

“DESERT FILM” Al Piccolo Bellini la performance tra cinema e teatro diretta e interpretata da James Franco

Tra mito e prezzo della celebrità

DI GIUSEPPE GIORGIO

La nuova stagione del Teatro Bellini prende avvio dal suo “Piccolo”, accogliendo fino al 26 settembre “Desert Film”, una creazione di James Franco, firmata nella regia dallo stesso Franco insieme a Peter Gold. Sul palcoscenico bis di via Conte di Ruvo, l’attore americano divide la scena con Blaine Kern III, affiancato dalla cantante Elli Papadimantoni e dal pianista Konstantino Diminakis. Prodotto dalla Fondazione Teatro di Napoli - Teatro Bellini, James Franco & Ashton Ramsey, in collaborazione con Theatre 29, lo spettacolo si presenta come una performance dal vivo che interroga la fama, la sua seduzione e il prezzo che talvolta impone a chi ne insegue il miraggio.

Visto in lingua inglese con sovratitoli italiani, “Desert Film” si muove in una zona teatrale dove il racconto cinematografico perde la distanza dello schermo e diventa materia fisica, presenza, inquietudine. Franco riprende un personaggio ispirato a Robert Blake dal film “Highway”, trasformandolo in una figura enigmatica che affronta un giovane attore rapito e legato. Il monologo che ne scaturisce non procede secondo i ritmi rassicuranti della narrazione tradizionale: è piuttosto una discesa nelle contraddizioni di Hollywood, nell’attrazione esercitata dal successo e nelle conseguenze di una devozione assoluta verso il mondo dello spettacolo.

La forza della performance risiede proprio nell’ambiguità del suo linguaggio. Il teatro sembra assumere la grammatica del cinema, mentre il cinema, privato del



montaggio e della possibilità di interrompere lo sguardo, restituisce tutta la sua crudezza. Il pubblico non osserva semplicemente una scena, ma viene posto davanti a una situazione che conserva qualcosa di scomodo e imprevedibile. La celebrità, in questa prospettiva, non è soltanto un traguardo: può diventare una stanza senza uscite, un luogo in cui l’identità dell’artista rischia di essere divorata dal personaggio che ha costruito. Franco con-

duce così la sua riflessione oltre la semplice denuncia del sistema hollywoodiano. La fama appare come un desiderio profondamente umano, capace di offrire riconoscimento e, nello stesso tempo, di sottrarre libertà. La scrittura sceglie il perturbante, lasciando che siano il corpo degli interpreti, la parola e il silenzio a costruire una tensione che non cerca facili consolazioni.

“Desert Film” non accompagna lo spettatore verso una conclusione pacificata. Lo lascia, piuttosto, davanti alla domanda più inquietante: quando il sogno di diventare qualcuno finisce per cancellare la persona che eravamo, quale parte di noi rimane ancora libera? E, nel buio del teatro, anche il sogno di Hollywood sembra perdere la sua luce.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VENERDÌ L'EVENTO ALL'IPE BUSINESS SCHOOL DI NAPOLI

Torna il “Premio Giovane Manager”

La prestigiosa sede dell’Ipe Business School in via Pontano 36 a Napoli ospiterà - venerdì alle ore 17.30 - la semifinale Centro Sud dell’ottava edizione del “Premio Giovane Manager”, un atteso e rilevante evento organizzato da Federmanager Giovani.

L’iniziativa, ideata con l’obiettivo di valorizzare le nuove generazioni manageriali e stimolare una profonda e attuale riflessione sui temi cardine della leadership, dell’innovazione tecnologica e strategica e della capacità di fare squadra, si propone come un imperdibile momento d’incontro e proficuo confronto tra il tessuto imprenditoriale, i professionisti del settore, il mondo della formazione e quello dello sport. In un momento storico in cui il ruolo del manager risulta sempre più cri-

tico ed essenziale per guidare con successo le organizzazioni e le aziende attraverso le sfide del mercato contemporaneo, i soci di Federmanager Napoli Avellino Benevento Caserta e i colleghi delle altre sedi della macro-area Centro Sud sono caldamente invitati a partecipare numerosi. Dopo i saluti istituzionali affidati a Luigi Bianco e Livio Ferraro, il ricco dibattito vedrà susseguirsi gli interventi di autorevoli relatori di spicco come Aldo Cuomo, Ferdinando Chianese, Antonio Merola, Antonio Zaccariello e Massimo Petrone, sotto la puntuale guida del moderatore e giornalista Domenico “Mimmo” Sica. Al termine degli interventi si terranno le premiazioni dei finalisti e un dinamico aperitivo di networking conclusivo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Cesport, la laurea del pallanuotista Alessandro Esposito

La Cesport Italia celebra con immenso orgoglio un risultato straordinario, dentro e fuori dall’acqua. L’atleta di pallanuoto, Alessandro Esposito (nella foto), a soli 23 anni, ha conseguito la Laurea Magistrale in Scienze e Management dello Sport e delle Attività Motorie. Un traguardo prestigioso, raggiunto attraverso anni di studio, sacrifici, allenamenti e impegno quotidiano. Un percorso nel quale Alessandro ha saputo conciliare con grande determina-

zione due aspetti fondamentali della sua vita: la passione per la pallanuoto e la formazione universitaria. Per un atleta, raggiungere un obiettivo accademico così importante significa dimostrare che i valori dello sport - disciplina, costanza, sacrificio e determinazione - possono diventare strumenti preziosi anche nella vita. A soli 23 anni, Alessandro aggiunge così una nuova e importante vittoria al proprio percorso. Non una vittoria conquistata in vasca, ma una di

quelle che restano per sempre e che contribuiscono a costruire il proprio futuro. “La Cesport Italia è orgogliosa di te e felice di poter condividere questo momento speciale. A te, Dottore, vanno le congratulazioni di tutta la società, dei tuoi compagni, dello staff e di tutta la grande famiglia Cesport. Che questo sia soltanto l’inizio di un percorso ricco di nuove soddisfazioni, nello sport e nella vita. Complimenti Alessandro!”.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

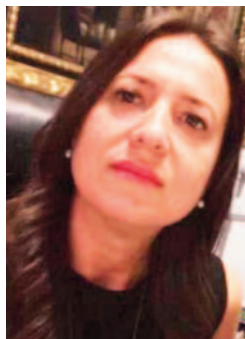


Settore orafa, le fiere hanno ancora senso?

Tra digitale, aumento dei costi e nuove abitudini di acquisto, produttori e commercianti si interrogano sul futuro degli eventi fieristici. Le fiere del settore orafa hanno ancora senso nell’era del digitale, dei cataloghi online e delle videocchiate? È una domanda che circola sempre più spesso tra produttori, commercianti e operatori del comparto. Il mercato è cambiato, così come sono cambiate le modalità di acquisto, di comunicazione e di incontro tra le aziende. Eppure, proprio nel mondo del gioiello, il rapporto personale continua a rappresentare un elemento difficilmente sostituibile. Il sentire comune tra gli operatori è abbastanza chiaro: le fiere continuano ad avere una funzione importante, ma oggi devono offrire risultati concreti. Partecipare a un evento comporta infatti investimenti significativi. Per gli espositori ci sono i costi degli spazi, degli allestimenti, del personale, della sicurezza, dei cam-

pionari e delle trasferte. Per i commercianti significa dedicare tempo e risorse alla ricerca di nuove collezioni e nuovi fornitori. In un momento nel quale il costo della materia prima incide fortemente sul settore e il consumatore appare più attento nelle proprie scelte, ogni investimento viene inevitabilmente valutato sulla base del ritorno commerciale. Non basta più, dunque, partecipare semplicemente “per esserci”. Le aziende cercano buyer qualificati, nuovi mercati e rapporti duraturi. I commercianti, dal canto loro, vogliono incontrare produttori affidabili, scoprire collezioni originali e trovare prodotti capaci di distinguersi sul mercato. Ed è proprio nella relazione personale che la fiera conserva ancora uno dei suoi maggiori punti di forza. Un gioiello non è soltanto un’immagine su un catalogo. La lavorazione, la finitura, il peso, il design e la cura dei dettagli devono spesso essere osservati da vicino. Allo stesso mo-

do, il rapporto di fiducia tra produttore e dettagliante difficilmente può essere costruito esclusivamente attraverso uno schermo. In questo scenario si inserisce l’azione di OroItaly, impegnata nella valorizzazione delle imprese italiane e nella promozione della produzione nazionale. Il presidente Salvio Pace pone al centro il valore del Made in Italy, considerato non soltanto un marchio di provenienza, ma l’espressione di una cultura produttiva costruita nel tempo attraverso professionalità, creatività e capacità manifatturiera. Per Pace, le fiere possono continuare a rappresentare un importante strumento di sviluppo se riescono a trasformarsi da semplici vetrine in occasioni concrete di incontro tra produzione e distribuzione. Diventa quindi fondamentale va-



lorizzare quelle aziende che ancora oggi realizzano il prodotto attraverso competenze artigianali e una lavorazione capace di distinguere la gioielleria italiana sui mercati internazionali. Una visione condivisa dalla vicepresidente di OroItaly, Bianca maria Pezzuto, che pone particolare attenzione proprio alla produzione artigianale e alla necessità di raccontarne il valore. In un mercato sempre più globalizzato, la vera sfida è infatti riuscire a far comprendere al cliente finale cosa esiste dietro un prodotto italiano: il lavoro di un artigiano, l’esperienza di un laboratorio, la ricerca stilistica, la scelta dei materiali e quella manualità che ancora oggi rappresenta uno dei punti di forza del comparto. Per Pezzuto, la fiera può quindi diventare non soltanto un

luogo nel quale vendere, ma anche uno spazio nel quale raccontare l’identità e la qualità della gioielleria italiana, mettendo in contatto chi produce con chi quotidianamente presenta il prodotto al pubblico. La vera questione, dunque, non è stabilire se le fiere debbano esistere ancora, ma capire come debbano evolversi. Il settore sembra chiedere manifestazioni più mirate, meno disperse e sempre più attente alla qualità degli incontri. Il numero dei visitatori, da solo, non può più essere l’unico parametro di successo: conta soprattutto la capacità di creare relazioni commerciali che continuino nel tempo. Anche il digitale può diventare un alleato. Le nuove tecnologie possono facilitare gli appuntamenti, presentare anticipatamente le collezioni e mantenere vivo il contatto dopo l’evento. L’incontro fisico, però, resta il momento nel quale una relazione può trasformarsi in fiducia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

