

In libreria Codeluppi racconta le storie di nove artisti emiliani. Comune denominatore: la carriera partita da un «terremoto»

La creatività? Uno shock

Da Fellini a Pirella, da Armani a Vasco: il percorso che ha portato al successo

“Un terremoto può modificare la realtà delle cose. Per Fellini la rivelazione a sei anni, mentre guardava «Maciste all'inferno»

di Massimo Marino

Federico Fellini, Vasco Rossi, Luciano Ligabue, Luigi Ghirri e Gianni Celati, Giovanni Lindo Ferretti e Massimo Zamboni, Emanuele Pirella, Giorgio Armani: che cosa hanno in comune? Sono nati tutti in quella striscia di terra che fa da cerniera tra il Nord e il Centro Italia, tra l'Appennino e l'Adriatico, la stessa sulla quale noi viviamo: l'Emilia Romagna. Tra il riminese Fellini e il piacentino Armani scorre la via Emilia, lungo la quale incontriamo i luoghi di nascita degli altri. Li riunisce il sociologo Vanni Codeluppi nel libro *Creativi d'Emilia*, uscito per Carocci, un agile e denso volumetto (104 pagine, euro 12), con una postfazione di Marco Belpoliti. Codeluppi, docente di Sociologia dei media allo Iulm di Milano e direttore del Centro internazionale di studi sulla comunicazione, la creatività e i consumi dell'Università di Modena e Reggio, lo dichiara esplicitamente: quei creativi «sono stati scelti perché i casi della vita hanno voluto che io li abbia incontrati, o forse inconsciamente li ho cercati. Di fatto su di loro ho lavorato a lungo nel corso degli anni e ho pensato che era possibile metterli insieme perché sono nati e si sono formati in Emilia-Romagna, anche se a volte si sono affermati professionalmente altrove».

Lo studioso per affrontare aspetti della loro personalità parte dal concetto di «terremoto». La scelta non è dovuta al fatto che in maggio è stato il decennale del sisma che ha sconvolto la Regione nel

2012, e neppure da un loro particolare impegno a sostegno delle popolazioni colpite. Ricorda che il solo Ligabue ha raccolto fondi con un grande concerto. No, il concetto di terremoto è «dotato di una notevole forza sul piano simbolico». Spiega: «Un terremoto è un evento che può distruggere ma anche modificare e innovare la realtà delle cose». Allora di terremoto creativo si parlerà, prima di tutto nella vita degli artisti e ogni capitolo sarà introdotto da una paginetta in cui si racconta dove la vita ha «tremato».

Per Fellini la rivelazione è avvenuta a sei anni, al cinema Fulgor, mentre vedeva sulle ginocchia del padre *Maciste all'inferno*. Così il regista ricorda in un'intervista: «C'era

un omaccione seminudo, una specie di facchino all'inferno, ed era un inferno affascinantissimo popolato da donnone con gli occhioni bistrati dai seni generosi». E quei «donnoni» non se li scrollerà più di dosso, come

pure il senso del meraviglioso e del magico.

Codeluppi per ogni autore sceglie un approccio originale, da cui ricostruisce, per sprazzi, il quadro. Per esempio di Fellini considera il cinema per la pubblicità, i cin-

que spot realizzati con evidente divertimento, innovando il linguaggio pubblicitario e permettendosi sperimentazioni che i produttori, nell'ultima fase della sua carriera, gli consentivano con difficoltà. Ma continuamente traccia fili con il cinema «maggiorre»: a partire da quel delizioso mediometraggio che è *Le*

tentazioni del dottor Antonio, con Peppino De Filippo, ossessionato da un cartellone pubblicitario di una marca di latte con l'immagine procace di Anita Ekberg. Cita *La dolce*

vita, *Amarcord* e altri film. Ricorda come la pubblicità avesse, per il regista, legami con la sua prima attività, quella di vignettista satirico, capace di lanciare con pochi tratti un messaggio.

Il terremoto per Vasco è stato il rifiuto che avevano nei confronti di lui, venuto dalla montagna, i compagni cittadini nel collegio di Modena dove ha studiato dopo le medie. Codeluppi lo tratteggia come rocker «da stadio», utilizzando come traccia per interpretarlo un'intuizione di Pier Vittorio Tondelli: il suo successo è spiegabile «solo con la sincerità e la generosità del personaggio, che riuscì a interpretare la grande anima rock della provincia italiana». Ligabue incarna, secondo Codeluppi, tre qualità fondamentali per la rockstar: il fisico, il carattere, lo stile. E spiega ricorrendo al pubblicitario Jacques Séguéla: «il fisico svolge soprattutto la funzione di convincere, mentre il carattere serve per durare e lo stile invece ha il compito di sedurre».

Ghirri, il grande fotografo, lo associa a Gianni Celati, lo scrittore di *Narratori delle pianure*: «Luigi Ghirri ha intensamente fotografato l'Emilia-Romagna e l'ha fatto cercando di riportare il mondo alla sua vaghezza». E ancora: «Nel corso degli anni ha spostato gradualmente la sua attenzione dai caotici contesti urbani ad ambienti

Da sapere



● Il libro «Creativi d'Emilia» (Carocci), 104 pagine, euro 12) del sociologo Vanni Codeluppi racchiude nove volti emiliani: Federico Fellini, Vasco Rossi, Luciano Ligabue, Luigi Ghirri e Gianni Celati, Giovanni Lindo Ferretti e Massimo Zamboni, Emanuele Pirella, Giorgio Armani

● Codeluppi è docente di Sociologia dei media allo Iulm di Milano e direttore del Centro internazionale di studi sulla comunicazione, la creatività e i consumi dell'Università di Modena e Reggio

● Il volume ruota attorno al concetto di terremoto, nel senso di terremoto creativo, e ricerca quel momento nella carriera dei personaggi emiliani



semplici e naturali come la campagna e i piccoli paesi della zona vicina al fiume Po». Proprio sulla base di queste idee si è avvicinato a Celati, cui ha chiesto di collaborare al libro fotografico *Viaggio in Italia*.

Zamboni e Lindo Ferretti sono il punk emiliano, una musica di rottura che cerca lenitivi alla crisi dell'Occidente disgregato nelle sicurezze del socialismo reale sovietico. Collaborano con Ghirri per le immagini dell'album «Epica, Etica, Etnica, Pathos», realizzate in una villa cascina vicino a Reggio Emilia.

Gli ultimi due nomi del libro sono emiliani che hanno fatto fortuna a Milano: il pubblicitario letterato Emanuele Pirella, con Tullio Pericoli autore anche di strisce e vignette satiriche, e il grande stilista Giorgio Armani, che porta l'alta moda verso la modernità di un *prêt-à-porter* che sfuma le rigide differenze sessuali. Codeluppi si interroga nell'introduzione sul perché la regione sia culla di tanta creatività. Belpoliti nella conclusione ricorda la nebbia, che sfuma la realtà e accende l'immaginazione, il welfare e l'importanza di Bologna come centro di gravità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I volti



Vasco Rossi



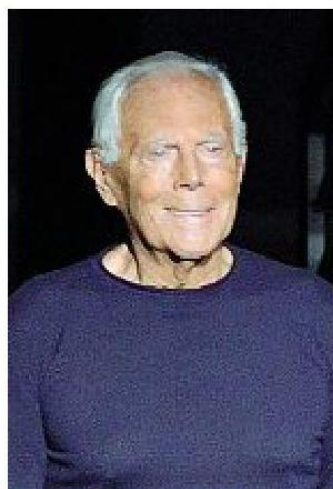
Federico Fellini



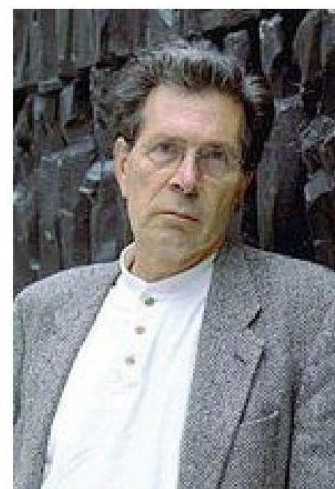
Luciano Ligabue



Massimo Zamboni



Giorgio Armani



Gianni Celati



Giovanni Lindo Ferretti



Luigi Ghirri



Emanuele Pirella