

Un rifacimento del trailer sta spopolando su Youtube

Inception materana per Berlusconi

[di Giuseppe Balena]

MATERA - Youtube, si sa, è il non plus ultra della rete. Ogni giorno da ogni angolo del mondo, ogni singolo internauta, comodamente dalla propria scrivania di casa, può non solo visionare milioni di filmati di ogni genere, compresi quelli amatoriali, ma può egli stesso caricare i propri. Youtube, così, è diventato in questi ultimi anni sempre più l'anima della rete. Basta una gaffe involontaria durante una ripresa amatoriale per finire nel "tubo" di internet, croce e delizia dei famelici guardoni virtuali. Uno spaccato particolare di Youtube, che meriterebbe un approfondimento antropologico, psicologico e sociologico, riguarda le parodie dei film e delle pubblicità. Non c'è film famoso o pubblicità nota che non abbia almeno un paio di rifacimenti, magari nel dialetto di turno, in verità spesso un po' sfalsato rispetto alle immagini. Anche per il film *Inception*, uscito da poco nelle sale, è successa la stessa cosa, questa volta, però, creando grande interesse e curiosità. Il lungometraggio di Christopher Nolan ha come protagonista Leonardo Di Caprio nei panni di Dominic Cobb, un ladro specializzato nel prele-



vare informazioni dalle persone intromettendosi nei loro sogni per carpirne i segreti nascosti nel più profondo del loro subconscio. È bastato questo input a due giovani materani, Giancarlo Fontana e Giuseppe Stasi, per realizzare a modo loro la parodia del trailer del film. Il successo è stato tanto immediato quanto inatteso. In pochi giorni il video è stato visualizzato da oltre 480mila visitatori, ha totalizzato quasi 2mila commenti ed è balzato agli onori della cronaca nazionale tanto da destare l'attenzione di Rainews24, l'Espresso e addirittura del Trio Medusa della trasmissione televisiva *Le Iene*. A questo punto il video, dichia-

rano gli autori, parteciperà al concorso "L'Italia che immagino", promosso da Repubblica.it e da Imaginario Film Festival. Gli ideatori hanno già realizzato diversi cortometraggi, video aziendali, spot pubblicitari e videoclip musicali, ricevendo non pochi riconoscimenti. Riconoscimenti che non sono mancati neanche questa volta da parte del popolo della rete. La parodia trailer mescola scene del film e spezzoni dove compare il presidente del consiglio. Il Dominic Cobb materano ha come missione la penetrazione nei sogni del premier per convincerlo a dimettersi. "Benché dopo appena 30 secondi diventi palese, gli autori assicurano che questo

cortometraggio è dall'inizio alla fine una commedia surreale e che, come tale, non va preso sul serio. Questo brevissimo film, al di là dei suoi contenuti deliberatamente fittizi, - proseguono i due film maker - conserva nella forma la sincerità dirompente della satira e della parodia, le uniche speranze di un popolo malandato come il nostro". Il filmato si conclude con un annuncio televisivo in cui si dice lapidariamente: "Berlusconi si è dimesso..." e il protagonista cade dal divano. Poi, dopo un attimo di pausa, l'annunciatore del tg prosegue: "... dimesso dalla clinica San Raffaele dopo un delicato intervento di allungamento della vita". ■