *vie en rose*, come farebbe un bell'album di ricordi.

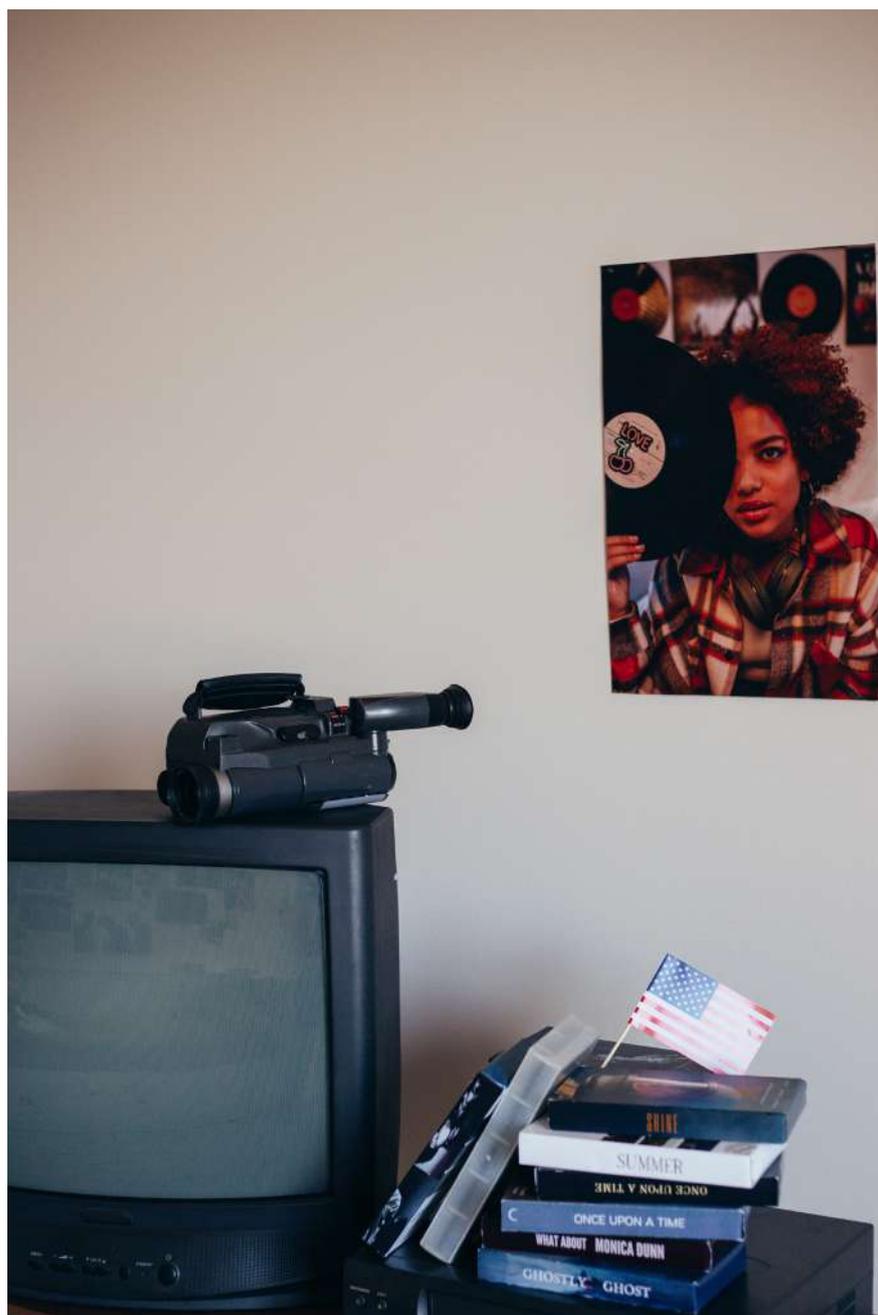


Foto: cottonbro studio

Come la Milano Fashion Week SS23 ci racconta gli anni Duemila

Articolo di Lorenzo Latella

Era il 1996 quando Alexander McQueen propose una collezione rivoluzionaria, quella Autunno/Inverno, dal titolo *Dante*: un tripudio di abiti in denim e pantaloni a vita bassa (così bassa da lasciar vedere il solco intergluteo), i famosi *bumster*. Lì il colpo di fulmine, quello che ha dato avvio ad un sodalizio continuamente celebrato e, al contempo, osteggiato: le *Maison* venivano sedotte, per la prima volta, dai primissimi esperimenti su uno stile che avrebbe dominato un decennio. Credevamo fosse ormai solo un ricordo, ma così non è e non sarà. La *Milano Fashion Week SS23* ne ha dato prova.

Perché riproporre adesso uno stile del genere? Sarà la nostalgia degli anni di Carrie Bradshaw in *Sex and the city*, o dei *red carpet* di Britney Spears? Sarà il voler rievocare il trend dell'ombelico scoperto, pantaloni cargo e *crop top* bianco? Nulla, nella storia della moda, è mai scomparso definitivamente. Almeno, però, niente ritorna invariato: la trasformazione è sempre in atto, nel bene e nel male. E di cambiamenti ce ne sono stati a Milano, alcuni anche ben riusciti. Si pensi ai *crop-top*: Ian Griffiths per Max Mara li ha proposti in *nuances* basiche e dai caratteri minimali e accompagnati da maxi blazer o eleganti cappotti; Marco de Vincenzo per Etro ha prodotto splendidi top in versioni coloratissime, decorati con stampe di maxi frutti e uccelli tropicali e con il famoso paisley, che ha dato prestigio internazionale al brand italiano. Sotto la guida del direttore creativo Glenn Martens, Diesel ha trovato la sua più profonda essenza nel jeans, in versione pura o lavorata: jeans

scorticato o sfrangiato, minigonne e *minidress* in jeans, addirittura stivali in jeans hanno animato una collezione di certo non per tutti. Star dell'evento è stata la borsa Diesel 1DR, lanciata la scorsa primavera: grintosa e *genderless*, la 1DR è divenuta una delle borse più ricercate del momento, simbolo di modernità e di stravaganza. Eppure, è chiara una traccia anni Duemila nella forma a mezzaluna (si pensi alla fama che ha avuto,

negli ultimi anni, la *Saddle Bag* di Dior, disegnata da John Galliano nel 1999), nelle dimensioni mini e nello stile così futuristico, tipico di quegli anni, almeno nella loro prima fase.

Fendi ha creato una collezione dai toni fluidi e morbidi, con leggeri vestiti in raso dalle tonalità neutre (simbolo del minimalismo del brand) a cui si contrappongono, in una graziosa armonia, pantaloni e minigonne cargo in seta pastello con il classico logo degli anni Duemila, abbinati o a cardigan aderenti con ombelico scoperto o a dolcevita trasparenti effetto pelle. In divertenti giochi di sovrapposizione realizzati con eterei vestiti trasparenti, che richiamano molto le sfilate 2000-2002 di Fendi, Kim Jones ha cercato di rievocare gli anni di Karl Lagerfeld quando era a guida della *Maison*, con apprezzabili risultati. In effetti, quello di Fendi è stato il tentativo forse più equilibrato e meno pretenzioso: basti vedere lo show di Blumarine per accorgersi dell'aggressivo e plateale ritorno della tendenza Y2K (*Year 2 kilo*). Nicola Brognano, direttore creativo del brand, ha dato vita a jeans a vita bassa, minigonne in denim, corpetti a forma di croce tempestati di borchie, tubini con schiena nuda e grandi cinture con maxi logo che cadono morbide sulla vita, conferendo alla donna quella brutale eleganza non convenzionale che si allontana molto dalla dolcezza dello stile Blumarine.

Un plauso va sicuramente ad Andrea Adamo, fondatore dell'omonimo brand: uno stilista brillante, con una lunga carriera alle spalle (ha lavorato prima per Roberto Cavalli, poi per Zuhair Murad), dall'incredibile genio e personalità. Al suo *défilé*, allestito su una pedana riempita di acqua, tutti gli occhi erano puntati su cardigan e top a maniche lunghe aperti sul davanti, tutti rigorosamente creati con il classico motivo a costine del brand e abbinati a pantaloni cargo con le frange o gonne

lunghe con arricciature intorno all'apertura centrale: una grande armonia ha prevalso, nulla era fuori posto. Forse i due eventi più attesi, quello di Dolce&Gabbana in collaborazione con Kim Kardashian e quello di Versace, risultano essere le collezioni più riuscite: coniugare lo stile Duemila in un'ottica moderna ha prodotto risultati ricolmi di forza ed estrema vitalità. Le modelle di Versace, nell'indossare abiti sopra a pantaloni cargo a vita bassa, borchie, minigonne *bustier* in pelle, boa di piume effetto *fluffy*, cinture con maxi logo e *mary jane* con doppio platform, hanno restituito un'immagine di donna decisa, sensuale e consapevolmente trasgressiva. Un trionfo degli anni Duemila: ma del resto, a sfilare, alla fine, c'era lei, Paris Hilton, con un mini dress in oroton rosa Barbie. La stessa immagine è venuta dalla donna Dolce&Gabbana, curata da Kim Kardashian: un sodalizio, quello tra l'imprenditrice statunitense e il brand italiano, che ha fatto sfilare abiti accuratamente selezionati nelle collezioni Dolce&Gabbana a partire dal 1987 fino al 2007. L'esito è stato grandioso. I grandi pezzi storici del marchio si sono alternati uno dopo l'altro, tra reggiseni a vista con le *culottes*, minigonne in pizzo o con cristalli, *lingerie* logata a vista, jeans ampi e con strappi e il vestito in cristalli fermato sui lati da un lungo intreccio di lacci, che ricorda molto quello indossato per la prima volta nel 2003 da Gisele Bündchen: il tutto accostato a stivali a punta e a girocolli a fascia.

La Milano Fashion Week SS23 ha dunque visto la moda degli anni Duemila imporsi in modo determinante. Certo, non si può dire che alcune scelte non siano state sbagliate e che altre, anche solo per velleità nostalgiche, abbiano accostato elementi di dubbia compatibilità: eppure è un dato di fatto che, d'ora in poi, le vetrine ospiteranno intere collezioni ispirate a quegli anni. Nel *fashion system*, il fenomeno del "ritorno" è sempre un azzardo perché porta i vari brand a creare matching molto simili tra di loro, spersonalizzandosi. E, col senno di poi, Milano è stata una conferma di questo: in fondo, si è persa quella diversità che avrebbe potuto rendere unica ogni sfilata. Anzi, è prevalsa la monotonia, e non è mai positivo quando si parla di moda. È vero: il ritorno di fiamma c'è stato e mai così intenso. Tuttavia, sarebbe stato meglio ricordare e, magari, celebrare quegli anni, anziché trovarceli di nuovo identici davanti agli occhi: perché, alla fine, è la novità ad affascinare e il vecchio ad annoiare.



Foto: Paris Hilton per Versace

Discoteche, completi Armani, campioni del mondo: la poesia di Simone Cattaneo

Articolo di Federica Defendenti

Da dentro gli anni Duemila tutti, con lo spirito dell'attraversare l'assoluto adesso, si muoveva Simone Cattaneo, poeta nato negli anni settanta e scomparso prematuramente nel settembre del 2009. Nel 2008 esce *Made in Italy*, dopo *Nome e soprannome*, del 2001. Dentro, stipata con una inaudita violenza dei termini, tutta l'esperienza degli anni zero, che proseguono in un ultimo libro, pubblicato postumo, forse ancora più sorprendente. Poco prima del volo dalla palazzina, Cattaneo assembla *Peace & Love*, (che oggi dà il nome anche a un volume che raccoglie l'opera omnia del poeta, edita da Il Ponte del Sale nel 2012). Dopo i testi di *Made in Italy* – in cui già Cattaneo abbandona certe visioni quasi mistiche e sicuramente novecentesche che avevano animato la prima raccolta a favore di una lingua apparentemente ancora più quotidiana e piana, tutta giocata sul discorso e sul mimetismo – l'ultimo titolo sembrerebbe rincuorarci, dirci che forse Cattaneo ha trovato l'ingegnosa soluzione su come campare o meglio tirare a campare, sopravvivere senza farsi troppe domande, come sperava e si augurava in fatto di poetica in un'intervista del 2005 sul non più esistente canale La6. Ma è l'esatto contrario, come i testi tradiscono, portandoci nella bolla del disincanto in qualche modo generazionale che Cattaneo ha incarnato. I testi nella loro costruzione dichiarano una presa di coscienza assolutamente nichilista, brutalmente cinica, capace indubbiamente di riassumere e trasmettere le sensazioni dell'incipit del nuovo millennio.

Le ragazze più belle ballano nel centro della discoteca con un crocefisso appeso nell'elastico alto delle mutandine, a riprova del loro amore acceso verso dio e il cazzo, sicure di non precipitare dal montacarichi di un palazzo e di non dovere mai lavare vestiti in consunti pneumatici trasformati in tinozze. Bramano un uomo che sappia muovere bene il bacino a ritmo di R&B, indossare un cappello con nonchalance e sfilare in un ristorante con un completo Armani. Ormai l'alba crolla e il cielo si dissangua in feroci miraggi.

(S. Cattaneo, da "Peace & Love", Il ponte del Sale, 2012)

Non ci sono soluzioni, le stesse soluzioni che nel 2001 in *Nome e soprannome* Cattaneo si impegnava a cercare con la testa tra le mani a forma di tubo. Soltanto resta il guardare le cose per come sono, sguazzare nel mondo che ci ha sopraffatti, delle discoteche, dei completi Armani, delle ragazze da guardare ogni tanto e farsi bastare questo, smetterla di sperare in un miraggio. Tra le torri gemelle, gli attentati, l'ascensore sociale chiaramente guasto, la crisi degli anni Duemila che pervade lo spazio esistenziale e sociale, Cattaneo recupera il reale per quello che è, immettendo per primo elementi di pop, marchi, nomi di attori, generi musicali, slang nel panorama poetico fortemente conservativo che è sempre stato quello italiano. Mentre fuori la festa impazza e Britney Spears scala le classifiche internazionali, non resta che tenersela questa cultura, cioè tenersi le serate in discoteca in provincia a indovinare le forme sotto la vita bassa delle ragazze, in generale rimediare quel breve momento che ci dà la vita, festeggiare i mondiali del duemilasei e poi basta, quando va bene. Quando va male il tono prende i sapori dell'aspra polemica contro un mondo che non crede più in nulla o in cui per ogni credo c'è una falla di sistema (interi testi sono incentrati su questo difetto di fabbricazione del mondo, gestito ormai da soli rapporti di potere capaci di affievolire anche le lotte più efferate, cercando di scordarsi tutto in una notte di festeggiamenti).



La misoginia, l'omofobia, il razzismo che Cattaneo mette in scena nei testi sono assoluta imitazione del reale quotidiano di un mondo che si è dato per vinto (postmodernamente parlando). Tutto è licenza poetica per potenziare un effetto di realtà. Cattaneo aumenta il reale a dismisura per il massimo straniamento; esaspera per forzare la serratura dello sgo-mento e dello scandalo, tutto in un'epoca che si accingeva a costruirsi intorno alla festa, al primo vero edonismo e disincanto nazionale e al consumo prima del crollo nel baratro della crisi. Potremmo chiamarla una caricatura la poesia di Cattaneo, una poesia a specchio di distorsione, che rimescola e rielabora l'immagine data del mondo per restituirne una nuova capace di evocare l'orrore della percezione del mondo, dei propri tempi e di sé stessi.

In questo senso il centro della discoteca è certo il *dancefloor*, ma anche un correlativo oggettivo, elemento di dichiarazione di poetica che rapportato agli altri del testo è in grado di dirci altro: che l'unico spazio nel centro del vortice del contemporaneo è per la contraddizio-

ne; vuoi la contraddizione inconsapevole, il disimpegno, il disinteresse che entra come protagonista nella scena dei primi duemila e che ha segnato culturalmente un'epoca. I completi Armani allora diventano simbolo della necessità di fare bella mostra di sé nella cultura di massa, esibizionismo estetico che il poeta Cattaneo critica ferocemente, mettendola semplicemente in scena per quello che è, operando un ribaltamento in cui la linea di confine tra il reale lasciarsi sopraffare dalla consapevolezza e denunciare un terrore dei propri tempi è labilissima. Dalla finzione di sé stessi che Cattaneo percepisce nell'ambiente che si trova a vivere e a cui si vede costretto, alla finzione letteraria, che pretende di ricreare il mondo come vero, il passo è insomma brevissimo. Il tutto negli stessi anni in cui un Simone Cattaneo omonimo si procura eventi in cui esibirsi come DJ nelle famose discoteche della movida nord-italiana e sulla riviera romagnola. Sembra quasi uno scherzo di cattivo gusto. Cattaneo cerca di soffocare per ribaltamento, la paura e l'incertezza, ma lo sa anche lui: «Ormai è un furto ogni prospettiva di fuga».

Foto: Kristina Paukshtite

Gli anni Duemila e la nuova *street art*

Articolo di Maria Bovolon

Gli anni Duemila costituiscono un punto di svolta per il fenomeno della *street art*: la corrente artistica, consolidatasi tra gli anni '60 e '70, comincia a essere conosciuta e apprezzata su scala mondiale. Questo è anche il periodo in cui si affermano figure divenute oggi artisti di fama internazionale, la maggior parte dei quali accomunata dal fatto di dipingere sotto pseudonimo: tale scelta è legata al tentativo di non farsi riconoscere, dal momento che disegnare su muri pubblici è tutt'oggi illegale.

Uno di questi è l'artista inglese Banksy, nato nel 1974 a Bristol – la quale è stata la sua “tela” di lancio – e trasferitosi a Londra intorno al 2000, portando con sé una tecnica che da sempre è il suo tratto distintivo: lo stencil. Questa tecnica venne preferita ai *murales* per una questione di velocità, dal momento che la realizzazione di questi ultimi richiedeva diverso tempo e ciò significava maggiore possibilità di essere individuato dalle forze dell'ordine. Lo stencil, invece, non è altro che una maschera in negativo dell'immagine che si intende creare: l'intera procedura – comprendente la realizzazione dello stampo e la trasposizione su parete – non richiede più di quindici minuti. Tra le sue creazioni più significative in questi anni si possono annoverare la collaborazione con il gruppo musicale dei Blur (2003) – per i quali realizza la copertina dell'album *Think Tank* – e il famoso “*Flower Thrower*” detto anche “*Love is in the air*” (2005). Lo stencil, collocato sul muro che divide Israele dalla Palestina, rappresenta un ragazzo colto nell'atto di lanciare un mazzo di fiori: l'immagine ripren-

de le scene di guerriglia urbana, dove appaiono contestatori armati di bombe molotov. Tale carica violenta scompare nel gesto del ragazzo, armato solamente di fiori, e diventa un appello alla pace e l'espressione di forte dissenso verso il conflitto israeliano-palestinese.

Un altro artista che ha visto la sua affermazione come *street artist* è Blu: forse originario di Senigallia – identità e vita privata rimangono sconosciute – dà il via alla sua carriera artistica nella Bologna degli anni '90, realizzando semplici graffiti con la vernice spray sui muri del centro storico, in periferia e nel Centro Sociale 57. All'inizio degli anni Duemila la ricerca di superfici sempre maggiori gli impone un'evoluzione tecnica: alle bombolette spray si sostituiscono vernici a tempera applicate tramite rulli. I soggetti ricalcano le figure umane, spesso connotate da profondo sarcasmo e rappresentate con uno stile che echeggia quello dei videogiochi: tra i numerosi esempi si può citare un graffito lasciato sul Ponte di via Stalingrado a Bologna (2001), dove si vede un uomo con le braccia aperte nel gesto di abbracciare un cantiere.

Grazie a un periodo di collaborazione con celebri artisti – Dem, Sweza, Run ed Ericailcane – la cui influenza è stata fondamentale, Blu arriva a realizzare dei video in *stop motion* contenenti la realizzazione dei suoi *murales*, unendo arte e tecnologia grazie all'animazione digitale: nel 2008 esce infatti *MUTO*, un vero e proprio documentario urbano girato tra le vie di Buenos Aires (Argentina) e Baden (Germania). Nel cortometraggio, vincitore al Festival di Clermont-Ferrand nel 2009, l'occhio dello spettatore è invitato a seguire figure umane e animali sottoposte a continue metamorfosi, coinvolte in un movimento frenetico reso possibile grazie all'accuratezza del montaggio e alla tecnica adottata dall'artista, che disegna e cancella sui muri come fossero una tela. All'inizio del filmato l'artista dichiara il proprio consenso alla distribuzione e proiezione del cortometraggio, tranne che per scopo di lucro: tale avversione verso la commercializzazione si fa più intensa nel 2016, anno in cui Blu decide di cancellare ogni sua opera dai muri di Bologna per ribadire il concetto di gratuità dell'arte.

Tra i pionieri della street art americana si può annoverare OBEY GIANT (Shepard Fairey), il cui nome deriva dall'iniziativa da lui promossa "Andre the Giant Has a Posse" (1989): l'artista tappezzò con stickers raffiguranti il wrestler André the Giant le mura di molte città statunitensi, riuscendo infine a fare il giro del mondo. La fama di Fairey è strettamente connessa al suo attivismo politico: se nel 2004 si era esposto realizzando una campagna denominata "Be the Revolution", comprensiva di una serie di manifesti contro la guerra in Iraq e contro il presidente Bush, è il 2008 che lo consacra come uno dei più noti artisti di strada a livello mondiale. È lui, infatti, l'artefice dell'icona divenuta simbolo della prima campagna elettorale di Barack Obama, "Hope", definita dalla critica «la più efficace illustrazione politica americana dai tempi dello zio Sam». Il manifesto, raffigurante il viso di un Obama concentrato e risoluto, si distingue sia per l'accostamento curato dei colori (rosso, beige e blu) che richiama quelli della bandiera americana, sia per la tecnica adoperata, grazie alla quale ombre e volumi erano messi in risalto, per cui è chiara l'ispirazione a Andy Warhol.

L'opera, sebbene non sia mai entrata a far parte della campagna elettorale a livello formale, ha riscosso l'apprezzamento e la gratitudine di Obama, che si è definito «privilegiato di essere parte del suo lavoro artistico e fiero di avere il suo supporto». Un supporto non indifferente, considerando che il lavoro di Fairey è stato fondamentale per ribaltare una situazione che vedeva in leggero vantaggio il repubblicano McCain.

Nata come tentativo di espressione al di fuori di canoni e soprattutto mezzi artistici tradizionali, la *street art* vede negli anni Duemila una tappa evolutiva irrinunciabile, che ne ha permesso il pieno consolidamento nel mondo dell'arte. L'arte di strada arriva infatti a essere internazionalmente apprezzata e spesso usata come strumento di supporto o contestazione sociale, raggiungendo un pubblico estremamente vasto e toccando diverse tematiche – dalle questioni politiche a espressioni di poetica personale – con una potenza da non sottovalutare.

Foto: Banksy, Think Thank (2003)



Pianeta Terra o tana del Bianconiglio?

Matrix e il *topos* della simulazione

Articolo di Loris Grieco

Immagina di non essere davvero chi credi di essere né di trovarti dove credi di trovarti. Immagina che per svegliarti dal tuo sonno indotto non ti basti un pizzicotto: devi morire. Tu – o la persona che credi di essere – sei tranquillo e sereno a leggere un articolo. Il tuo vero io invece è immerso in una vasca piena di un liquido viscoso, connesso a decine di tubi con il solo scopo di fornire energia pulita derivata dalle tue elaborazioni cerebrali ad un'intelligenza artificiale così avanzata da aver ridotto la specie umana a delle semplici batterie organiche. Certo, in questo modo la vita di molti avrebbe comunque più senso di quanto non ne abbia ora, ma la tana del Bianconiglio io me la immaginavo diversa. Ti ricorda qualcosa?

Anni 2000. Esce la saga di *Matrix* e nella mente delle persone i dubbi si fanno sempre più forti: viviamo in una simulazione o quella che viviamo è la vera realtà? Quale delle due ipotesi è la più probabile? La risposta non è scontata. La nostra percezione della realtà, citando Morpheus, riferita a quello che possiamo toccare, odorare, e vedere «è un insieme di semplici segnali elettrici interpretati dal cervello e questo è il mondo che grazie all'elaborazione del nostro cervello, noi conosciamo» Quindi se vogliamo davvero cercare di capirci qualcosa, dobbiamo abbandonare il *Matrix* per un momento e dimenticarci di quello che conosciamo, perché se fossimo davvero in una simulazione, allora il modo in cui questa è stata elaborata sarebbe inimmaginabile per noi.

Il grande filosofo Nick Bostrom ha formulato

tre possibilità di realtà, ognuna delle quali esclude le altre e quindi solo una è necessariamente vera:

Nessuna civiltà potrà mai raggiungere il livello di tecnologia necessario a creare una simulazione.

Quando una civiltà raggiunge un livello di tecnologia tale da poter simulare un universo, per qualche motivo decide di non farlo.

Siamo effettivamente dentro una realtà simulata.

Se l'ultima delle tre possibilità fosse vera e una civiltà fosse in grado di creare una simulazione con individui coscienti come lo siamo noi, allora anche la realtà simulata diventerebbe in grado a sua volta di creare un'altra realtà simulata ed il ciclo sarebbe infinito.

Ma andando più sul pratico, una versione modificata dell'ipotesi della simulazione di Bostrom suggerisce che ci sono cinque ipotesi e se ognuna delle cinque dovesse essere vera, allora noi staremmo vivendo in una simulazione:

1) È possibile simulare una coscienza. Assumendo che la coscienza sia un'elaborazione del cervello, facciamo due calcoli: il cervello di un solo uomo elabora circa 10^{17} operazioni al secondo ma a noi interessa simulare tutta la storia dell'umanità, quindi se moltiplichiamo questo numero per la vita intera di un uomo e ancora per tutti gli uomini che sono mai esistiti, ci rendiamo conto che ci servirebbe un computer dalla capacità di elaborazione non indifferente.

2) Il progresso tecnologico non si ferma. Se ci fosse una civiltà che ha iniziato a svilupparsi tecnologicamente alla nostra stessa velocità, solo molto tempo prima, non sarebbe difficile immaginare possibile un computer potente tanto quello necessario per il punto uno, anche perché a livello teorico computer tanto potenti sarebbero già possibili adesso.

3) Le civiltà avanzate non si autodistruggono. Come ci sta insegnando l'uomo stesso, questo punto non è poi così bizzarro, ma oltre al fenomeno dell'inquinamento in questo caso ci riferiamo anche alle grandi barriere da superare per qualsiasi civiltà, come i normali cambiamenti climatici, gli asteroidi o perché no, la comparsa di un buco nero. Se la vita è intrinsecamente autodistruttiva, nessuna simulazione è possibile.

4) Civiltà avanzate come quelle descritte devono voler effet-

tuare delle simulazioni. Pensare di sapere cosa vogliono degli esseri potenti quanto déi ai nostri occhi è piuttosto arrogante. Rispetto a loro noi saremmo delle formiche, e l'idea di effettuare simulazioni per divertimento o per scopi scientifici potrebbe essere molto stupida per loro. Ma se così non fosse, beh, arriviamo al punto cinque.

5) Se esiste una simulazione, è molto probabile che noi ci siamo dentro. Se una società tanto potente avesse la possibilità di effettuare delle simulazioni, certamente per convenienza ne eseguirebbe milioni se non miliardi. Quindi non solo noi vivremo in una simulazione, ma ci sarebbero anche milioni di versioni diverse di noi stessi.

Messa così sembra quasi possibile, vero? Ebbene, vero o falso che sia non lo scopriremo mai. La nostra attuale tecnologia non è in grado di effettuare una simile scoperta tanto quanto non è in grado di effettuare delle simulazioni realistiche quanto il nostro mondo. Ma dal punto di vista pratico, il Matrix è davvero così diverso dalla nostra realtà? Molte sono le scene in cui nei film viene fatto vedere il mondo allo stesso modo in cui lo vede Neo, e quello che vede non è così distante da ciò che osserviamo noi. Per lui il Matrix è una serie ordinata di codici in linguaggio binario: ogni codice ha un suo senso di esistere e si esprime sotto forma dell'oggetto che rappresenta. Allo stesso modo, il nostro mondo è fatto di molecole e la "donna in rosso" che in *Matrix* è stata progettata con un preciso codice binario, nella nostra realtà sarebbe un ammasso di atomi che interagiscono tra loro in maniera ordinata per rappresentare una forma precisa, che assume un senso solo grazie alla nostra vista e all'elaborazione del cervello che produce infine l'informazione. In questo senso dunque è come se vivessimo già in una simulazione che viene creata ed elaborata in tempo reale, con l'unica differenza che anziché in codice binario, la nostra è fatta di molecole.

Ma a parte queste speculazioni, siamo ancora troppo dipendenti dalle nostre percezioni: un buon piatto di pasta o la fine di una relazione sono ancora in grado di farci provare emozioni, quindi tra scegliere la pillola rossa o quella blu, tanto vale non scegliere affatto e godersi la propria vita. Anche se a volte sembra che chiunque stia giocando con il mio personaggio abbia scelto la difficoltà veterano.

Foto: cottonbro



Heath Ledger: dietro la scomparsa del Joker più amato

“Io credo semplicemente che quello che non ti uccide, ti rende... più strano”

Articolo di Elisa Santangelo

Sono passati quasi quindici anni dalla prematura scomparsa dell'attore e regista australiano Heath Ledger, ma il suo ricordo resta vivo ancora oggi. Le interpretazioni per cui viene principalmente ricordato sono ormai celebri: 10 cose che odio di te, *Il patriota*, *Il destino di un cavaliere*, *I segreti di Brokeback Mountain* e soprattutto *Il Cavaliere Oscuro*, il secondo capitolo della trilogia di Christopher Nolan dedicata a Batman.

Il suo ruolo più celebre è stato forse proprio in quest'ultimo film, nei panni di Joker. *Il Cavaliere Oscuro*, però, sarebbe uscito nelle sale soltanto sei mesi dopo la sua morte, avvenuta il 22 gennaio 2008: Heath Ledger non ha mai visto il film che lo avrebbe reso, in un certo senso, immortale. Nell'ultimo periodo, inoltre, Heath aveva preso una pausa dalle riprese per quella che sarebbe stata la sua ultima interpretazione, in *Parnassus - L'uomo che voleva ingannare il diavolo*. Il regista Terry Gilliam, per omaggiarlo dopo la sua scomparsa, decise comunque di concludere il progetto, convocando tre grandi attori per ultimare la sua parte: Johnny Depp, Jude Law e Colin Farrell. Non sono solo i suoi successi a ricordarlo, ma anche la sua tragica e misteriosa morte: l'attore, a soli 28 anni, venne ritrovato senza vita e completamente nudo nel suo appartamento a SoHo, quartiere di New York, dalla domestica e dalla fisioterapista con cui aveva un appuntamento nel primo pomeriggio. All'inizio le

cause della morte non erano chiare, ma poi venne reso pubblico l'esito dell'autopsia: intossicazione acuta provocata dagli effetti combinati da un mix di farmaci, tra cui ansiolitici, sonniferi e antidolorifici, tutti prescritti dal suo medico. Sviziati anni dopo, un amico avrebbe raccontato a una rivista statunitense che nell'ultimo periodo l'attore non stava per niente bene, era esausto a livello fisico ed emotivo e ciò che lo disturbava maggiormente era l'insonnia. I farmaci tuttavia non lo aiutavano: lui stesso aveva ammesso di non volerli più prendere perché lo facevano arrabbiare.

Heath era all'apice del suo successo, ma non era felice. Pochi mesi prima della sua scomparsa, la storia d'amore con Michelle Williams, da cui era nata Matilda Rose, finì e l'attore dovette allontanarsi dalla piccola. Ad aggravare la situazione, la lotta contro una brutta polmonite e il forte stress causato dalla vita sul set. Ed è proprio quest'ultimo punto che ha attirato maggiormente l'attenzione, al punto da far credere ad alcuni che dietro la sua morte ci sia stato un omicida. Non un essere umano, ma un personaggio immaginario: il Joker.

Sono molte le voci che girano ancora oggi sulla teoria per cui il ruolo del folle giullare abbia “ucciso” il suo interprete: sembrerebbe che Heath avesse un modo particolare, quasi maniacale per entrare nel suo personaggio, ovvero immergersi totalmente in esso. Per prepararsi al meglio in vista delle riprese per la pellicola di Nolan, si rinchiuso in una stanza d'albergo per sei settimane, in totale solitudine, senza vedere né parlare con nessuno. Aveva un diario dove era solito annotare i suoi pensieri – o meglio, quelli di Joker – e accanto ad essi incollava alcune immagini come fonte d'ispirazione, raffiguranti clown, animali e scene tratte dal film *Arancia meccanica*.

Utilizzando queste strategie, Heath riuscì a regalare al pubblico un'interpretazione magistrale, guadagnandosi il titolo di Joker migliore di sempre. Un titolo, però, pagato a caro prezzo: aveva riempito la sua testa di pensieri al punto da non riuscire più a smettere di pensare

neanche di notte, peggiorando di molto il suo disturbo del sonno. Come lui stesso aveva dichiarato, era arrivato addirittura a dormire in media due ore a notte in una settimana, e proprio per questo non ebbe altra scelta che farsi prescrivere dei farmaci.

Nel documentario *Too Young To Die*, il padre Kim Ledger racconta che «Heath era solito rinchiudersi in sé stesso. Era un suo rituale, si immergeva nel personaggio che doveva interpretare finché non spariva». E secondo tanti, è proprio per questo che il controverso personaggio di Joker lo avrebbe portato a sparire, per sempre. D'altra parte la famiglia ha sempre cercato di smentire questa voce, replicando di essere sicuri che Heath stesse bene e che non mostrasse segni di depressione. Nel 2009 saranno proprio i genitori e la sorella, tra la commozione del pubblico, a ritirare il premio Oscar al miglior attore non protagonista, vinto grazie alla sua brillante interpretazione nel film di Nolan.

Riuscì a rendere così bene il suo personaggio da trasformare Joker in un'icona pop, radicandolo fortemente nell'immaginario collettivo. Il villain di Gotham, così, diventa conosciuto da tutti, al pari di Batman, la sua controparte buona. Heath Ledger lascia ben impresso nella nostra mente un Joker folle, sadico, più realistico; tra le sue battute più celebri e riutilizzate, «Io credo semplicemente che quello che non ti uccide, ti rende...più strano» o «Why so serious?». A questo punto, viene spontaneo chiedersi: perché un clown che, invece di portare felicità e sorrisi, semina solo panico ovunque va, gode di questa considerazione nella cultura popolare degli anni Duemila?

Le risposte potrebbero essere varie, ma probabilmente perché nonostante sia un'antagonista, Joker per molti rappresenta, in un senso non convenzionale, un eroe. Un comico fallito, abbandonato dalla società, che ride davanti alle ingiustizie della vita al posto di combatterle come farebbe Batman. Viene considerato un uomo libero e senza freni, senza codici morali, un portatore di caos. Forse è per questo che nella nostra epoca, in cui la fiducia nelle istituzioni viene sempre meno, il Joker rappresenta un'icona, un simbolo per eccellenza dell'anticonformismo, al punto da diventare anche una maschera della cultura popolare. E così, guardando una foto di una manifestazione a Beirut contro il governo libanese, attira un particolare: una donna, mentre sventola la bandiera del Libano, indossa una maschera raffigurante il volto di Joker, con quell'inconfondibile sorriso grande e rosso.

Foto: Bsr gulluk



Duemila Disney

Il caso de

Le follie dell'imperatore

Articolo di Tommaso Romano

KUZCO: Non dirmelo: stiamo andando verso un'altissima cascata.

PACHA: Già.

KUZCO: Con massi appuntiti?

PACHA: È un classico.

KUZCO: E andiamo! Mamma!

È un dialogo conosciuto da (quasi) tutti, quello tra i due protagonisti de *Le follie dell'imperatore*, il 40° classico Disney che ha aperto il nuovo secolo: la pellicola uscì nelle sale statunitensi il 15 dicembre del 2000. In Italia arriverà poco dopo, nella primavera del 2001. Eppure il classico di animazione, divenuto parte integrante della cultura popolare, non fu sul momento quel successo che è poi diventato nel tempo.

Come il vino, è migliorato? Forse, ma è verosimile che l'effetto dirompente della macchina narrativa messa in moto in *The Emperor's New Groove* richiedesse tempo per essere compreso e assimilato. Siamo, infatti, lontani dalla serietà di lavori quali *Pocahontas* (1995) oppure *Il gobbo di Notre Dame* (1996), di capolavori quali *Mulan* (1998) e *Tarzan* (1999). Con *Le follie dell'imperatore*, iniziare il nuovo millennio capovolgendo l'ordine deve essere stato l'imperativo di casa Disney.

Il progetto originale prevedeva una fiaba con

tutti crismi a cui la casa di produzione ci aveva abituato fino alla fine del XX secolo: così doveva essere *Kingdom of the Sun*, la versione primordiale de *Le follie dell'imperatore*, un film in puro stile Disney, ispirato da una fiaba della tradizione (*Il principe e il povero*), con un contenuto morale nitido.

Se il lato morale e pedagogico non viene meno lungo il percorso di crescita che Kuzco intraprende, la struttura del progetto originario viene completamente scardinata all'insegna di meccanismi profondamente nuovi: il rompersi quasi costante della quarta parete, le scorciatoie narrative che nemmeno gli sceneggiatori possono spiegare (**YZMA:** *Come abbiamo fatto, Kronk?* **KRONK:** *Bella domanda, se lo stanno chiedendo tutti in sala*), giocare a sommare assurdità su assurdità, con il frequente disvelarsi del meccanismo cinematografico (il film che si interrompe).

Una delle vignette più famose di Mattia Labadessa, l'illustratore napoletano padre di un riuscitissimo personaggio, il cinico e nichilista uomo-uccello, ha per protagonisti tre ragazzi che, incoraggiandosi a studiare, finiscono a perdere tempo, rievocando un film della loro infanzia, ossia *Le follie dell'imperatore*. La battuta «*Le follie dell'imperatore?!* Che cazzo di filmone è?» riesce soltanto perché il 40° classico di animazione Disney è divenuto oggi ben noto al grande pubblico.

Con i suoi meccanismi narrativi innovativi e la sua dirompente ironia, è riuscito a ritagliarsi nell'immaginario popolare uno spazio tutto suo. Cosa non semplice, avvenuta negli anni. All'uscita in sala, il film ottenne un tiepido successo, fatto questo che probabilmente riportò i successivi lavori (*Atlantis - L'impero perduto* del 2001, e *Il pianeta del tesoro* del 2002) di casa Disney lungo il solco di una narrazione più tradizionale, più collaudata, ma anche più usurata. Sarà *Lilo & Stitch*, altro film fortemente innovativo, a marcare un nuovo inizio, incidendo sull'immaginario popolare.

L'icasticità dei dialoghi, elementari nella loro comicità, è ciò che ha permesso alla pellicola di rivivere in numerosissimi meme, oltre che in una serie animata (*A scuola con l'imperatore*) e in un sequel (*Le follie di Kronk*), dialoghi come quello fra la moglie di Pacha e la perfida consigliera Yzma (**CHICHA**: *Le dispiace ricordarmi che tipo di parentela ha con Pacha?* **YZMA**: *Oh, sono la bis-prozia della nipote della moglie del fratello del cugino acquisito, eheheh... eh, da parte di mamma!*), oppure fra Yzma e Kronk, che la vede nella sua tenda con la maschera di bellezza sul volto (**KRONK**: *Yzma!* **YZMA**: *Che c'è?!* **KRONK**: *Aaah!* **YZMA**: *Guarda che ho ucciso per molto meno!*).

Pur collocandosi, insomma, in un momento di parziale declino per i film della Disney al botteghino, con la sua comicità *slapstick* e la sua irriverenza, *Le follie dell'imperatore* ha finito per ritagliarsi uno spazio tutto suo nell'immaginario comune, divenendo quel "filmone" che conosciamo.

Elaborazione grafica a cura della redazione



It's Britney Bitch!

Articolo di Giulia Palladini

Uno dei libri rivelazione di quest'estate è stato *Sul mio corpo* di Emily Ratajkowski: una riflessione inaspettata e brillante sul senso della bellezza del nostro tempo, sull'estetica come mezzo di riappropriazione dell'identità femminile.

È un romanzo autobiografico che spalanca gli armadi del successo planetario e ne rivela gli scheletri nascosti, lasciandosi però tutto lo spazio per un dialogo più ampio sulla caduta del modello patriarcale e sulla riscoperta del secondo sesso come soggetto e non più oggetto. Superate appena le prime sessanta pagine, l'autrice dedica un intero capitolo ad uno dei suoi modelli di maggiore ispirazione: la biondissima e inarrestabile regina del pop Britney Spears.

Ratajkowski scrive:

«Io non avevo vissuto la fase Spice Girls e non conoscevo nemmeno una parola delle canzoni dei Backstreet Boys. (...) A casa mia la televisione era un tabù. Però avevo Britney».

Quando l'autrice ha appena diciotto anni esce, infatti, il primo disco di quella che diventerà per l'America la regina del pop anni 2000, ... *Baby One More Time*. È un concentrato di *teenage drama* e *dance pop* che nel giro di pochi mesi fa il giro del mondo, raggiungendo vette altissime nelle classifiche di centinaia di paesi e rimanendo, oggi, l'album pop femminile più venduto nella storia. In America diventa un'istituzione. Nel resto del mondo, quando arriva, nessuno può più farne a meno.

Nel singolo omonimo contenuto nello stesso CD, Britney è giovanissima ed esuberante nelle sue treccine e gli elastici pon-pon, in una tenuta da scolaretta che prevede *bralette* bordeaux a vista con camicia bianca annodata, pancia rigorosamente scoperta, minigonna a pieghe e parigine grigie (e c'è moltissimo del mondo Manga).

Con gli occhi da cerbiatta e l'inconfondibile voce ancora infantile, guarda dritta in camera e canta:

*My loneliness is killing me (and I)
I must confess I still believe (still believe)
When I'm not with you I lose my mind
Give me a sign
Hit me baby one more time*

Non si fa in tempo ad accogliere il nuovo millennio che Britney debutta con il suo secondo album *Oops!... I Did It Again*. Il titolo sembra suonare come un ingenuo e poco convinto rimorso nell'aver compiuto una qualche bravata dell'età – *oops, l'ho fatto di nuovo!* - con un rimando geniale al ritorno nel mercato musicale che ormai la vuole favorita. Nel video che accompagna la traccia, vediamo la cantante in una aderentissima tuta in latex rosso fuoco, ombretto azzurro tutta palpebra sormontato da sopracciglia fmissime: che i Duemila abbiano inizio.

*Oops, I did it again
I played with your heart, got lost in the game
Oh baby, baby
Oops, you think I'm in love
That I'm sent from above
I'm not that innocent*

C'è una differenza sostanziale tra il primo e secondo album dell'artista. Se nel ritornello di ... *Baby One More Time*, Britney racconta di soffrire per un amore non corrisposto, il secondo progetto sposta completamente il focus della narrazione. Nel pianeta Britney, abitato solo da lei e governato solo dalle sue leggi, la popstar prende il controllo della relazione in un rapporto dove è lei a sedurre e sempre lei a illudere l'altro sesso che ci siano dei sentimenti d'amore.

Conclude, così, con un meraviglioso e vendicativo *I'm not that innocent!* che tanto ha da dire al completino scolastico della prima esperienza artistica.

In un tempo in cui parlare di amori tossici e dipendenza emotiva è ancora *démodé*, con l'uscita di *Toxic* (2004) Britney sa confondere le idee su chi siano vincitori o vinti nel gioco amoroso tra i due sessi. Un aereo in volo in una galassia futuristica e Britney, spudorata e accattivante, in un completino blu elettrico con mutandine rosa a vista, seduce i passeggeri attempati e bamboccioni. Le immagini dell'aereo sono alternate da spezzoni di lei in completini neri di pelle e riprese singole

dove indossa una tutina trasparente cosparsa di soli diamanti. I capelli passano dal biondo platino al rosso e nero corvino e i pantaloni a vita bassissima le segnano i fianchi. Il video le varrà un *Grammy* e la vendita di sette milioni di copie.

Dopo una piroetta e un passo di danza per aggirare un sistema di sicurezza a raggi laser canta:

*With a taste of a poison paradise
I'm addicted to you
Don't you know that you're toxic?*

Eppure nel video è lei ad avvelenare il partner, lei che – supereroina portentosa – si procura l'agente tossico in grado di disarmarlo. Britney sa di avere un potere, quello esercitato dalla sua immagine e dalla sua fisicità, ma rivela con estrema sincerità tutta la contraddizione di dipendere ancora dall'amore degli uomini e dalle loro attenzioni. Ha ragione per sé, ha ragione per tutte.

Da queste consapevolezza, in un continuo processo di riaffermazione della condizione femminile intesa come autodefinizione e non come definizione dall'esterno, la produzione musicale continua inarrestabile. Si procede con una ridicolizzazione del modello maschile (nel 2008 pubblicherà *Womanizer*) ed una crescente riaffermazione dell'uso della propria sessualità e del proprio corpo.

Iconica la sua *Work Bitch*, dove la prostituzione viene considerata l'unica via per una vita piena di lussi; dove per acquisire uno status è meglio piacere soddisfare le aspettative dello stereotipo e saperlo è, in fondo, il modo stesso per scegliere e accettare il compromesso.

*You wanna live fancy? Live in a big mansion?
Party in France?
You better work, bitch, you better work, bitch*

Una carriera dalle vette altissime, che hanno portato la cantante ad avere momenti di *up and down* legati alla completa esposizione mediatica e anche ai suoi problemi di dipendenza da alcol e stupefacenti. Era in lei, da un lato, infatti, la perfetta incarnazione del sogno maschile sul femminile del nuovo millennio, post-emancipazione, fatto di sguardi innocenti ma piena sfrontatezza dei gesti.

D'altra parte, ha rappresentato la realizzazione di un *american dream* tutto al femminile dove la cabina armadio è sempre piena, l'este-

tica è performance, dove tutto è concesso e piacere e piacersi sono tra gli scopi più impellenti della vita di relazione (basti pensare a quante come lei, reali e non: Carrie Bradshaw, Serena Van Der Woodsen, Lindsey Lohan, qualche anno dopo Miley Cyrus).

Essere per sé - e non per gli altri - resta, però, tra le più grandi aspirazioni individuali e, nell'accontentarsi di una definizione cucita da altri, si corre un grosso pericolo.

È forse per questo che nel 2012, dopo vent'anni di carriera, riconoscimenti di ogni tipo, relazioni altalenanti e una vita familiare piuttosto complicata, Britney canta salda e fiera più che mai *It's Britney Bitch*.

Ed è un lusso che lei e solo lei può concedersi.

Foto: Britney Spears per GQ (2000)



L'eredità di Usain Bolt

Articolo di Alessandra Berta

16 agosto 2008, Stadio Nazionale di Pechino: finale olimpica dei 100 metri piani maschili. Un ventiduenne giamaicano stacca nettamente gli altri atleti, vince la gara e firma un nuovo record del mondo a 9"69, permettendosi addirittura di rallentare visibilmente negli ultimi metri. Esattamente un anno dopo, il 16 agosto 2009, sconfiggerà se stesso ai Campionati Mondiali di Berlino, facendo scendere ulteriormente il tempo a 9"58 e abbattendo anche il primato dei 200 m con 19"19. Il suo nome, Usain Bolt, risuonerà sulla scena dello sport mondiale per i successivi dieci anni.

È stato osservato che prima di Bolt, nel 2004, i primi dieci velocisti al mondo correvano con un tempo medio di 9"93, mentre nel 2011, si è scesi a 9"83; nella velocità pura un decimo di secondo equivale all'incirca a un metro di distanza nello spazio: l'innalzamento del livello apportato dal giamaicano ha spinto quindi il movimento dell'atletica internazionale a superarsi di un metro nel giro di sette anni. Non è però solo per questi grandi risultati – 8 ori alle Olimpiadi, 11 ori, 2 argenti e 1 bronzo ai Mondiali – che tutti noi conosciamo e ricordiamo le imprese di Usain Bolt, ma anche per il suo carisma e la sua capacità di intrattenere il pubblico, fin da quel primo gesto del fulmine che lo ha reso tanto famoso nel 2008 e gli ha conferito il soprannome di "Lightning Bolt".

Non è stato infatti solo un atleta, ma anche un vero e proprio intrattenitore di fronte alle telecamere: ha esultato facendo delle flessioni davanti ai compagni, a Londra si è presentato in finale fingendo di aprire un ombrello sotto la pioggia, ha intonato canzoncine italiane di

fronte ai giornalisti della Rai. Lo spettacolo di Bolt durava ben più di nove secondi, cominciava nel momento in cui faceva il primo passo sulla pista (a volte anche in maniera non voluta, come quando è stato travolto da un cameraman ai Campionati del Mondo del 2015). Un altro fattore che gli ha consentito di essere così apprezzato dagli appassionati è stata anche la sua continua e totale estraneità agli scandali del doping, che in quegli anni, purtroppo, avevano riguardato molti atleti (tra cui il suo rivale per eccellenza, Justin Gatlin). Per questi motivi Bolt ha raccolto attorno a sé, nel corso del tempo, un numero sempre maggiore di spettatori, desiderosi di assistere alle sue prestazioni, tanto sportive quanto "recitative": negli anni in cui ha partecipato alla tappa della Diamond League di Roma, ad esempio, sono stati venduti circa 15-20mila biglietti in più rispetto alle edizioni che non lo videro coinvolto.

Inevitabilmente, quindi, diversi sponsor hanno scelto di associarsi alla sua figura, per sfruttare a pieno la sua immagine mediatica: alcuni lo hanno accompagnato fin dai suoi primi trionfi internazionali, come Puma, che decise di puntare su di lui addirittura nel 2002, quando vinse i 200 metri ai Campionati Mondiali Juniores. Insieme a Usain la nota azienda tedesca ha realizzato diverse linee di scarpe e abbigliamento personali e nel 2019, grazie alla collaborazione tra Puma e Betc/Havas, è addirittura stata pubblicata una biografia dell'atleta in onore del decimo anniversario dal record del mondo: sulle 224 pagine del libro sono anche riprodotti i *frames* di quella gara, così da poter ammirare ogni singola fase della sua corsa, compresi gli sforzi e la fatica.

Con la sua personalità ironica e frizzante Bolt è diventato il protagonista di molti spot divertenti, tutti legati al tema della velocità: in una pubblicità per Visa, ad esempio, durante le Olimpiadi di Londra del 2012, ha inscenato una corsa contro un uomo incontrato all'aeroporto, riuscendo ad arrivare prima di lui allo stadio, nonostante il suo avversario – che poi si rivelerà essere il giudice di gara – potesse contare su svariati mezzi di trasporto, mentre lui solo sulle sue gambe. Tale successo di Bolt sul piano mediatico e di marketing si spiega anche grazie all'aiuto fornitogli dal suo *team* di agenti, appartenente all'azienda PACE Sports Management, che di fatto gli ha permesso di trasformare la sua attività di sportivo in un brand.

Ripensando agli sportivi degli anni '00, Usain Bolt è probabilmente uno dei primi a riaffiorare nella nostra mente: ciò è frutto senza dubbio di talento e lavoro duro, non solo suoi, ma di tutti i suoi collaboratori, in ambito sportivo e pubblicitario. La sua presenza ha lasciato un'eredità importante al mondo dell'atletica, poiché grazie all'impatto globale del suo personaggio l'attenzione nei confronti di questo sport è cresciuta in modo esponenziale e diversi giovani talenti hanno potuto ottenere contatti e *partnerships* fondamentali per il sostegno economico alla loro carriera. Se per tradizione l'atletica leggera è la disciplina "regina" delle Olimpiadi, grazie alla visibilità di Usain Bolt si è quanto meno guadagnata un posto "a corte" anche negli anni non olimpici.

Foto: Usain Bolt, Diego dos Muiños







in. 