

Fiorucci: ha vinto la “Love Philosophy”

Pubblicato: Venerdì 1 Ottobre 2010



Ha vinto lui. Ha vinto la sua “Love Philosophy”, quell’entusiasmo di modernità che ha lui portato da Londra negli anni ‘60, amplificandolo e rendendolo un manifesto di indipendenza dalle convenzioni. A rivedere le foto e le testimonianze che **Elio Fiorucci** ha portato nella serata di ieri, 30 settembre 2010 al Festival del Racconto, non c’è che da ammetterlo: colui che sembrava un commerciante principe dell’effimero in un decennio di grandi rivoluzioni, è stato invece il vero divulgatore e propagatore di una intera cultura nuova, che prima non c’era.

I colori, l’informalità, la rivoluzione sessuale: tutta roba sua, di questo signore che ormai ha 75 anni, un passato straordinariamente roboante alle spalle – impressionante la semplicità con cui parla della sua amicizia con **Wharol, Basquiat e Madonna** – e nessuna vergogna a dire che «Se il negozio Fiorucci di galleria Passarella a Milano non c’è più, è semplicemente perchè io sono diventato una mummia. Se la nostra società continuasse a tenere le mummie come Fiorucci noi non andremmo più avanti».

A far emergere ieri sera a villa Recalcati questo tesoro di cultura italiana – il cui nome, va sottolineato, fa ancora parte dell’industria della moda, visto che Fiorucci firma attualmente le linee Love Therapy per Coin e Baby Angel per Ovs – è stato il dialogo con **Tommaso Labranca**, scrittore, attento osservatore della cultura pop e primo utilizzatore di quello che prima ancora di un marchio era l’espressione di una nuova era: «Una delle prime cose che ho comprato in vita mia, da ragazzo, è stata una cintura bianca di Fiorucci con fibbia trasparente» premette infatti lo scrittore.

Labranca, che ha visto con i suoi occhi molte delle cose che Fiorucci cita – come il **negozio di Biba** a Londra, che ha inventato il concetto stesso di “moda giovane” – E’ non solo studioso di quegli anni quindi, ma anche espressione dei “fioruccini”, i fans di Fiorucci che hanno fatto del negozio milanese il loro luogo di ritrovo e di ispirazione. E, come loro, oggi mostra di soffrire la sgradevole sensazione del “già visto”: tutto quello che spopola ora è stato già inventato e praticato negli anni ‘80. E chi ne ha dato l’impronta culturale, dal punto di vista industriale e artistico, è stato in larga parte Fiorucci. Fiorucci ha rivoluzionato l’idea di Italia persino in America, guadagnandosi l’amicizia della factory di Wharol e la possibilità di propagare in Italia le avanguardie artistiche Newyorkesi, come **Keith Haring**.

E così il quesito apparentemente banale se **Lady Gaga** è “una cialtrona che non fa altro che copiare

Madonna”, secondo la definizione di un Labranca quasi arrabbiato contro la mancanza di memoria storica dei giovani d’oggi, o “una straordinaria espressione di modernità” secondo la definizione dell’entusiasta Fiorucci, divide quel micromondo in due: gli adulti disillusi, rappresentati da Labranca, e i giovani sempre pronti a stupirsi senza guardarsi indietro, rappresentata curiosamente proprio dal 75enne Fiorucci.

La risposta di Elio Fiorucci al “professor Labranca”, come lui lo chiama tutta sera con la deferenza di un ragazzino, è una similitudine che resta impressa: «Tu vuoi raccontare ai giovani che il gelato c’era già prima, ed era il migliore. Ma loro devono poter mangiare il loro gelato oggi, e hanno diritto di dire che è buono».

Se anche tutto è già conosciuto, se anche tutto è già stato sperimentato, infatti, l’unica capacità che può consentire il progresso creativo è lo stupore, la capacità di rimanere bambini a lungo: dimenticando il passato e andando sempre avanti. Avendo però ben presenti i propri limiti e permettendo alla vita e al mondo, come è giusto che sia, di superarli: spesso con metodi inaspettati, certamente non prevedibili o canalizzati. «Si dice tanto che la globalizzazione porta a massificare e uniformare le persone, ma io non sono affatto d’accordo – conclude Fiorucci – Si parla di deterioramento del gusto, di effetto **Mac Donald’s**. Ma si dimentica che senza la globalizzazione non ci sarebbero **migliaia di giapponesi che vengono in Italia a comprare chissà quale formaggio di Fossa**, che se non ci fossero loro probabilmente non produrremmo già più. Noi viviamo in un continuo miracolo, viviamo nel momento migliore del mondo perchè abbiamo una possibilità di conoscenza infinita rispetto a prima. Non lamentiamoci, e cerchiamo solo di scoprirci a vicenda. Solo così sconfiggeremo la Paura, e vincerà, alla fine, l’Amore».

di [Stefania Radman](#)