

Ecco Oliviero Toscani fotografo della verità

Incontro dibattito supportto da immagini

Oliviero Toscani - fotografo-artista ormai conosciuto anche all'estero per le sue immagini che fanno immancabilmente discutere - sarà ad Ascoli il 26 aprile per un incontro-dibattito presso l'Istituto Statale d'Arte. E per l'occasione all'interno della scuola verrà allestita una mostra di suoi lavori. Per gli studenti sarà un avvenimento indubbiamente stimolante.

Toscani, nato nel 1942, risiede nella campagna toscana, ma per lavoro è sempre in giro per il mondo. Ha studiato alla Kunstgewerbeschule di Zurigo (basata sul Bauhaus), poi si è interessato alla Nuova Oggettività tedesca e a certa cultura artistica contemporanea americana. Dal '61 al '65 ha collaborato a riviste di moda e, successivamente, alle più importanti testate internazionali. È noto soprattutto per l'efficacia comunicativa delle sue campagne pubblicitarie innovative (per Jesus Jeans, Prenatal, Valentino, Benetton...) che gli hanno fatto meritare, tra gli altri, il Grand Prix d'Affichage e il Grand Prix Unesco. Suoi committenti di prestigio anche Fiorucci e il Club Méditerranée. Al Festival di Cannes del 1989 gli è stata attribuita la Palma d'Oro per uno spot televisivo. Piuttosto provocante... la sua sala all'ultima Biennale di Venezia ossessivamente tappezzata di 162 "ritratti" a colori di organi sessuali femminili e maschili. Le immagini più contestate sono "un uomo di colore e l'altro bianco ammanettati insieme", la "donna nera che allatta un bimbo bianco" (che però è anche la più premiata...) e "il malato di AIDS sul letto di morte assistito dai familiari". Per un "bimbo bianco e uno nero messi di fronte seduti su un vasino da notte" (che doveva diventare il più grande manifesto del mondo con i suoi 770 metri quadrati) si sono trovati addirittura d'accordo nel proibirne l'esposizione in Piazza Duomo di Milano, l'Amministrazione di sinistra del Comune e il Cardinale della città.

Toscani ha una sua cifra, una sua poetica sensibilmente solidale con la vita ed è sempre in prima linea sul fronte della realtà. Ha un personale concetto della fotografia e del suo uso. I suoi lavori iconografici danno emozioni forti, appunto, perché legati all'esistenziale. Per alcuni "soggetti inusuali" ci sono state anche denunce, censure e si è gridato allo scandalo, ma egli sostiene, con concrete argomentazioni e linguaggio diretto, che è immorale l'attuale manipolazione della realtà occultata dall'ipocrisia. Le sue immagini sono provocatorie nel senso che vogliono catturare l'interesse (risvegliando le coscienze su temi scomodi), in particolare di chi vuole vivere o far vivere nel regno delle favole. Le osservazioni al suo "stile immediato" sulle scottanti verità vengono specialmente da chi ha diaframmi mentali, da chi è interessato ad alimentare l'incultura e a reprimere il pensiero divergente. Al contrario, altri ritengono che la sua attività abbia una valenza ideologico-pedagogica, sottenda un impegno civile a favore dell'umano e metta l'estetica al servizio dell'etica. Comunque sia, Toscani ha cambiato il metodo di fare pubblicità infrangendo le vecchie regole che ancora oggi governano il settore. Finalizza la creatività nella pratica pubblicitaria e, ad un tempo, "usa" quest'ultima come veicolo per l'affermazione di un ideale sociale. Proprio per questo è particolarmente polemico nei confronti dei messaggi diffusi dalla televisione e non risparmia critiche alle contraddizioni sociali, economiche, culturali e politiche. Al pari di Beuys è convinto che il vero capitale sia la creatività - forza rivoluzionaria del nostro tempo - ma la sua visione è meno utopistica di quella del grande artista tedesco: più pragmatica e indirizzata a modificare concretamente i comportamenti dell'individuo nella collettività intesa come comunità senza muri e frontiere.

(Luciano Marucci)