

INTERVISTA A OLIVIERO TOSCANI:

Cominciamo dall'inizio. Perché è nato *Colors*? È nato agli inizi degli anni Novanta perché si sentiva che mancava qualcosa o più per scuotere un immaginario collettivo dormiente?

Oliviero: Questo non lo so! Non faccio azione sociale! *Colors* nasce fisicamente negli anni Novanta, ma per me era nato almeno venti anni prima. Ho sempre voluto fare un mio giornale; anzi, il mio sogno è quello di fare un quotidiano e spero che un giorno mi capiterà l'occasione. Vidi che con Benetton ci sarebbe stata l'occasione... perché il budget c'era e non veniva utilizzato tutto, perché i giornali rifiutavano di pubblicare le mie foto, quindi pensai che con quei soldi risparmiati si sarebbe potuto fare qualcosa, e questo qualcosa sono stati *Fabrica* e *Colors*.

E quando dissi a Luciano (Benetton, *Ndr*) che avrei voluto fare qualcosa, all'inizio non gli dissi un giornale, ma un *house organ* che avrebbe parlato dei dipendenti, del dopo lavoro, della Formula 1, delle squadre sportive, dell'azienda! Lui capì subito che facevo il furbo, mi disse: "... Sì, sì, va bene", faceva gioco anche a lui, serviva a giustificare gli investimenti. Anche *Fabrica* nasce così. Nascono proprio contemporaneamente perché la mia idea era di fare a *Fabrica* un giornale, mettere insieme questa grande occasione visto che c'era del denaro già messo a budget per la comunicazione. E devo dire che Luciano capì subito che poteva essere una buona azione di comunicazione, un valore per il marchio.

Fabrica nasceva come *taglia e cuci*: Francesca Mattei, la mia collaboratrice stilista, la presentò così. La Benetton e i maglioni... Facciamo a *Fabrica* la ricerca delle stoffe e dello stile... Sapevo bene che non sarebbe stato così, sapevo che cosa avrei voluto *Fabrica* e cosa *Fabrica* avrebbe dovuto fare. E sapevo anche bene come il giornale *Colors* avrebbe dovuto essere ...

Avevo le idee chiare. Volevo un giornale senza *star*, senza personaggi e senza news. Già questa è una follia, perché tutti i giornali sono fatti di personalità, news, notizie e attualità. Volevo attualità ma un'attualità che non sappiamo risolvere, senza tempo. Volevo il giornale tutti i mesi diverso, sorprendente ed emozionante, nella forma e nella sostanza, anche se questa è una follia, contraria al marketing dell'editoria. All'inizio, la prima idea era un giornale che "facesse l'autostop" su altri giornali.

Disse a Luciano: "Facciamo un giornale questo mese per il *National Geographic*, il mese prossimo per *La Repubblica* e quello dopo per *Le Monde*". Avevamo un certo potere di acquisto, potevamo dar loro un giornale da distribuire, in questo senso un giornale autostoppista. Avevo anche pensato che si sarebbe potuto chiamare *Cucù*, perché il cucù depone le uova in altri nidi e poi se le fa covare da altri uccelli. Sono andato avanti un po' con questa idea, era una cosa a cui tenevo. Lo volevo fare anche di formati diversi. Una volta come il *New York Times*, una volta grande come *National Geographic*. Un giornale completamente diverso da tutti gli altri, fatto di intersezioni tra immagini e scrittura. Era questa l'idea per andare a venderlo a un editore.

Bisognava che non avesse una sede vera, doveva essere apolide. La città giusta per iniziare era New York, dove ci sono più possibilità. Eravamo super privilegiati in tutto, non eravamo degli sconosciuti. Andai a New York e in 15 giorni circa feci tutta una serie di interviste a persone che mi sarebbero servite per fare questo giornale. Ho incontrato amici e conoscenti di quando abitavo a New York e Carlo (Tunioli, *Nrd*) mi ha dato una mano... eravamo informati, conoscevamo tanta gente interessante, sapevamo chi faceva cosa. Con Lou Reed non sarebbe stato male collaborare, ma andavo per eliminazione.. Alla fine la scelta cadde su Tibor Kalman. Non ero particolarmente amante della sua grafica e il suo design un po' nostalgico, revival anni Quaranta-Cinquanta. Però quello che mi piaceva di Kalman era la sua intelligenza. Lui non sapeva né scrivere, né disegnare, ma comunque io volevo qualcuno con una testa speciale per fare il redattore capo.

Era intelligente, veloce e con una sensibilità eccentrica, la mia aspirazione e visione di *Colors* era dimettere insieme una redazione eccentricamente intelligente, un po' dissociata dal mondo idiota del marketing.

A NY abbiamo iniziato a fare il giornale. L'inizio è stato molto difficile, perché Tibor non capiva bene che cosa volessi. Lui arrivava da *Interview*, tutto snob, tutto hip e continuava a dire "It has to be hip", ma io insistevo dicendo che non

volevo un giornale alla moda. Volevo un tema a numero. Il tema era come un'avenue nella quale confluiscono le varie Strade E ogni strada doveva portare notizie ed interesse al tema scelto per il numero.

Non volevo giornalisti con esperienza, volevo giovani alle prime armi, non volevo lo stile di ciò che già si conosceva. Per esempio le didascalie delle foto non dovevano essere descrittive di ciò che si vedeva ma se c'era una foto con uno che gioca a pallone, non devi scrivere: "Giovanni gioca a pallone". È ovvio. Scrivi piuttosto: "Giovanni vorrebbe fare l'architetto e invece gioca a pallone". Questo è stato un processo difficilissimo. Per i primi due mesi ho sofferto. Gli rompevo le palle, ero esigente, mi odiavano. Ero a New York però dicevo "Ora vado via. Li lascio un po' decantare",... Non m'interessava fare interviste. Loro arrivavano con le idee per le interviste e dicevano: "Potremmo intervistare Andy Warhol", ma a me non interessava intervistare Andy Warhol. Le interviste le fa *People*. Noi dobbiamo intervistare chi nessuno conosce. E deve diventare interessante per quello, dobbiamo trovare le cose che non fanno notizia, dobbiamo farne noi una notizia. Tutti gli sport strani, eccentrici... Abbiamo tirato fuori tutta una serie di cose politicamente scorrette, tutto sbagliato a livello giornalistico tradizionale. Andavamo a cercare le fotografie che nessuno pubblicava. Andavamo a cercare notizie che non erano tali, ma che lo diventano se pubblicate su *Colors*. Tipo la gara di lancio dei cessi in Scozia... Ricordo che la presi proprio come esempio. Sono arrivato con questa foto e tutti a dirmi "You are crazy", una gara di lancio dei cessi...?! Ma da lì partiva tutta una serie di ricerche alternative. Nessuno voleva migliorare il mondo, non ho mai voluto fare questo, anzi. Non ho voluto dimostrare niente, volevo solo fare il mio giornale... egoisticamente. Vedere se quello che avevo pensato per anni sarebbe stato possibile realizzare.

Come era costruita la redazione? Quanto tempo ci ha messo? Quante persone ruotavano internamente e collaboratori nei vari posti da cui poi arrivavano le notizie.

Oliviero: All'inizio eravamo in tre. Era appena iniziata l'era di internet, cosa che ci ha aiutato tantissimo per le ricerche. Forse è stato il primo giornale fatto con la Rete, ma non ce ne siamo nemmeno accorti.

So che mi davano fastidio tutti i giornali che leggevo, tutti uguali, tutti uniformati, tutti che copiano. E poi c'è la parte mia personale, la ricerca della mia libertà. Per me essere libero vuol dire impegnarmi e incatenarmi a un progetto. *Colors* era un ottimo progetto per incatenarmi e liberarmi dai complessi... come l'aver il dubbio di non essere abbastanza intelligente, di non avere abbastanza talento, di non aver la capacità di fare le cose, di essere pigro. Sono queste le cose che non ci rendono liberi. Io cerco sempre dei progetti in cui mi libero dai complessi di "non essere capace di fare". E per questo devo fare. Non mi sento libero quando sono sdraiato al mare a prendere il sole, anzi. Quando non faccio nulla non sono libero. Per me lavorare è una liberazione. *Colors* nasce dalla combinazione di tutte queste cose, anche molto umane e personali.

Lei all'inizio ha detto che molti giornali non pubblicavano le sue immagini. Perché?

Oliviero: Perché il preservativo non andava bene, perché il bambino che nasceva non andava bene, perché il prete che bacia la suora non andava bene, perché le croci di guerra non andavano bene...

Questo soprattutto a livello internazionale, non nazionale...

Oliviero: Avevo un grande privilegio in Benetton di interfacciarmi direttamente con Luciano, potevo procedere nei progetti anche prima di dover avere il suo consenso.. Ho sempre cercato di lavorare così. Lì ho trovato lo spazio giusto per sperimentare senza sapere se le cose avrebbero avuto successo. Per far questo ci vuole l'imprenditore illuminato. L'artista è libero solamente quando dimostra al suo committente che lo può rendere ricco. Questo non vuol dire solo ricco economicamente. Io credo che in Benetton si siano arricchiti anche culturalmente, eticamente e umanamente, io stesso mi sono arricchito. È stata un'azione di arricchimento collettivo. Ci sono quelli che fanno solo conti, che credono solamente nel profitto, per cui ci sono solo i soldi. Ma ci sono quelli che hanno capito che ci si può arricchire in altre cose: potere, prestigio, cultura e modernità. La Benetton non poteva venire apprezzata se avesse utilizzato dei personaggi testimonial, o le top models, come fanno quasi tutte le altre marche di moda, E'

stato apprezzato perché ha avuto il coraggio di gestire la comunicazione in un modo completamente diverso da tutti gli altri. *Colors* rientrava in questo genere di visione. Non facevamo un giornale commerciale. *Colors* intrigava, faceva anche paura, però tutti lo avevano sul tavolo. Tutte le avanguardie guardavano e leggevano *Colors*. Sono andato da un editore a vendere il numero sulla morte, mi hanno dato del matto! Un giornale che parla di morte?! Ma voi siete tutti immortali gli chiesi, sapete che questa è l'unica cosa sicura della nostra esistenza? Questo era il rapporto che avevo quando venivo in contatto con il vero mondo editoriale.

Come nasceva un numero di *Colors*, chi dava l'input? Chi sceglieva il tema?

Oliviero: Io scrivevo molti degli editoriali che avete letto. Non c'era programmazione. Mio figlio Rocco mi ha ricordato di recente una storia che successe durante i primi numeri di *Colors*. Eravamo a Parigi per fare le fotografie per il primo numero di *Colors* sull'Aids. Dico a Tibor: "Andiamo a casa mia in Toscana in macchina, che così, viaggiando e guardando il paesaggio da Parigi alla Toscana, abbiamo tempo di discutere e parlare del giornale, ci può far del bene alla mente.". Partiamo con un Mercedes enorme, mio figlio era seduto dietro e di ricorda che per tutto il viaggio Tibor ed io litigavamo costantemente, sulle idee e su come fare il giornale, logicamente con un americano bisogna parlare in inglese, per loro è impossibile concepire che esistono altre lingue, dicevo a Tibor quando faceva finta di non capire: *Idiota, impara l'italiano che ti pago con soldi italiani...*"). Poi cantavamo tutti insieme Bob Dylan, poi litigavamo ancora, poi ci fermavamo a mangiare l'Aligot e a bere Pinot Nero, e via così. Dagli editori che fanno giornali normalmente ci sono dei manager che fanno ricerche di mercato, in giacca e cravatta. Noi tutto il contrario.

Il più bel numero di *Colors*?

Oliviero: Quello sulla guerra, perché è il più articolato, il più profondo. Finalmente ho potuto spiegare che la guerra è comunicazione, nient'altro che comunicazione. C'era la guerra del Golfo e io dicevo: "Ma guardate questi, vorrebbero comunicare ma sono analfabeti. Allora si tirano le bombe". D'altro canto tutte le guerre sono state fatte così.

In quel periodo arrivò Alex Marashan, il mio migliore collaboratore a *Colors*, californiano, appena uscito da Harvard, con il quale collaboro ancora. Eravamo a Roma perché ogni due/tre anni io volevo si cambiasse la location della redazione. Non programmavo mai nulla. Era così a *Colors*; io del resto faccio tutto così, sono un situazionista. Eravamo a Roma e cercavamo collaboratori, feci un'inserzione in un giornale per studenti stranieri e ho trovai Alex Marashan. Un ragazzo che aveva fatto l'application per tutte le 10 migliori università americane ed era stato accettato in tutte e 10. Aveva studiato Sociologia e Storia dell'Arte a Harvard... Aveva 24 anni. "Questo è il nostro uomo", dissi a Tibor.

Che cosa aveva di più degli altri?

Oliviero: L'ho guardato in faccia! intelligente! Lavoriamo ancora adesso insieme. Poi Tibor si ammalò e non volle venire a Parigi. Tornò in America. E così subentrò Alex, diventando redattore capo. Arrivò proprio per il numero sulla guerra, a cui tenevo particolarmente. E' stato molto interessante analizzare il sistema della comunicazione attraverso la guerra ... è la comunicazione attraverso la sua espressione più violenta. Tra l'altro la guerra è sempre di moda, non cambia mai niente. Un numero fantastico, di grande valore. In quel numero c'era già l'Isis. Se non segui la moda sei sempre di moda, se non segui l'attualità sei sempre d'attualità.

Quanto tempo occorreva per creare un numero?

Oliviero: Poco e tanto. Per me era importante che si capisse il concetto che sottostava al tema. La traduzione del concetto, le molte possibilità. C'erano varie discussioni...

La cifra che ha sempre contraddistinto *Colors* e dire quello che nessuno vuole dire o sentire: il tabù. Ti schiaffo in faccia quello che non vuoi vedere, e non vuoi dire, perché fa paura. Come la modella di Nolita che, se anche non c'entra con *Colors*, fa vedere il suo modo (di Oliviero Toscani) di vedere la vita. Secondo lei è ancora attuale? Lei si pone mai questo problema?

Oliviero: A me non interessa essere attuale. Come dicevo pocanzi, sono *un situazionista*. Vedo delle cose e voglio documentarle. Non esiste una fotografia scioccante. O un'immagine o uno scritto scioccante. La fotografia è il documento dei fatti che ci circondano. Io non sono qui a fare del bene. Io sono qui a testimoniare quello che vedo. C'è chi, oltre che guardare, vede, c'è chi non sa e vuol vedere, e chi lo vedrà dopo. L'artista è colui che riesce a esprimere ciò che vede e sente. Quelli che cercano idee non vedono e quindi non hanno idee. Quando la creatività è a zero, allora cerchi l'idea. La creatività è una conseguenza: qualcun potrà dire: "Ah, guarda, quello lì è creativo", chi si autocelebra come creativo è un cretino, sicuramente non può essere un creativo. Gli unici creativi sono le donne che possono procreare, fare i bambini, noi uomini non creiamo nulla. La donna è una creatrice, noi uomini abbiamo questo complesso di doverlo essere, condannati a fare gli artisti. È un istinto. È energia.

Se dovesse fare un numero di *Colors* adesso che numero farebbe? Quale sarebbe il tema?

Oliviero: L'immortalità. L'immortalità servirà a chi viene dopo. Perché dopo che sarò morto non me ne importerà più. L'immortalità mi interessa ora che sono in vita.

Ci sono state delle riviste degli anni Ottanta o Novanta che l'hanno ispirata? Per quanto *Colors* fosse assolutamente pionieristico come esperimento...

Oliviero: *Time*, la fotografia di *Life* anni Cinquanta, *Twen*, *Nova*, *Playboy*, dove c'erano delle belle donne ma anche dei begli articoli, le interviste, mi ricordo quella a Fidel Castro. C'era questa combinazione di intellettualità e bellezza e sessualità ovvia. Fantastico.

E oggi che riviste legge?

Oliviero: Solo i quotidiani in varie lingue, inglese, francese, tedesco. Non leggo né riviste né libri. A me piacciono i quotidiani. Il quotidiano è una necessità per me. È come l'aria. Vorrei fare un quotidiano di news, ma non lo strutturerei come un quotidiano. Non farei la pagina esteri, la cronaca, la politica ecc... farei i servizi in contrapposizione con bellezza, guerra, design, cultura ecc ecc

Nell'esperienza di *Colors* l'impatto mediatico di pubblico, degli acquirenti, cresceva?

Oliviero: Avevamo un pubblico globale, eravamo cresciuti nel mondo. Pur avendo una distribuzione di 50 copie a negozio, c'erano i negozi che avevano fuori il gruppo di ragazzi che aspettavano *Colors*, ne avevano fatto una bandiera. Poi c'erano i negozi che invece lo ricevevano e lo mettevano in bagno impacchettato perché non volevano essere contaminati da temi assurdi e notizie fuori dalle regole, avevano paura di *Colors*. Li imbarazzava. Questo era *Colors*.

Se si guarda attorno, c'è un fotografo, un artista, che lei ritiene possa portare avanti un progetto pionieristico come è stato *Colors* all'inizio degli anni Novanta?

Oliviero: Certamente, solo che nessuno insegna a non aver paura di aver paura. Se si fa qualcosa senza paura non sarà mai qualcosa di buono e interessante. Tutti vogliono essere sicuri di quello che fanno. Qualsiasi azione davvero interessante non può essere sicura. Io facevo *Colors* con le dita incrociate.

Benetton le dava carta bianca con *Colors*?

Oliviero: Non sapeva nemmeno cosa facessi. Non lo sapevo nemmeno io. Era come scoprire l'America. Io non ho mai carta bianca. Ho bisogno di paletti e difficoltà da risolvere. Comunque avrei mai potuto fare tutto da solo, ho sfruttato il talento degli altri. Chi lavora con me si domanda come mai io chieda sempre di più. Chiedo quello che gli altri considerano impossibile, però poi, ci si rende conto che molto dell'impossibile è possibile, e questo crea molta soddisfazione a tutti.! Non ho mai fatto nulla per vendere, voglio fare solamente le cose che m'interessano.