

LA RICETTA PER LE IDEE? BISTROT E MONDANITÀ

Intervista ad Aldo Cibic

di Bruno Ventavoli

Milano

«Certo, ci vogliono le idee, i talenti, i geni. Ma all'arte serve anche un bar accogliente, un locale dove è piacevole andare». Una città diventa laboratorio creativo quando riesce a miscelare tante cose insieme. Mondanità compresa. Lo sa bene Aldo Cibic, che alla fine degli Anni Settanta migrò nella Milano da bere per partecipare a uno dei più vitali esperimenti creativi di fine secolo.

Architetto e designer, lasciò Vicenza per animare insieme a Sottsass il gruppo di Memphis, dove lavorarono, tra gli altri, Hollein, Isozaki, Branzi.

Cibic, è d'accordo con la classifica delle città creative stilata da «Spiegel»?

«In queste città succedono cose importanti. Ma mi sembra che ci siano strani oblii, come Anversa, Zurigo, o Berlino. Io, personalmente, inserirei anche Istanbul, che sta diventando uno dei centri culturali più vitali del Mediterraneo».

Che cosa serve per far scattare le scintille della creatività?

«Innanzitutto che le persone stiano vicine, si incontrino, scambino idee. La creatività ha sempre una dimensione collettiva. Per questo è più facile lavorare in una metropoli che non in un paesino. Le informazioni circolano, naturalmente, dove ci sono scuole, università, gallerie d'arte. Ma anche dove si fanno feste, dove ci sono luoghi di ritrovo la sera. Non voglio fare l'apologia delle feste, il mondano a oltranza. Per carità. Ma sono convinto che la socialità sia un elemento importante dell'arte. Per Andy Warhol un party era fondamentale quanto un museo. Ed è sempre stato così. Dalle scuole filosofiche dell'antica Grecia agli impressionisti che si ritrovavano nelle loro osterie lungo la Senna. Le idee nascono guardando un quadro, ma anche chiacchierando con un cocktail in mano».

La Milano che ha vissuto lei negli anni 80 era così?

«Io ero nato in provincia. Sono venuto a Milano per conoscere Sottsass e lavorare con lui. E come me c'erano decine di altri designer che arrivavano da tutte le parti del mondo per incontrare persone che avevano la stessa voglia di creare, di inventare, di sperimentare. Milano è riuscita a capitalizzare quelle energie. È stato un decennio eccezionale. Erano tutti supereccitati. Poi la capacità propulsiva si è persa. Milano non ha saputo coltivare fino in fondo queste energie. Perché anche le città, come gli esseri umani, s'impigriscono, si rannicchiano sulle proprie glorie».

Quanto contano la politica, la classe dirigente?

«Servono moltissimo allo sviluppo della cultura. La politica orienta gli investimenti, crea mostre, eventi, le biennali, le triennali... Il tempo ci impone di cambiare le nostre abitudini, in maniera sempre più rapida. La classe dirigente deve saper coltivare i propri talenti. Alcuni Paesi l'hanno capito. Pensiamo, per esempio, a quello che stanno facendo l'Inghilterra o la Germania per i propri designer. Li aiuta in tutti i modi, li forma, li incoraggia a restare e a non fuggire all'estero. Cosa che invece non accade in Italia. Non voglio dire che la politica debba essere protezionista. Sarebbe anacronistico nell'era del mondo globale. Ma non deve nemmeno mettere i bastoni tra le ruote».

Che cosa è importante in una città per attirare i creativi?

«Gli artisti sono innanzitutto esseri umani. Con sogni e bisogni. Le città devono essere piacevoli da vivere. Friendly di giorno e di notte. Devono aiutare la nascita di comunità. Avere quartieri dove è possibile far vivere l'arte. Serve un tessuto imprenditoriale forte intorno che creda nell'innovazione. L'economista americano Richard Florida parla di "classe creativa". Le sue teorie suscitano vivaci polemiche. Ma ha ragione quando dice che lo sviluppo economico di una metropoli moderna è aiutato dall'alta concentrazione di gente che lavora nell'high tech, artisti, musicisti, comunità gay... Dall'altro lato, una città vitale, moderna, tollerante, aperta, curiosa, è quella che sa attrarre le élite creative. È un circolo virtuoso».

“SCAPPIAMO ALL’ESTERO PERCHÉ QUI CI SENTIAMO ANIMALI IN GABBIA”

Pochi spazi. Un'Italia senza mezze misure

di Francesco Moscatelli
Torino

Biologi, ingegneri aerospaziali e fisici delle particelle: fino a ieri erano i cervelli ad essere in fuga dall'Italia. Da oggi il bel paese sta un po' più stretto anche agli spiriti creativi: designer, grafici e video artisti.

La Milano culla della moda e del design rimane un mito, ma un mito da rivista patinata, talmente abbagliante da accecare tutto quello che le sta intorno. Il problema dei giovani creativi italiani è proprio questo: o si è risucchiati dal mulinello del «Made in Italy» d'autore o si affoga nel provincialismo, e si rinchiudono velleità e sogni in un cassetto. Fra questi due estremi manca la terra sotto i piedi: finanziamenti al minimo, costi degli atelier alle stelle, circuiti della comunicazione blindati. «In Italia abbiamo i grandi nomi del design e le aziende lavorano solo con loro – spiega Lorenzo Corti, studente di architettura al Politecnico di Milano con alle spalle un'esperienza londinese – Nel Nord Europa è più facile che gli imprenditori scommettano sugli esordienti. Se all'estero comprano ancora il design, da noi ormai ad essere comprato è il designer, la firma. È questo il vero prodotto».

Così molti volano all'estero, alla ricerca di nuovi stimoli. «Sono appena tornato dal Giappone dove esiste un atteggiamento diverso nei confronti delle professioni creative: c'è una cultura diffusa che in Italia ci sogniamo – racconta Davide Bedoni, 23 anni, di Vicenza – Io mi occupo di regia e motion graphic. Nel nostro paese, al di fuori del mio ambiente, nessuno ha la più pallida idea del mio lavoro, altrove c'è molto più rispetto. In Italia ci sono ottime scuole, ma sembrano sempre più spesso delle oasi del WWF o degli zoo».

Chi tenta di muovere un po' le acque assomiglia molto a Don Chisciotte con i mulini a vento. Beniamino Saibene, 30 anni, ha deciso di partire proprio da Milano creando con un gruppo di amici «Esterni», un laboratorio che si occupa proprio di giovani e creatività. Organizzano happening e raduni nei tunnel abbandonati della stazione Centrale, cene allargate in cui ognuno porta un ingrediente e poi si cucina tutti insieme, mostre e festival cinematografici nelle piazze della periferia. «Il limite delle nostre città è che la creatività è sempre vista in un'ottica commerciale – spiega Beniamino – È un paradosso: se un ragazzo dimostra di avere delle qualità viene assorbito dal mondo della Tv o della pubblicità. Se era un regista di talento finirà a girare spot, se progettava pezzi di design disegnerà tavoli e sedie secondo i canoni del mercato. La creatività ha bisogno di libertà». «Esterni» è al lavoro anche in questi giorni: «A settembre apriremo per una settimana una casa Liberty chiusa dagli anni Trenta – racconta Saibene – Sarà una specie di ostello: arriveranno giovani da tutta Europa che potranno condividere lo stesso spazio e instaurare relazioni professionali, scambiarsi esperienze. Sarebbe bello se spazi del genere restassero aperti tutto l'anno». L'idea non è nuova. Assomiglia molto a una bottega artigiana del Rinascimento, all'Italia di cinquecento anni fa.