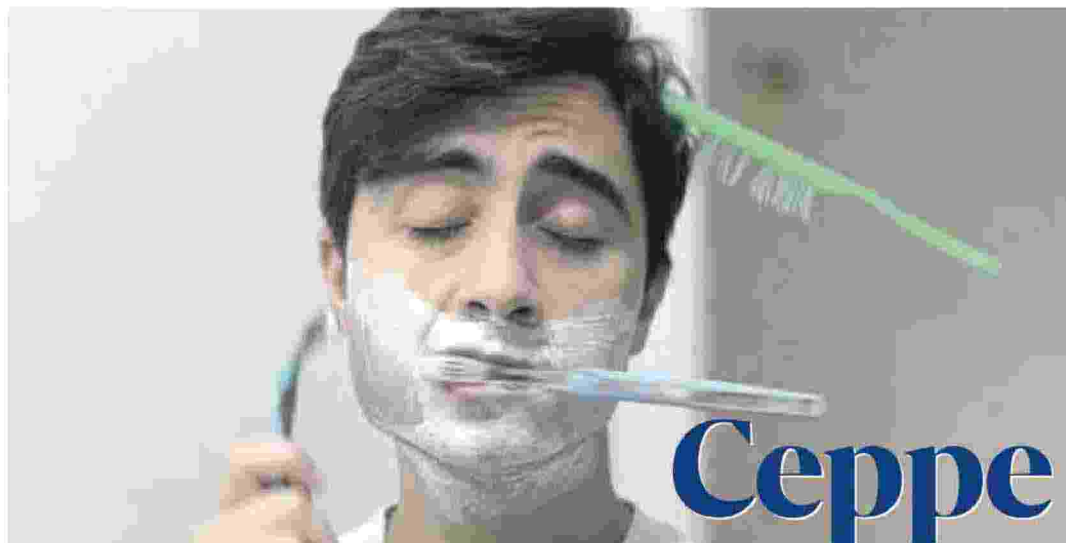


Casciano, creativo napoletano, 31 anni, spopola sul web con i suoi filmati nei quali accade l'impossibile. Così ha attratto «creator» e grandi marchi

WEBSTAR

Giuseppe Casciano, in arte Ceppi: Zack King e Federico Rossi tra i suoi fans



«Operazione videomagia»

Giovanni Chianelli

Due ragazzi su un muretto, a via Caracciolo. Lei vuole bere, lui allunga il braccio e, magicamente, arriva a Capri dove pesca, si immerge dalla piazzetta, una bottiglia di prosecco. Benvenuti a Cappeland. Una terra dove lo spazio, il tempo e le prospettive contano relativamente, ma vince «il nitore della scena, la precisione di un taglio». Puoi vedere un tizio magrolino, moro, dai tratti indiani che annega nello stesso bicchiere da cui beve e scivola su un'isola. È lui, l'esteta dei creativi web: Giuseppe Casciano, in arte Ceppi, napoletano di 31 anni. Coi suoi video dove succede l'impossibile è riuscito ad attrarre marchi come Swatch, Pampere, **Ma-fra** (uno degli sponsor di Motomondiale e Formula 1). È uno dei creator italiani più seguiti, anche da Zack King - forse il maggiore al mondo - mentre Federico Rossi, ex del duo Benji e Fede, lo ha voluto per il lancio di comunicazione della sua carriera da solista. Macina migliaia di visualizzazioni, mezzo milione ad Hallo-

ween per 30 secondi di un'apocalisse Zombie con la pornstar Valentina Nappi, ma ciò che più parla di lui è che spesso i backstage dei video fanno più visite dei video stessi: «Forse perché prediligono la qualità dei filmati. Per questo vado più forte su Instagram, che resta un social da esteti, che su Tik Tok».

Tutto nasce da un panno verde. Che non è quello dei tavoli da gioco ma lo sfondo per antonomasia, il green screen: «Quando ho scoperto cosa si poteva fare ne comprai uno in merceria, di un verde sbagliato, ma era ciò che potevo permettermi. I primi esperimenti li feci con uno scaletto e delle mollette per reggere il telo». Sono gli albori artigianali di Cappeland, il suo marchio attuale. Il posto dove poter giocare con la prospettiva: «Se avvicino un oggetto acquista dimensione ed è bello poter bloccare quell'immagine e giocare, nascondere oggetti a farli apparire, inserirli in scene di film famosi». Come una magia. O meglio, «una facoltà da supereroi. Da piccolo, come molti, volevo diventare un supereroe e la tecnologia mi dà

questa possibilità» spiega.

Oltre ai miti di bambino ci sono quelli da studioso, come Escher: «Lo adoro, ammiro soprattutto la sua pratica del loop, il fatto che alcune sue opere iniziano e finiscono nello stesso modo dopo che le figure possono essere diventate qualsiasi cosa». Per inseguire la magia dei supereroi e dei pittori famosi Ceppi lascia «il posto fisso»: era istruttore ortopedico a tempo indeterminato. «raccontarlo a casa è stato come un outing. "Ti metti a fare i video?" chiese scandalizzato mio padre». I primi tempi sono quelli delle collaborazioni ad altre agenzie di comunicazione, specie nei settori moda e food, anche per via dell'amicizia con Egidio Cerrone, l'influencer di «Puok e med». Poi arriva la pandemia: «Quello della ristorazione fu il settore più colpito, rimasi senza lavoro. Non mi arresi, il tempo libero mi dava la possibilità di sperimentare ancora». Si mette in proprio e crea un contenuto al giorno, così, per promuoversi. Nel giro di settimane i suoi video iniziano a ricevere migliaia di commenti: può iniziare un'avventura da content creator

in proprio. «Considerando che è passato solo un anno e mezzo e sono arrivate le richieste dei grandi marchi posso dire che quell'azzardo ha pagato. Ma ho avuto, nel frattempo, la possibilità di fare una grossa esperienza».

A novembre dell'anno scorso Ceppi manda uno showreel alla Campania Film Commission e vince un corso gratuito del costosissimo e sofisticato programma di «nuke compositing», come docente si ritrova Giuseppe Lombardi che lavora a «The Avengers». Alcuni suoi video vanno su «Striscia la notizia», tra cui uno con cui prende in giro un balletto in voga proprio su Tik Tok: «No, non è il mio nemico e ci sono momenti di genialità anche su questo social. Ma dando a tutti la possibilità di girare contenuti col telefonino è normale che abbassi la qualità. Un algoritmo organizza tutto, spinge gli utenti a pensare di potercela fare per alzare i clic». Invece anche la bellezza paga: «Desidero che i miei prodotti siano così perfetti che non si capisca dov'è il trucco. Perciò spesso la gente li guarda più volte».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«È BELLO NASCONDERE
OGGETTI E INSERIRLI
IN SCENE DI FILM FAMOSI
DA PICCOLO VOLEVO
ESSERE UN SUPEREROE
LA TECNOLOGIA MI AIUTA»

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

150014

Alla Sala Ichòs

Loguercio live

Alle 21 Canio Loguercio in concerto con la sua nuova band alla Sala Ichòs (via Principe di Sannicandro 32a, San Giovanni a Teduccio); in scaletta i brani del suo nuovo album, «Ci stiamo preparando al meglio», ma anche materiali di precedente composizione.

Alla Ztl

Zurzolo riapre

Marco Zurzolo riprende a suonare alla sua Ztl (via Piazzesi 59) con «I napoletani non sono romantici»: tra jazz e Napoli Carlo Fimiani chitarra, Marco de Tilla contrabbasso, Vittorio Riva batteria, Alessandro Tedesco trombone, Gabriella Grossi sax baritono. Ingresso: 15 euro.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Spezialità Speciali

Ceppe
«Operazione videomagic»

Nefrocentro Diabetologia
VISITA NEFROLOGICA GRATUITA
PER TUTTO IL MESE DI NOVEMBRE

AIG Viro	AIG Infanzia	AIG Nefro	AIG Stomat
AIG Oftalm	Cardio Medico	Logica Materna	

Per informazioni e prenotazioni contatta il centro più vicino a te

150014