

Oliviero Toscani, «una scheggia nel fianco del sistema»

Paolo Landi per Morcelliana sul
genio della fotografia pubblicitaria

IL LIBRO

■ Oliviero Toscani più comunicatore, provocatore o educatore? Empiricamente direi un... Superman della fotografia e della pubblicità rivoluzionariamente applicate a impegno ideologico. Superman poiché, come nel giugno 1939 il fumetto del supereroe mostrava i cittadini che vedendolo per la prima volta in cielo s'interrogano - «è un uccello? è un aereo? no è Superman!» - anche per definire l'opera di Oliviero Toscani (1942-2025) gli interrogativi sono legittimi; e la risposta non è univoca, ma certo storicizzata. In metafora tersicorea, più geniale coreografo che étoile; e cinematograficamente più sublime regista e produttore che attore.

Ma fa bene il saggio «Oliviero Toscani. Comunicatore, provocatore, educatore» di Paolo Landi (Scholé, 187 pagine, 16 euro) da poco uscito per la bresciana Editrice Morcelliana, a porre il problema della definizione; infine sciogliendolo con un trancant «era una scheggia nel fianco del sistema»; un fuoriclasse «che ha usato la pubblicità per metterne in crisi stereotipi e valori e trasformato la comunicazione commerciale in dispositivo estetico e politico».

Quella di Landi è un'analisi precisa, che pure suona amicale giacché è stato a lungo sodale di Toscani in Benetton, seria seppure affettuosa tanto da spingerlo, in un passaggio del testo, fino a contestare la perfezione di «mise en scène» del fotografare d'un gigante come Sebastião Salgado. A noi, che Toscani abbiamo più volte ascoltato (a Fe-

stivaletteratura, per esempio) pare di poter sottoscrivere che il Nostro sia stato non tanto «un grande fotografo» nell'accezione tecnico-estetica, quanto «un big della pratica fotografica». Insomma, un... Superman capace d'un imprevedibile utilizzo della foto-immagine, maestro di nobilitata pratica del parlare con le immagini, anzi del farle parlare forte e chiaro.

Che l'abbia fatto per conto di un'azienda che vendeva abbigliamento (prima d'imbarcarsi in autostrade e viadotti sventurati) portandola, anzi spingendola, a un ruolo comunicativo e di sensibilizzatore sociale senza precedenti, è suo grande e originale merito. Anche se l'ha reso, scrive Landi, «il fotografo (e direttore artistico - ndr) più scandaloso d'Italia». E dunque, sovente nel mirino di quelli che il saggista e amico nell'avventura cultural-creativa di «Fabbrica» (il Centro di ricerca sulla comunicazione che Toscani diresse dal 1993 al 2000 per Benetton) definisce «i troppo intelligenti», avversari alle opere toscane tanto da rovesciarne, fraintendendo o con meno malizia, il senso: dando allo scandaloso anticonformista la paradossale etichetta di «conformista per eccellenza».

Figlio di fotoreporter, Toscani dopo inizi autodidattici, s'era assai ben formato alla Scuola di arti applicate di Zurigo. Non senza dimostrarsi ben ispirato anche dietro l'obiettivo (nell'iconico scatto di don Lorenzo Milani fra alunni della sua mitica scuola di Barbiana; nei servizi «atipici» di fashion, uno su tutti il dissacrante Lato B muliebre del «Chi mi ama mi segua» per i jeans Jesus; nella ritrattistica d'eco au-

gustsanderiana di gente comune...).

Lavorando per la Benetton, l'anarcoide Oliviero ha stravolto i dogmi della fascinazione a uso commerciale, rivolgendosi non più al mero consumatore, ma all'individuo. Interrogandosi «business e cause sociali: è una bestemmia?». Toscani - e il saggio di Landi ne dettaglia l'evoluzione creativa - ha portato i suoi maxi-manifesti stradali e le inserzioni editoriali a sensibilizzare (scandalizzando) su temi come il razzismo (la donna nera che allatta un neonato bianco; bimbi bianco e nero come angioletto e diavoletto); l'amore e le convenzioni; la guerra e la vita (la neonata appena partorita, con ancora il cordone ombelicale); l'Aids (l'addio d'un malato tra i familiari attorno al suo letto ospedaliero); l'anoressia d'una scheletrica modella. Pietre miliari d'un percorso creativo e d'impegno a sfida del «benpensare» comune, persino utilizzando foto d'altri, poiché il suo scopo non era farsi autore, non sbalordire alla «épater les bourgeois», bensì l'iconografica denuncia, senza didascalie, dove l'immagine induce a riflessione.

Non - come bene conclude Landi - un «guarda come siamo bravi», bensì «guarda cosa succede nel mondo». Da Superman del foto-pensiero.

FRANCESCO FREDI



Oliviero Toscani
FOTOGRAFO E CREATIVO

