Incontro con Emilio Cavallini

E’ ancora ricco di talenti originali il nostro Paese? Cosa si intende oggi per creatività nella moda e nel design? Insomma cos’è “cool”?

Lo abbiamo chiesto a Carlo Massarini, noto giornalista e conduttore radio/televisivo, espertissimo di media, dotato di una grande apertura mentale e costantemente affacciato sulla scena internazionale. Nel suo carnet professionale spicca un programma di culto come “Mister Fantasy”, dedicato a videoclip e video arte; e da ultimo è arrivato “Cool Tour”, rotocalco di moda, design, architettura, musica, spettacolo, web, cucina, eventi, media, trasmesso su Rai5 dalla Fabbrica del Vapore di Milano, luogo iconico scelto come base di partenza per ogni viaggio a corto o lungo raggio, a caccia di “visioni” ovvero di conoscenze.

Con l’auspicio di assistere presto alla ripresa di “Cool Tour” dopo la pausa estiva (con la novità della metamorfosi della trasmissione da orizzontale a verticale, ossia focalizzata su un tema per puntata), abbiamo cercato di capire insieme a Massarini in quali direzioni spazio-temporali dovrebbe muoversi il nostro Paese per restare leader nei settori ad alto tasso estetico-creativo.

Non si parla molto di moda e design nella TV italiana e, quando lo si fa, si affrontano i temi in modo piuttosto superficiale per non dire banale. Perché, secondo Lei?

La nostra televisione è fatta così, un grande “generalizzatore” che tende ad offrire un prodotto accessibile a tutti e, quindi, finisce per considerare la moda solo come un fenomeno da passerella (cosa che talvolta effettivamente è), un articolo da entertainment al pari di tanti altri. Non mancano gli spazi televisivi dedicati al fashion, ma io credo che la moda potrebbe essere valorizzata al meglio da un programma transculturale che la ponga in

relazione a vari temi.

Quali sono i tratti distintivi di “Cool Tour”?

Abbiamo cercato di mettere insieme in un unico programma varie cose diverse e di trattarle con un taglio più culturale, cioè meno generalistico e superficiale, di quanto non facciano altri. Vogliamo guardare all’arte, alla moda, alla letteratura, alla musica, al web con sguardo ironico e leggero, senza per questo trascurare l’accuratezza e la completezza dell’informazione. Ci sforziamo di adottare una visione aperta, internazionale, multiculturale, come chiave per comprendere i fenomeni in atto.

Qual è la genesi di questa trasmissione e a chi si rivolge?

Carlo Massarini e Jovanotti

E’ nata non per fare grandi numeri, ma per puntare ad un pubblico di nicchia, di fascia medio-alta, non necessariamente giovane, già abbastanza informato e curioso di apprendere sempre cose nuove.

Cosa continua ad alimentare la creatività italiana nel corso degli anni?

Per quanto riguarda la moda, direi che sono la classe e la classicità, ancor più che l’originalità. La moda, dal mio punto di vista, deve essere caratterizzata dalla vestibilità, dalla bellezza e dalla funzionalità, nel senso che deve essere in grado di interpretare un’esigenza e di farlo nel tempo. A ben vedere, esistono due mode: una fuori dal tempo – come quella di Armani, per intenderci – e una dentro il tempo, più legata alle micro-tendenze. Noi Italiani abbiamo entrambe le capacità; speriamo di averle ancora a lungo. Ma

dobbiamo comprendere che la moda in generale è sempre più destinata a cambiare sull’onda della globalizzazione, per cui vestirsi bene costerà meno che in passato e la firma tenderà a scivolare via. Basta guardare alla forza crescente di una realtà come Zara.

Vi anticipo comunque che alla moda sarà riservato più spazio nella prossima edizione di “Cool Tour” e dunque torneremo su questi argomenti.

Cosa trasforma la mera fantasia in creatività?

La capacità di coniugarsi con la produzione e col gusto del pubblico. Non basta avere una bella idea, bisogna saperla tradurre in un prodotto vendibile, ovvero ben fatto e distribuito in modo efficace. E’ sempre più necessario per le nostre aziende riuscire a controllare le loro filiere.

Esiste ancora un’*Italian way of life* che il mondo ci invidia?

Se penso all’attuale stile di vita italiano, penso in realtà ad un incubo, visti i problemi politici, economici, sociali, morali, ecc. che abbiamo. Nonostante tutto, all’estero ci guardano ancora con simpatia perché sono consapevoli che possediamo alcune eccellenze incancellabili: l’arte, la moda, l’ambiente, le tradizioni alimentari e così via. Ma dobbiamo recuperare il terreno perso negli ultimi tempi. Aggiungo questo: ovunque andiamo noi Italiani siamo sempre riconoscibili fra tutti: stessi abiti di buona qualità, stesse griffe esibite, stessi atteggiamenti”¦ Da un lato, se questo essere uguali a noi stessi può essere apprezzabile e in passato lo era molto, ora è diventato un limite. Dobbiamo essere meno provinciali e proiettarci in un mondo che amplia continuamente i suoi orizzonti.

Incontro con Barnaba Fornasetti

“Cool Tour” dedica molte attenzioni al tema dell’innovazione su vari fronti. A dispetto di quanto si

sente ripetere, Lei crede che l’Italia sia ancora una buona fucina di invenzioni, soprattutto per quanto riguarda moda e design?

Sì, senz’altro, c’è ancora tanta creatività sostenuta da un solido gusto estetico, ma siamo in seria difficoltà industriale. In effetti, noto una sostanziale differenza rispetto al passato: in certi campi dove eravamo nettamente superiori siamo rimasti tali, ma ci siamo quasi fatti raggiungere dagli stranieri. In altri termini, siamo rimasti fermi nei settori in cui eccellevamo, mentre il resto del mondo è avanzato parecchio. Diciamo che i maestri sono ancora tali, ma gli allievi stanno diventando bravi quanto loro. Una grande responsabilità va imputata al nostro sistema industriale che non ha saputo sostenere adeguatamente le eccellenze, valorizzandole al meglio, cioè trasformando la creatività in prodotti globali. Si prenda l’esempio dei mobili italiani: una volta erano considerati il top, ora si trova tutto ovunque.

Cosa si aspetta da Expo 2015 per l’evoluzione della nostra cultura?

Mi attendo una maggior capacità di aprirsi al mondo, per cogliere tutte le novità in atto. Abbiamo perso molte rendite di posizione ed ora dobbiamo umilmente guardare anche agli altri.

Infine, non si può non porLe la domanda: cos’è per Lei davvero “cool”?

Avere gusto, originalità e la personalità per non curarsi del giudizio altrui.