

## #Traveltelling 5 - L'amore per il bello



2016-07-12

L'amore per il bello, anche se violentemente scosso da un'epoca di costruzione selvaggia non ancora terminata, ha trovato comunque maniera di esprimersi. Impossibile cancellare una storia secolare di accentrimento d'arte e cultura come quella vissuta dal nostro territorio chiamato oggi Italia. Dopo lo scrollone della guerra e della ricostruzione, l'arte ha riversato nel design la propria trasformazione e crescita coinvolgendo a 360 gradi tutto ciò che circondava questo mondo. Tecnici forti non lo siamo mai stati, lasciamo ai tedeschi questo aspetto, ma inventori e artisti riconvertiti in Designers e stilisti questo è fatto incontestabile. Ma ci si sbaglia quando si pensa che la scuola del design italiano abbia potuto conquistare da sola i favori e l'attenzione del mondo, ad affiancarla,

fotografi, giornalisti, produttori e artigiani che hanno collaborato a questo rapido sviluppo d'immagine. L'esplosione è avvenuta nei quarant'anni della seconda metà del secolo scorso. Io faccio la mia parte e vi racconto della fotografia. Studi fotografici come quello di Aldo Ballo seguiti poi da Studio Azzurro, Occhiomagico ecc... hanno saputo dare un'immagine internazionale di livello allora sconosciuto. Senza questo apporto, senza la capacità di comunicazione messa in campo, il design italiano non si sarebbe potuto affermare. Oggi le cose sono cambiate, l'eccellenza design non ha offerto una buona scuola e il design italiano non presidia più il mondo. L'Italia inabissata da una politica litigiosa, indebolita da un sistema finanziario è retrocessa. Ma l'Italia può e saprà ancora esprimere il suo DNA della bellezza in quello che nessuno potrà mai togliergli, con la storia il turismo. Sono convinto che se sapremo dare qualità al turismo come abbiamo saputo offrirla al design, in un nuovo ambiente caratterizzato da un'inevitabile globalizzazione, spingeremo il nostro paese verso un'immagine di grande levatura internazionale, nonostante la nostra deplorabile instabilità politica. Per questo, nei miei prossimi post tratterò con attenzione questo argomento cercando di sviscerare gli aspetti di comunicazione visiva che servono al settore del turismo e dell'accoglienza per contribuire a sviluppare questo nuovo fronte, così come nel passato abbiamo fatto per il design. Oggi il settore non ha ancora capito i propri limiti comunicativi e insiste in un'immagine vecchia che propone lui e lei al banco drink, che non concepisce ancora quella esperienza di "qualità totale" che fece esplodere il fenomeno "Italian design". Per tutti è arrivata l'ora della ricostruzione, di rimboccarci le maniche e con tutta la passione che, per quanto sia possibile, sa fregarsene dell'economia e buttarsi nel vero aspetto della vita.