

riprese CONCLUSE
"Beautiful" lascia Portofino



Ridge con Thorne (foto Olimpia Carta)

Paraggi. La quiete dopo "Beautiful". Ieri mattina il mare disegnava strani segni sulla sabbia di Paraggi proprio vicino al "Carillon", dove venerdì sera la colorata troupe della nota soap-opera americana ha danzato fino all'alba per festeggiare la fine delle riprese.

«Significa così tanto per noi essere stati qui con voi tutti, così ospitali, sia a Camogli che a Portofino: grazie di cuore», ha detto Bradley Bell, capo sceneggiatore e produttore esecutivo. Poi i saluti dalla parte italiana di "Mestiere Cinema", rappresentata dal produttore Guido Cerasuolo: «Siamo stati bene in questi posti meravigliosi, se qualcuno si è sentito trascurato dal nostro team è solo perché era dentro le riprese, la parte logistica è stata infatti collocata in zone per noi meno interessanti».

Unica nota stonata, a detta dei commensali, le guardie del corpo, che giravano sempre tra i tavoli e non si davano pace nemmeno mentre Ridge-Ronn Moss, il sindaco di Portofino Gianni Artioi con gli assessori Giorgio Devoto, Enzo Cioffi e Alfredo Vecchione, il vice sindaco di Rapallo Aldo Piccardo e il resto degli autorevoli invitati gustavano tartine e profiette al pesto: «Ci trattano come se dovessimo dare l'assalto a qualcuno dei presentati» - ha detto Franco Oreti, esuberante marito di Paola, titolare del Red Devils di Camogli. L'opinione è stata condivisa da altri ospiti e a un certo punto il team di "Beautiful" si è alzato ed è sparito, poco prima di mezzanotte. Le signore in sala per un attimo sono parse tante Cenerentole smarrite. Ieri mattina si aggiravano, armate di block-notes e videocamere, per le viuzze di Camogli e Portofino ma dei loro beniamini nessuna traccia. «Riproduremo fedelmente quest'angolo di paradiso negli studi di Los Angeles per non dimenticare la meravigliosa esperienza figure. Tutto questo per noi è davvero "Beautiful"» ha dichiarato Jack Forstestel, production designer, seduto al "Bistingo" con un bicchiere di vino rosso in mano.

Gloria Barbetta

L'INTERVISTA Vera Montanari, direttore del settimanale femminile, anticipa i risultati di un'inchiesta
Adolescenti, simpatici ma confusi

"Gioia", da domani in regalo con Il Secolo XIX, propone un viaggio nel pianeta teen-ager. E per Natale arrivano 500 consigli e un'idea nuova: «Creare i doni con le proprie mani»

Il nuovo sexy? Un blouson da aviatore rivisitato da Simo-... Seduzione? I segreti in un sito. Che cosa pensano i teen-agers? Lo racconta un'inchiesta sugli adolescenti. E ancora: Woody Allen confessa come ha sconfitto le sue nevrosi. Sono alcuni dei temi legati ad attualità, moda e tutto quanto fa tendenza. In una parola "Gioia", periodico della Rusconi che domani - e per i lunedì delle prossime cinque settimane - sarà regalato ai lettori del Secolo XIX. Del numero fra poco in edicola dà un'anticipazione Vera Montanari, 52 anni, da 8 direttore di "Gioia", quasi 300 mila copie vendute, realizzato esclusivamente da giornaliste.

Direttore, come sono questi adolescenti? «A loro abbiamo dedicato il servizio più ampio del giornale. Nella nostra inchiesta li abbiamo fotografati, intervistati facendoli parlare di sé. Ci hanno raccontato chi sono, che cosa pensano, dove vanno questi nostri figli. Sono un po' trasgressivi. Raccontano verità di amore e di odio. Sono ambigui come lo sono tutti gli adolescenti in crescita. Simpatici e insieme confusi. Non ci sono pretese di scientificità, ma è un bello spaccato della società "teen": divertente e coinvolgente».

Il problema maggiore che hanno? «La famiglia. Il rapporto con gli adulti è quello che li turba maggiormente».

I genitori si attrezzano. «Si armano di tanta buona volontà, senza perdere la pazienza. Gli adolescenti sono faticosi».

Anche gli adulti. Uno come Woody Allen, mica facile. «L'intervista è carina. Alla domanda se fosse davvero cambiato e più sereno, insomma in una parola meno nevrotico, lui ha risposto sì. Ammette che è merito di sua moglie. Anzi dice una cosa ancora più divertente: essendo lei molto più giovane ha ancora la smania di girare, guardare, vivere. E quindi lo costringe a uscire di casa dove lui starebbe rintanato volentieri. Dice che per far contenta lei va in giro e fa viaggi. Questo, ammette, lo ha cambiato, facendolo diventare diverso».

Merito di una donna, per una volta. «Sì. La loro era stata una cop-...»

pia molto discussa, criticata. Che invece si presenta teneramente. Lei addirittura è riuscita a cambiare lui, che non è cosa da poco».

Attualità, ma anche moda. «"Gioia" è un giornale per donne interessate al mondo e a quel che succede. Ma anche al mondo interiore, ai sentimenti, all'emozione, all'amore. E all'immagine, dunque moda e bellezza».

Qual è il vostro target? «Sono quasi convinta che non esista più il target. Le donne leggono i femminili: dai 18 agli oltre settant'anni».

Che cosa leggono le donne? «Leggono tutte di tutto. Sono diventate più infedeli sia nella vita privata, sia nel rapporto con i giornali. Molto di più rispetto alle nostre mamme. Molti anni fa ognuna si identificava con un giornale, erano proprio lettrici diverse. Ora sono più infedeli, prendono quello che serve. Scelgono in base a un titolo, una copertina, un regalo. La stragrande maggioranza delle donne è ondivaga».

Come nasce una copertina? «A volte la si costruisce se c'è quella cosa che interessa. In generale preferisco sceglierla dalla foto di moda. Scelgo le facce più che il vestito, scelgo la donna. Una volta ha l'aria di una donna forte, una volta dolce».

Com'è la donna di questi anni, forte o dolce? «Molto fortuna. La tendenza, anche dalle ultime sfilate è che ci sono donne molto sexy. Il messaggio che arriva è sexy prima di tutto. Non un sexy morbidoso, ma di una donna forte, molto sicura di sé, molto solida. Un po' inquietante».

Forte e sexy: realistico? «Fra le trentenni è molto realistico. Le giovani donne che vedo circolare nel mondo del lavoro sono molto sicure di sé, molto solide ed effettivamente un po' aggressive».

Mai un problemino? «Probabilmente ce li hanno come tutte le donne del mondo, ma li mascherano bene. Marciano come soldati verso i loro obiettivi e le loro mete. In giro ci sono parecchie donne aggressive, forti. O di aspetto forte».

Donne "soldato" che ovviamente seguono la moda. Quale per l'inverno? «Domani abbiamo un bellis-...»

simo servizio sui cappotti. Molto utile per scegliersi il cappotto dell'inverno. La tendenza più modaiola è lo stile "parà", per donne forti, appunto: giubbotti di pelle, ma sexy. Pantalone un po' grosso, ma portato col tacco e la camicetta di seta».

Obbligatorie i tacchi vertiginosi? Dodici ore al giorno... «I dodici centimetri, no. Sconsiglio. Fanno male. Ma dai sei centimetri, sì. Anzi. Per i tacchi credo c'entri molto l'allenamento. E' vero che il tacco ti dà tutto un altro tono. Il tacco aiuta. Ci fa alzare. E poi i tacchi stanno bene a tutte. E' carino, fa bene al look».

Look: in e out? «Nella nuova moda niente è in e niente è out: si è divertita a mischiare tutto. Basta pensare al fenomeno del vintage: il vecchio è di modissima, il nuovo ovviamente è di moda, la via di mezzo anche, il mischiare pure. Dunque, libertà di moda. E' uno dei pochi vantaggi dei nostri tempi».

Da evitare assolutamente? «Non amo il mascherarsi scegliendo uno stilista da capo a piedi, come se una fosse uscita dalla sua sfilata. Le donne che escono tutte griffate, mi sembrano un po' deboli. E' più divertente mischiare boutique e mercatini. A volte basta una scarpa. L'importante è trovarsi uno stile e giocarci un po'. Massimo un paio di pezzi firmati per volta. Non di più».

E' vero che torna la donna rotonda? «Lo dicono tutti, ma nelle foto di moda ci sono solo gran ragazze magre. Da molte stagioni si torna alla femminilità e alla sensualità in fatto di forme».

Siamo vicini alla kermesse per i regali di Natale: consigli e tendenze, anche risparmio? «Faremo una carrellata con 500 regali. Di moda quelli tecnologici, ma è già la terza stagione. Molto di moda, quest'anno i regali di cibo, marmellate e conserve, e quelli fatti con le proprie manine, la trovo bello e tenero. Tornerà lo scobidoo: un intreccio di cosine di plastica, che ora si fa con i cordini. C'è tutto un mondo che sta già preparando i regali di Natale fatti a mano, mi pare splendido. Almeno c'è del tempo che viene regalato. E oggi è davvero la cosa più preziosa».

Patrizia Albanese



Vera Montanari



La copertina di Gioia domani in regalo col Secolo

NUOVO GIOCO SECOLO XIX-RADIO BABBOLEO

"Beninformati" mette in palio abbonamenti

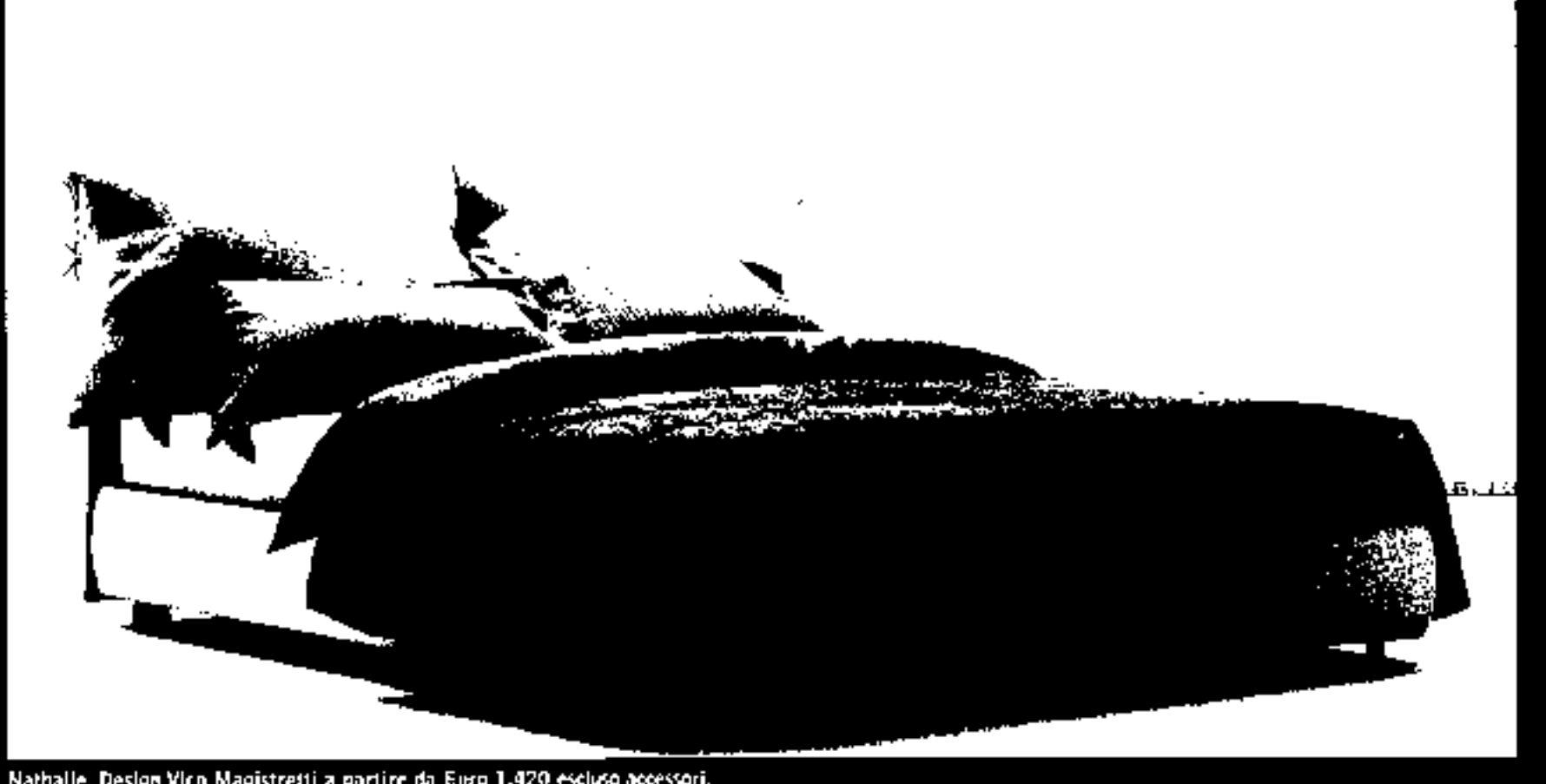
Leggere e giocare. Per imparare, magari, a leggere meglio: divertendosi e con la possibilità di vincere, altrimenti che gioco sarebbe? Si chiama "Beninformati", l'iniziativa che il Secolo XIX propone in collaborazione con Radio Babboleo. Le due testate leader in Liguria, rispettivamente in stampa e in radiofonia, insieme per promuovere la lettura delle notizie e il loro approfondimento. L'iniziativa si collegherà all'interno della popolare trasmissione di Radio Babboleo "Missioni Impossibili", in onda dalle 10 alle 12: ogni lunedì, mercoledì e venerdì, durante il programma, lo speaker Lenny leggerà una parte di un articolo apparso sul Secolo XIX del giorno; il primo ascoltatore che telefonerà completando la lettura dell'articolo si aggiudicherà il premio, un abbonamento per tre mesi al Secolo XIX. «Sarà una sinergia tra i due media - spiega Walter Miscioscia, direttore dell'emittente radiofonica genovese - che utilizzeranno ognuno la propria "arma vincente", vale a dire l'immediatezza e la comodità della notizia diffusa in voce, associata alla capacità di trattazione, sviluppo e riflessione offerta dalla carta stampata. In fondo, la gente non riesce più a leggere il giornale come una volta, perché le manca il tempo. Giocando a "Beninformati", potrà riscoprire l'attenzione e la possibilità di approfondimento che solo un articolo di giornale può consentire, apprezzando la qualità di scrittura e di contenuti». La scelta del conduttore, spiega ancora Miscioscia, non è stata casuale.

«Perché Lenny - dice il direttore di Radio Babboleo - è qualcosa di più di un dj e si avvicina, professionalmente, al lavoro del giornalista. Proviene da un lungo... allenamento a fare da intermediario tra le richieste degli ascoltatori e gli enti pubblici, le istituzioni, gli uffici, con i quali cerca di risolvere le "grane" che vengono proposte in diretta dagli interventi del pubblico. Dunque, ha la dimestichezza giusta per affrontare i temi dell'attualità ma anche la vivacità richiesta da quello che rimane anche un gioco». Senza voler scomodare paroloni né argomenti da convegni, perciò, "Beninformati" si propone un nobile obiettivo: dare un piccolo e salutare stop alla gran velocità che la vita di oggi impone a tutti noi, divenuti frenetici consumatori anche di informazione. L'iniziativa del Decimonono, oltre ad offrire la possibilità di vincere l'abbonamento trimestrale al nostro giornale, potrà contribuire a far scoprire quanto ci sia di insostituibile nei "media" stampati, cioè la capacità di far conoscere in profondità quel che accade nel mondo. E lo farà sfruttando proprio l'immediatezza tipica dell'intramontabile radio, quanto mai attuale ancora oggi. Anzi, soprattutto oggi, con il mondo che corre sempre più veloce. Rapida anche lei, la vecchia e giovane radio, che lascia mani ed occhi liberi; ma che allo stesso tempo può diventare una preziosa guida per prendersi - attraverso la parola in voce - anche il meglio dell'informazione scritta.

Federico Buffoni

Le occasioni migliori capitano di notte.

SCOPRI LA NOTTE. Acquistando entro il 31 dicembre uno dei 40 letti della collezione Flou completo di materasso, guanciali, piumino e copripiumino auri, compresi nel prezzo, uno splendido paio di pite se il letto è singolo, due se il letto è matrimoniale. VESTI IL TUO LETTO. Un prezzo vantaggioso su una collezione di oltre 40 rivestimenti per il tuo letto Flou. UNO TIRA L'ALTRO. Due copripiumini al prezzo di uno se li scegli fra alcune delle tante fantasie della collezione Flou.



Nathalle, Design Vico Magistretti a partire da Euro 1.420 escluso accessori.

Presso i rivenditori contrassegnati con questo simbolo... puoi trovare anche la nuova linea Vestire Flou. Lists of authorized retailers in various Italian provinces including Genova, Imperia, La Spezia, Savona, and others. Includes the Flou logo and website information.