



Uninvited - Marcelo Burlon (2017)

Il viaggio dello stilista attraverso i Paesi, le esperienze e i momenti della sua vita.

Un film di Mattia Colombo con Devendra Banhart, Marcelo Burlon. Genere Documentario durata 90 minuti. Produzione Italia 2017.

Uscita nelle sale: martedì 28 novembre 2017

Un ritratto pubblico e privato di Marcelo Burlon, una delle personalità più affascinanti e influenti del panorama della moda attuale, un personaggio amato e odiato allo stesso tempo.

Francesca Ferri - www.mymovies.it

Al cuore della moda dalla porta di dietro. Marcelo Burlon, oggi direttore creativo di County of Milan molto discusso nel panorama del fashion contemporaneo, racconta il suo percorso di formazione sopra le righe in un documentario che confonde ritratto pubblico e privato.

Scritto da Andrea Batilla e diretto da Mattia Colombo, 'Uninvited - Marcelo Burlon' ripercorre il viaggio dello stilista attraverso i Paesi, le esperienze e i momenti della sua vita.

La Patagonia, le Marche, Milano e Napoli sono le tappe del documentario che raccoglie 25 anni di filmati amatoriali in una storia di riscatto sociale di un ragazzo qualunque che ha infranto le regole della moda.

Pr, dj e infine direttore creativo, Marcelo Burlon inizia la sua carriera nel mondo dei nightclubs, e attraverso il sottobosco urbano di graffiti e skaters arriva a inserirsi nel sistema della moda. "Il titolo Uninvited allude esattamente a quello - come spiega lo sceneggiatore Andrea Batilla - Il suo percorso è lontanissimo dalle solite dinamiche della moda. Non ha vinto concorsi, non è amico delle persone giuste, non ha e non ha mai avuto padri o madri spirituali che l'hanno aiutato. Ha costruito il suo successo da solo e trovo che questo sia il più grande insegnamento che esce dal film: anche in Italia se vuoi, puoi arrivare dove vuoi".

Di madre libanese e padre veneto, Marcelo è nato in Patagonia ma, a 14 anni, si trasferisce con la famiglia a Porto Potenza, nelle Marche. L'adolescenza è segnata dall'emarginazione per via della sua omosessualità e del suo stile eccentrico. Poi diventa ragazzo immagine di un locale e finalmente può ballare in leggings e capelli tinti biondi. Ma è a Milano che Marcelo diventa re della notte. Dopo anni passati alla porta dei Magazzini Generali, punto di riferimento della Milano notturna degli anni '90, Marcelo ha in mano l'agenda del jet set più glamour.

E così mentre organizza feste per Chanel, Replay e Moët & Chandon, prende voli per andare a suonare in tutto il mondo e inizia a lavorare da Dolce&Gabbana, poi da Alessandro Dell'Acqua. Oggi è a capo della sua azienda che fattura 20 milioni di euro l'anno e distribuisce i suoi capi in 480 negozi di abbigliamento in tutto il mondo. Un impero nato dai social network nel giro di due anni e mezzo di cui acquisisce consapevolezza andando a Napoli. "Solo in un'ora ho contato centoventi delle mie magliette indossate dai passanti, sia vere che false (perché a loro non importa che siano originali)", spiega Marcelo soddisfatto di sentirsi stilista del popolo. Infine, quando è stanco della giungla urbana si rifugia negli spazi incontaminati della sua terra, la Patagonia, dove sta costruendo una grande casa in vetro e legno per accogliere tutti i suoi amici.

La sua moda streetwear, tribale e metropolitana risente di questo lungo viaggio. Se i tattoo delle sue t-shirt rimandano al mondo cittadino di rap e graffiti, i puma e i serpenti che tappezzano l'intera collezione rievocano il suo Sud America di riti sciamani, natura e autenticità. "Hai vinto", gli dicono tutti, ma Marcelo risponde "non sono in gara con nessuno se non con me stesso". È questo il volto più vero che vuole mostrare di sé, perché il successo è solo una meritata conseguenza di tutti gli anni di

impegno, sacrifici e passione. Almeno secondo la spiegazione di Marcelo che ci fa entrare nelle quinte della moda di cui di solito vediamo solo il palcoscenico e una perfetta messa in scena. Da neofita Marcelo parla anche ai non addetti ai lavori di una moda che, contrariamente al sistema ufficiale, guarda ai cambiamenti della società. Il venditore di t-shirt, come viene bollato inizialmente dalla haute couture, racconta senza filtri una storia di successo e riscatto, specchio del mondo contemporaneo. E dietro il brand vediamo semplicemente Marcelo. "Io voglio essere un esempio di essere umano non di creativo".