



LA VISIONE OBliqua DI OLIVIERO TOSCANI

Maestro dell'immagine, della fotografia e della comunicazione, provocatore, soprattutto visionario. Nella nostra intervista ridefinisce il concetto di arte, design e creatività ed esorta a utilizzare la tecnologia come mezzo e non come fine "perché la vera forza è immaginare" di Bruno Quiriconi

Prendiamo la tecnologia: i giovani sanno tutto del passato, sanno tutto del presente, curiosi di Facebook, dei social network, di queste boiate; ma dietro internet non c'è futuro. Ti fermi al presente. Cos'è il futuro? Non c'è più tempo per immaginare: chi è nato adesso non immagina più, lavora per pagare le tasse; è come se avesse una pistola alla tempia. Si lavora per l'economia, non per far qualcosa con l'economia. Dobbiamo tirare fuori la nostra capacità d'immaginazione. L'amore è immaginazione. È così che si fanno le grandi cose, quelle che chiami creative. Sono il risultato di immaginazioni, nient'altro. L'immaginazione è davanti a un bivio: non bisogna prendere la strada già battuta, ma inventarne una nuova. So usare il computer come so usare lo spazzolino da denti. Mi interessa pulirmi i denti non sapere tutto sullo spazzolino. È un mezzo!». Inizia così, con un pamphlet sulla tecnologia, l'intervista a uno dei talenti più formidabili del nostro Paese. Oliviero Toscani, conosciuto dai più per le sue provocanti e innovative campagne pubblicitarie, è un dispensatore di concetti, un affabulatorie di grandi temi della nostra società: conosce l'attualità, è un osservatore dei comportamenti e ha una sua idea su molti degli input tipici del nostro presente.

Crozza ha fatto un intero monologo a Sanremo sulla bellezza e sulla creatività italiana; eppure sembra che oggi il creativo non stia tanto bene.

«Il creativo? Non so di chi parla. La creatività è la conseguenza di un lavoro fatto in un certo modo. Uno che dice "sono un creativo" è un cretino. "Vieni avanti creativo!" diceva Walter Chiari. Solo Lapo Elkann si definisce un creativo. Se mi arriva una mail con una presentazione incentrata sulla frase "sono un creativo" la cancello immediatamente. L'unico valore che posso portare è la mia unicità. Viviamo in una società dove tutto deve essere sicuro, è la regola di tutto. Dalla chirurgia estetica (basta guardare la faccia delle donne) a come ci veste, a come si parla, a come ci si comporta: questa è la ricerca di consenso: vogliamo solamente essere accettati. La qualità - in questo scenario - va in secondo piano. La richiesta ossessiva di questo consenso porta nel baratro della mediocrità. Tanta gente si propone da me dicendo di avere molte idee ma di non saperle concretizzare. E io rispondo che se non le sa concretizzare non è certamente un artista. L'artista è colui che non ha bisogno di idee, non pensa neppure di essere creativo. È quello che è e non ha paura di essere quello che è e di fare quello che sa fare, anche affrontando le più grosse critiche e i più grandi disagi».

Se le finanziarie hanno sostituito i grandi imprenditori puri, l'eccellenza degli artisti e di chi osa e ha coraggio è ormai confinata in qualche spazio borderline?

«È logico che vi è paura di osare. Colui che è quello che è - una scheggia impazzita, un virus - portando un elemento nuovo rischia di mettere in crisi un intero sistema. Abituati a un certo pensiero, magari ascoltiamo una persona dire che la terra è rotonda. Che casino, t'immagini? Quindi bisogna non aver paura di essere se stessi, questa è la cosa che nessuno ci insegna. Ognuno di noi è un "pezzo" unico, non c'è mai stato nessuno come te e non ci sarà mai nessuno come te. Il tuo apporto alla società è la tua unicità, va curata: la tua forza è questa. Il vero creativo non è altro che un situazionista. Qualsiasi forma di arte è situazio-

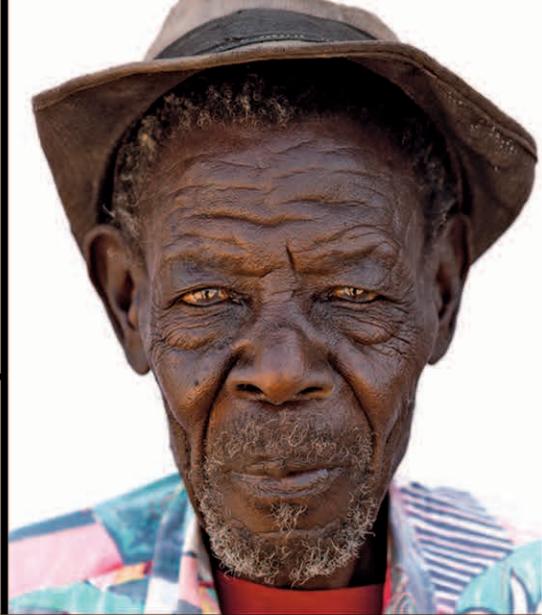
nismo, ad esempio la Guernica di Picasso; c'è stato il bombardamento di Guernica al grido di Munch: ognuno di noi è quel grido. Quindi è un'analisi della condizione umana. Prendi l'iPhone, Steve Jobs era un situazionista: ragionava sui problemi, era anche un verme in quanto a comportamento con gli altri, ma lui doveva assolutamente andare fino in fondo nella sua condizione umana».

Lei pensa che in questo momento il design sia diventato il totem della nostra società? Ha citato l'iPhone che è uno degli esempi più eclatanti... Tutti devono averlo, c'è omologazione... quasi esasperazione di design, possesso di design.

«Tutti abbiamo pezzi d'arte ormai. Come per la bicicletta ci sono cose di cui non possiamo fare a meno, come un orologio. Abbiamo il telefonino, poi verrà qualcos'altro. In realtà se hai il telefonino puoi fare a meno dell'orologio. Ci sono delle evoluzioni. Il design c'è sempre stato dalla Croce di Cristo. Tutto è design. Anche l'osso preso in mano dall'uomo primitivo è un pezzo di design. Quando gli uomini paleolitici picchiavano sulla pietra per fare la pascia era design. Tutta l'azione umana è design».

Il Salone del mobile di Milano supera - per presenze di pubblico - la settimana della moda. Per lei è un elemento positivo?

«A Milano c'è stata un'eccellenza architettonica negli Anni '50 con Gio Ponti e altri inconsciamente hanno lasciato una traccia importantissima nel mondo del design. Abbiamo avuto imprenditori intelligenti che hanno prodotto sedie, lampade: i Gismondi e Busnelli... Hanno iniziato a produrre oggetti a Milano perché l'industria si trovava in questa città. C'è una cosa molto importante: il potere industriale, religioso, economico, politico ha bisogno dell'arte. Diciamo comunicazione. Perché il design è un atto di comunicazione, una sua espressione. È l'espressione più alta della comunicazione diventa l'arte. Il potere ha bisogno della comunicazione per potersi imporre:



In questa pagina: alcuni scatti che rientrano nel progetto socio-politico, culturale e antropologico Razza Umana. Oliviero Toscani e il suo team visitano le città, i paesi, le piazze e a ogni tappa allestiscono veri e propri studi fotografici. Un progetto per scoprire le diverse morfologie, per rappresentare le espressioni, le caratteristiche fisiche, somatiche e culturali dell'umanità.



Sopra: Oliviero Toscani nella sua vigna fotografato da Stefano Beggioato

basta guardare tutti i dipinti del Rinascimento, non c'erano tv, giornali, libri... Entravi in una chiesa e impazzivi. Vedevi questi affreschi incredibili. Io che non sono un credente resto affascinato da un dipinto di Mantegna. E la comunicazione - a sua volta - ha necessità del potere per potersi esprimere. Ed è per questo che mi sono trovato nella pubblicità: io sono uno che fa immagini. Soprattutto creo immagini. Non sono un documentarista che viaggia dove c'è la guerra: lì l'immagine c'è già. Quello è un reporter, trova già uno stilismo comunicativo: i carrarmati, il sangue sul muro, i cadaveri. Poi ci sono quelli che creano le immagini: gli immaginatori, chiamiamoli così. E io appartengo a questi. Io non faccio concorrenza a Cartier-Bresson. Preferisco Fellini a Cartier-Bresson. Uno che immagina le cose. Chi

immagina ha bisogno del potere per avere i mezzi su cui pubblicare e pubblicizzare ciò che fa. Pubblicizzare nel senso di rendere pubblico. Tutti possono accedere. Questo è ciò che interessa a me».

Il mezzo per autonomasia oggi è ancora la tv?

«Io non ho ancora visto niente di veramente incredibile in televisione, solo l'11 settembre. È stata un'installazione incredibile. Come può un artista fare un'installazione dopo aver visto l'11 settembre? L'arte non ha morale: l'arte è la crocifissione, l'arte è la Pietà di Michelangelo, una condizione umana tremenda».

Il concetto di pop: per lei è un successo rendere visibile la sua opera al maggior numero di persone possibili o non le interessa più di tanto?

«Io comunico non per ottenere il con-

senso degli altri, il mio successo è che gli altri vedano come vedo io. Vado al cinema per vedere la visione di qualcun altro. Che sia scrittore, musicista, regista... M'interessa vedere l'immaginazione del mio collega "essere umano". Del resto questa è la cultura. Non m'interessa essere di nicchia. Preferirei una cosa di massa. Se fossi un designer di moda avrei voluto disegnare i blue jeans, non il vestito di alta moda per le signore nobili».

Provocazione: se Rai Uno la chiamasse per fare un programma in prima serata in cui esprimere le immagini che sente dentro accetterebbe? Dovrebbe avere carta bianca?

«Carta bianca non si ha mai. E Rai Uno è tutt'altro che carta bianca... è complicatissima. Devo spiegare un concetto importantissimo: quello della libertà. Io lavoro per essere libero. Io mi sento libero solamente quando mi incatenano a un progetto, al mio lavoro. Incatenandomi al mio lavoro mi libero di tutti i complessi che ogni essere umano ha. Di essere pigro, di non essere abbastanza intelligente, di non avere abbastanza talento, di non essere capace di concludere. Mi libero dei miei complessi. Questa è la libertà, per me. Non è andare in vacanza, mettersi al sole: la tua dipendenza dalla tua poca libertà aumenterà ancora di più se stai a non far niente. Molti artisti hanno avuto problemi talmente enormi da impazzire. E la ricerca - nella loro pazzia - ha prodotto la creatività. Pensa a Nietzsche. Adesso le persone non sono più libere, l'artista non è più libero anzi è tutto il contrario. Fa un lavoro inverso. Diventa sempre meno libero perché deve avere consenso, successo, soldi».

Il regista Wim Wenders ha preferito al guadagno facile tenersi a tutti i costi la proprietà delle sue opere; ci sono ancora artisti controcorrente.

«Ci sono senz'altro. Fellini non ha lavorato per dieci anni. Nessuno gli dava la possibilità di fare un film, pensa al talento buttato via. Fellini era così: non voleva copione, non voleva sceneggiatore, improvvisava. Persino lui

non sapeva il "dopo", è questo è il massimo della creatività. Non puoi essere sicuro ed essere creativo. Questo è un altro punto importante».

Cosa ne pensa della crescente domanda da parte del pubblico per visitare musei, mostre d'arte? Palazzo Reale a Milano è sempre sold-out, ha delle code incredibili.

«Tutti aspiriamo ad andare a vedere l'anima e la creatività degli altri, l'arte degli altri. È uno spazio al quale il nostro animo aspira. Questa perfezione, questa visione che tu non hai. È l'artista te la fa vedere. Ti fa vedere lo spazio al quale tu non hai la capacità di accedere. Musei, esposizioni, film: tutto questo è importante. Io ho imparato molto di più dal cinema che dalla scuola. Ho imparato più dalle canzonette che dal mio insegnante di italiano. Più da Bob Dylan che da Giosuè Carducci. Conosco più Bob Dylan che Leopardi. Mi ha senz'altro forgiato di più Dylan. Non esiste arte maggiore e arte minore. Esiste ciò che è arte per te. Tutti noi abbiamo uno spazio che inizia dal nostro limite e va alla perfezione. L'arte ci porta in quello spazio».

Sotto: Oliviero Toscani in uno scatto di Gérard Rancinan

