

Ho voglia di te. E il film si fece hamburger

Pubblicato: Lunedì 26 Marzo 2007

✖ Poco originale, televisivo, infarcito di pubblicità e scontato dall'inizio alla fine. Queste sono state, forse, le critiche più educate che si è preso un film che ha sbancato i botteghini, **"Ho voglia di te"**. Un successo enorme, tanto che domenica 18 la pellicola dominava la top ten italiana, con **4 milioni e 590 mila euro di incassi**.

Eppure non era difficile prevedere la riuscita commerciale di questa pellicola, perché cavalca tutto ciò che, in sostanza, era cavalcabile. Dal successo del primo episodio cinematografico di cui è il sequel, "Tre metri sopra il cielo", al fenomeno letterario **Federico Moccia** (il film è tratto da un suo romanzo). Dalla colonna sonora di Tiziano Ferro, alla moda dei lucchetti dell'amore (che i ragazzi agganciano sui ponti per giurarsi fedeltà "eterna"). E poi ancora, dallo stuolo di ragazze innamorate del sex symbol **Riccardo Scamarcio**, a quello di ragazzi che sognano la bellissima **Laura Chiatti**. Dai cenni al tanto sognato mondo dello spettacolo, alle scene di sesso bollente.

Tutto, in questo "Ho voglia di te", sembra calcolato nei minimi dettagli, per piacere ad una chiara fascia d'età, quella degli adolescenti, con precisione chirurgica. Con una impostazione, tra l'altro, che lascia ampi spazi agli sponsor, dai telefonini ai locali giusti. Senza correre nessun rischio, magari approfondendo troppo la caratterizzazione dei personaggi.

✖ L'idea è che se McDonald's fosse una casa di produzione cinematografica, allora avrebbe prodotto volentieri questo film. Ma così come non si pretende che un esperto della guida Michelin venga chiamato a giudicare un fast-food, non si può pretendere di giudicare con metro artistico un McMovie (altrimenti detto blockbuster). Si rischierebbe solamente di dire che "Ho voglia di te" è poco originale, televisivo, infarcito di pubblicità e scontato dall'inizio alla fine, appunto.

Allora rimandiamo a un'altra volta, magari a quando lavoreranno in altri film, il giudizio su attori e regista, che tra l'altro sembrano fare il loro lavoro senza sbagliare. Scamarcio sa fare il sex-symbol e conosce i punti deboli delle ragazzine, la Chiatti sembra avere le carte giuste per continuare.

Chiaramente, comunque, il giudizio deve arrivare da punti di vista differenti. Quello commerciale vede vincere questo film su tutti i fronti: è tagliato su misura per chi lo vuole vedere, infallibile nel veicolare l'acquisto non solo del biglietto, ma anche del merchandising e dei prodotti sponsor.

✖ Poi c'è il punto di vista "sociologico", che è molto più complesso. Sicuramente, così come avevano fatto i romanzi di Moccia, anche questo film va ad occupare una domanda purtroppo dimenticata dai grandi registi italiani "superimpegnati". Cioè quella del film generazionale, quel veicolo necessario a vedersi rappresentati. Insomma, "Ho voglia di te" potrebbe essere un "Tempo delle Mele" del 2007, una richiesta alla quale era necessario rispondere: "Notte prima degli esami" docet.

Però, c'è un però. Il mondo giovanile rappresentato da Federico Moccia e Luis Prieto è fatto principalmente di SMS, passione per lo spettacolo, sesso, festini e droga. Non facciamo i moralisti e non giudichiamo. Ma un'alternativa a questo quadro difficile esiste? Certo, potremmo trovarla nell'amore dei protagonisti, ma tutto questo, nella generale superficialità di un prodotto che guarda più alla forma che al contenuto, si perde. Peccato, perchè i film generazionali dovrebbero essere anche un'occasione per dare delle risposte ai dubbi di chi si identifica. Forse però, dare risposte chiare è troppo rischioso, o semplicemente non interessa. "Ho voglia di te" rappresenta i ragazzi, ma i tentativi di parlare a questo pubblico rischiano di perdersi, tra marchi e slang.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it