

REVOLVER

Paris

by Pablo Arroyo

Sono francesi, ma cantano in inglese. Facile, si dirà, visto che l'intera nuova scena musicale transalpina o scimmietta i britannici, o niente. Ma stavolta ha torto chi critica: lontano dalla ripetitiva piatezza del baby rock, i Revolver si stanno costruendo il proprio personalissimo percorso. Un pizzico romantici, un pelo nostalgici, il loro suono inaspettato è inzuppato della pop ottimista anni 60 su uno sfondo di corde fresche e sapientemente intrecciate. Ambroise, Christophe e Jérémie fanno balbettare la bibbia del cool, che riassume qualsiasi giovane con chitarra a un mini Doherty vestito slim e con i capelli grassi. Regola n° 1: mai fidarsi delle apparenze. Dietro un nome che sa di zolfo, questo trio acustico non vibra con chitarre saturate né con giubbotti chiodati... tutto è armonia e accordi di legni, voci eleganti e leggere, violoncello e chitarre. Il suono avvolge l'orecchio con tre linee che si schiudono, come dei boccioli primaverili. Un suono regolato come uno spartito musicale, non una croma sopra le righe. Regola n° 2: i coristi in pantaloncini corti non sempre si trasformano in baciapile. La prova: Ambroise e Jérémie hanno imparato il gorgheggio alla cantoria di Notre-Dame-de-Paris. La tecnica vocale ne risulta

assolutamente impeccabile. Cosa che non ha impedito alla loro casa discografica di scoprirli su Myspace! Regola n° 3: Johann Sebastian Bach sa fare l'amore coi Beatles. E viceversa. Ovvero come mixare i ritmi Sixties a una lacrima di musica da camera rinascimentale. Affascinati dallo spleen folk di Elliot Smith e dalle melodie del tandem Lennon-McCartney, la loro musica s'impregna di volta in volta dell'equilibrio meccanico dei cori ecclesiastici. Fatto che porta, del resto, a un piccolo sberleffo per Jérémie, il violoncellista, spesso preso in giro per la sua "verginità" musicale. «Jérémie non aveva mai ascoltato della musica pop prima dei suoi 18 anni», dice sorridendo Christophe. «La prima volta che è entrato in una sala per concerti non classica è stato per uno dei nostri: quando abbiamo aperto gli show dei Soko, in Danimarca». E da lì viene proprio quello sguardo nuovo, mai blasé, che posa sulle composizioni degli altri due. Ne segue uno scambio di tiri incrociati musicali, decisamente civilizzati. Touché. Mini-album: "Pop de chambre" (www.myspace.com/popdechambre). Il primo "full" previsto per il 2009. (Per tutti: camicie Xacus; papillon Alta; pantaloni John Richmond. Fashion editor Sara Maino) Marie Aucouturier

PAUL BUDNITZ

New York

by Seth Kushner

Fondatore e presidente della catena Kidrobot è uno dei protagonisti del movimento degli "art toys", colui che lo ha rivoluzionato, finendo per contagiare il mondo occidentale con la produzione di oggetti pop-art underground. Mentre ancora frequenta il liceo, Budnitz si trova a creare software per impianti nucleari e a programmare videogiochi per Commodore 64. «Non avevo una vita, un encefalogramma talmente piatto che giurai che non avrei mai più toccato un computer fino alla fine dei miei giorni. Infatti mi sono laureato in arte all'università di Yale, dopo aver studiato scultura e fotografia. I miei primi due film furono accettati a Berlino e distribuiti in tutto il mondo: per editarli digitalmente dovetti scrivere un programma apposta per il compu-

ter; a quel tempo Avid era appena uscito e se lo potevano permettere solo i grandi registi». Nel 2002, dopo un viaggio a Hong Kong, diventa così ossessionato dai giocattoli creati da giovani artisti e designer locali che decide di produrli in edizioni limitate per il mercato americano. «E oggi abbiamo sotto contratto centinaia di artisti in giro per il mondo: alcuni pezzi, come i Dunny di Tristan Eaton, sono arrivati persino al Moma di New York. Incredibile per un'azienda che è nata con la filosofia di realizzare arte da una macchina creata solo per la produzione di massa». Il suo motto non a caso è: "If it sucks, we kill it - se fa schifo, ce ne sbarazziamo". (Giacca, camicia, cravatta e cappello: tutto Moschino. Fashion editor Deborah Afshani) Roberto Croci

JAN MILEWICZ

Los Angeles

by Davis Factor

Dopo il college, Jan Milewicz ha capito subito quale fosse la sua vera passione. Nato e cresciuto a New York, credeva di esser tagliato per graphic design e pubblicità ma, dopo la prima esperienza su un set cinematografico, ha deciso che ciò che desiderava davvero era recitare. «Anche se all'inizio non ero affatto sicuro di potercela fare», dichiara. Dopo l'esperienza teatrale off Broadway nella commedia "The mistake Madeleine made", un paio d'anni fa si è trasferito a Los Angeles, dove ha cominciato a fare provini, piccoli lavori di doppiaggio e ottenuto una parte in "Point Break", parodia teatrale del celebre film di Kathryn Bigelow del 1991, con Keanu Reeves e Patrick Swayze, che ha registrato sold out per due anni. Un grande successo e, per Jan, un'ottima occasione per farsi conoscere. Inutile dirlo, il mondo dell'arte e della

recitazione lo avevano conquistato definitivamente. «Prima cercavo di farmi andare bene cose che non amavo davvero, ma oggi credo sia giusto accettare le sfide. So che quando ami ciò che fai dai sicuramente il meglio di te». Ha appena ultimato le riprese, iniziate lo scorso aprile, di un film indipendente sul mercato nero degli organi, di cui è protagonista. Atletico e affascinante, ha sempre amato lo sport, dallo snowboard al calcio, e dice ridendo: «In California ho cominciato con il surf. Non sono il massimo, ma per ora mi piace». Intellettualmente impegnato, ha ricominciato a suonare il pianoforte, con la passione e l'entusiasmo della gioventù. Il suo sogno? «Essere come Daniel Day-Lewis». (Giacca, gilet e pantaloni: tutto Valentino; camicia Ralph Lauren; papillon Yves Saint Laurent. Fashion editor Rushka Bergman) Beatrice Cassina

PAUL BUDNITZ
by Seth Kushner

