

MILANO MODA DONNA

La fiducia oltre la crisi

Intervista ad Elio Fiorucci che si dice ottimista sulla ripresa del «Made in Italy»

Antonella Rainoldi

Quando l'abbiamo incontrato, poco più di una settimana fa alla sfilata di Giorgio Armani, ci siamo detti che era lui, lo stilista da intervistare. Troppo impegnati a far parlare i vestiti, gli altri; e a nascondersi dietro giri di parole e garbati eufemismi quando uno appena accennava al momentaccio, agli indebitamenti dei gruppi e a qualche altra grana che è difficile ammettere. E poi, più giusto di così: Elio Fiorucci ha alle spalle quarant'anni di moda; ha saputo intercettare i cambiamenti del costume, e rivoluzionare lo stile dei giovani guadagnandosi la stima di figure eccellenti come Gillo Dorfles («È uno degli stilisti più intelligenti») ed Enzo Biagi («È uno straordinario cronista

che con le sue creazioni ha saputo raccontare la storia di tutti i giorni arrivando sempre in tempo all'appuntamento con la gente»). Soprattutto, Fiorucci possiede quel distacco dalle cose che gli consente di esprimersi su tutto senza patemi d'animo. Certo, restava il problema di come convincerlo a dedicarci un po' del suo tempo; ma è stato più facile del previsto: fuori quella parola per molti addirittura impronunciabile e il giorno dopo ci siamo ritrovati a parlare di crisi (ecco cosa) nel suo ufficio di Viale Vittorio Veneto, immersi in quel mondo di colore e leggerezza che ha conquistato artisti del calibro di Jean Michel Basquiat, Keith Haring ed Andy Warhol.

Signor Fiorucci, lei è uno dei pochi che non ha perso il sorriso, in questa tornata di sfilate. Il resto del mondo della moda, invece, sembra molto preoccupato per via della situazione finanziaria: chi è indebitato è nei guai (Ittierre in amministrazione controllata) e gli altri cercano in qualche modo di far tornare i conti. Si può essere ottimisti in un momento così delicato?

– Credo di sì. Io sono un grande ottimista anche perché, data l'età, posso dire di aver visto crescere l'Italia in momenti difficili. Chi, come me, ha visto la guerra sa che abbiamo superato crisi economico-sociali terribili e che questa piccola marea attuale non è da considerarsi una malattia grave, caso mai un'influenza.

Però resta il fatto che ci sono aziende in serie difficoltà.

– D'accordo; tuttavia noi italiani godiamo di un privilegio unico: siamo considerati la patria del buon gusto, della creatività, della qualità e dell'innovazione. Sarà tutto questo a salvare aziende e fatturati. Perciò non conviene farsi prendere dal panico; occorre unicamente un grande senso del realismo. Questa crisi ci riporterà indietro di quattro-cinque anni, forse; ma a quei tempi non stavamo poi così male.

L'ottimismo della volontà che cerca di imporsi sul pessimismo della ragione, sembra di capire.

– Il pessimismo spaventa la gente e crea mancanza di intraprendenza. Le persone spaventate, in altre parole, hanno il potere di una gelata su questa nostra mentalità d'impresa che non va bene. Parliamoci chiaro: se oggi ci sono anche grandi stilisti inglesi che vengono a produrre in Italia è proprio perché abbiamo un patrimonio di artigianalità, di know how che è unico. Quindi dico che la bilancia del potenziale italiano rispetto ad altri Paesi è ancora in attivo; quindi, fiducia.

La moda, per lei?

– È una questione estetica che coinvolge tutto il nostro modo di essere. Noi siamo talmente influenzati dal bello e dal brutto che poi scopriamo che il nostro animo vibra per una cosa bella. Il bello potrà

cambiare il mondo, dicevano i filosofi, e io sono d'accordo. Poi abbiamo la fortuna di vivere in una società dove esiste una cultura democratica e popolare, senza imposizioni.

Per cui, ognuno veste come meglio crede?

– Assolutamente sì. E se ci si sente bene nel proprio abito già si è raggiunto un buon livello di creatività. Credo, anzi, che sia questa la formula della vera eleganza.

A chi afferma che la moda è una sciocchezza, qualcosa di poco serio, lei che cosa risponde?

– È cattiveria non riconoscere che la vita ha questa quota di gioia che deriva da piccole cose. Mi è capitato di cogliere il piacere negli occhi di chi si prova una giacca davanti allo specchio e mi sono detto: è la spia che queste persone hanno la capacità di percepire anche molto, molto di più e pure al di fuori di sé.



FOTO SL

NELLE FOTO: qui sopra, Elio Fiorucci; a destra, un modello di Gaetano Navarra sulle passerelle milanesi; al centro, calze e calzoncini per la collezione Emporio Armani.



FOTO SL



FOTO SL

Umori & tendenze

Sì, è valsa la pena: di sfidare il traffico furioso di Milano; di seguire sino alla fine la kermesse che si è conclusa lo scorso martedì. Il fatto di esserci ci ha consentito non solo di capire la moda che verrà, ma pure di cogliere certi umori (sopra, nell'intervista a Fiorucci), le sfaccettature di un universo che si rivela nella sua complessità solo se osservato da dentro. E dentro, nonostante la crisi e qualche economia (su scenografie, effetti speciali, luci e perfino buffet dei giornalisti accreditati) c'era un fervore creativo che sembrava rinascere. Con stilisti che hanno ridisegnato una signora ancor più femminile, ricercata, colorata, luccicante e svettante da tacchi altissimi a confermare l'Armani-pensiero («Non possiamo mica vestire le donne come delle "povere criste" solo perché c'è la crisi») e ad anticipare i contenuti delle sfilate parigine. Per dire, sulle passerelle meneghine abbiamo visto in grande

quantità abiti, semplici o rigonfiati da ornamenti e orpelli (da Frankie Morello, e D&G di un volume!), lunghi o cortissimi (da Scervino, poi!; e perfino da Armani); camicie e pantaloni lisci o con le pinces (Alviero Martini e Ferrè i più eleganti), a vita alta o a vita bassa (anche su shorts per Blumarine). E ancora: calze spesse e calzoncini (da Emporio Armani a iosa); accessori di ogni genere (cappelli, sciarpe, guanti, occhiali, collanine: ovunque); sopra giacchine, cappe, mantelli (ultra-chic da Bottega Veneta, e Versace). Ma importa il concetto, alla fine: se dalla testa alle caviglie tutto è consentito, ai piedi no: mai più senza tacchi vertiginosi (dai 12 in su) il prossimo inverno. Poi, l'altra novità è che alcuni stilisti fra i più famosi ed eccentrici (Cavalli, Moschino) hanno rimescolato le carte dello stile, ripulendo le collezioni dai vezzi d'artista. Forse se ne sentiva il bisogno: serve portabilità alla gente, ecco cosa.

FIORI CONTRO LA FAME NEL MONDO



Sabato 14 marzo Sacrificio Quaresimale e Pane per tutti promuovono a livello nazionale l'annuale Giornata delle rose. 150'000 fiori certificati Max Havelaar e offerti da Migros saranno venduti al prezzo simbolico di 5 franchi, tutto il ricavato sarà destinato a progetti di lotta contro la fame in Paesi in via di sviluppo. Ulteriori informazioni sul sito www.campagnaecumenica.ch.

MODE E MODI

Luciana Caglio

Il mondo d'oggi a scuola: ma come?

Giorgio Gaber diventa materia di studio facoltativa nelle scuole secondarie (si veda anche l'articolo di Paolo Di Stefano a pag. 15, ndr): fra le tante, e controverse, iniziative, del ministro italiano dell'istruzione, Maria Stella Gelmini, questa sembra mettere d'accordo tutti superando, per una volta, le abituali divergenze fra destra e sinistra. Infatti, con la proposta di portare in classe una selezione di dodici brani fra i più significativi del cantautore milanese, scomparso nel 2003, un'istituzione pubblica, cui spetta per definizione il compito di trasmettere il sapere ai giovani, cerca di aprirsi al nuovo: insomma, di venire incontro ai gusti, alle passioni, ai punti di riferimento delle ultime generazioni. Non si tratta, quindi, soltanto del Signor G., considerato un esempio di anticonformismo positivo, in grado di far riflettere, attraverso le sue canzoni, sulla condizione sociale

del cittadino di oggi. Ma, e il discorso si allarga, si tratta, di sdoganare, sul piano dell'accettazione ufficiale, i prodotti di una cultura, sin qui, ritenuta di seconda categoria, magari pericolosa, veicolata, come si sa, dai mezzi d'informazione e d'intrattenimento di massa. Dai quali, e non a torto, la scuola ha voluto prendere le distanze contrapponendo alle mode futili, suscitate da canzonette, film e serial televisivi, i valori stabili della cultura vera. Perpetuando, così, la tradizionale separazione fra erudizione cattedratica, che viene dall'alto, e conoscenza vissuta, che viene dal basso. Intanto, però, ed è una realtà con cui ci si trova alle prese in ogni ambito, nelle scuole come nelle famiglie e nella società, proprio questa seconda cultura, o cultura popolare che sia, ha assunto la forza e le dimensioni di un fenomeno dirompente, senza precedenti paragonabili. Grazie a tecnologie, dalle capacità sbalorditive, si è sviluppato, e continua a crescere, un universo che, dai telefonini a Internet a Facebook, ha conquistato i giovani, che ne sono diventati i protagonisti. Ed è un mondo che, già com'era avvenuto il secolo scorso per il cinema o per il jazz, si era espresso con un linguaggio proprio, per lungo tempo ignorato dalla cul-

tura ufficiale, per non parlare della scuola. Che, adesso, come dimostra il caso Gaber, avverte la necessità di appropriarsi di forme creative espresse da epoche recenti, e quindi più vicine alla sensibilità degli allievi. Gaber sarebbe soltanto un inizio. Sulla sua scia, come si è letto nei giornali italiani, potrebbero arrivare in aula Franco Battiato, Fabrizio De André, Paolo Conte, anche Totò e altri ancora: personaggi, tutti, che hanno saputo, con la musica, la voce, il volto raccontare il nostro tempo.

«I giovani parlano d'altro»

Non è da poco l'impegno che, una volta di più, si accolla alla scuola, chiamata ormai a dispensare insegnamenti d'ogni sorta, compresi quelli che, magari, spetterebbero più ai genitori che ai maestri. Ma, proprio qui, ci si trova di fronte a una scelta di fondo qual è un reale aggiornamento dei suoi stessi contenuti. A proposito di modernità, si obietterà che, da noi, gli istituti, soprattutto di grado medio e superiore, si sono debitamente attrezzati di computer e impianti video. Insomma, si è tenuto il passo con la tecnologia. Ma adesso si chiede ben

altro: tenere il passo con l'evoluzione delle espressioni creative, di una cultura che, volere o no, non fa capo alle sole pagine stampate. Si affida anche a suoni, a segni, a immagini in movimento che chiedono, a loro volta, capacità di giudizio. Occorre, pure qui, stabilire una scala di valori. Un'esigenza d'ordine culturale che, in un'aula scolastica, diventa educativa. Qualcosa che alcuni nostri insegnanti avevano già percepito, anni fa. In proposito, devo ricordare un episodio vissuto da Giovanni Cansani, ex-municipale di Lugano e già docente alle Maggiori di Molino Nuovo. Negli anni '70/80, quando sul video passavano le puntate della serie «Happy Days», i suoi allievi ne ripetevano i gesti e il linguaggio. Il fatto lo incuriosì e, come mi raccontò, cercò di farne oggetto di riflessione in classe: per capire le motivazioni che stavano dietro a un fenomeno giovanile contemporaneo.

Con ciò non si risolve, certo, il problema dello scarto generazionale che appartiene all'ordine delle cose. Lo disse molto bene in *Diálogos a distanza*, Valentino Bompiani, non solo editore ma anche scrittore raffinato: «Non è l'età che sgomenta, ma che i giovani parlano d'altro».