

DIVO DELLE FOTO

A pochi mesi dalla scomparsa del grande fotografo, l'esperto di comunicazione e amico Paolo Landi, gli ha dedicato un libro in cui lo definisce "comunicatore, provocatore, educatore". «Lui ha sempre rivendicato di essere un fotografo commerciale, non aveva il complesso di inferiorità rispetto al fotografo artista. Il suo genio è stato la capacità di rovesciare la prospettiva e contaminare pubblicità e vita vera»

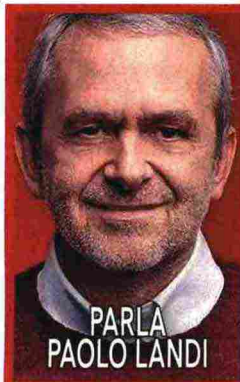
DI SILVIA TIRONI

MILANO, SETTEMBRE

Un paio di shorts "Jesus Jeans" con lo slogan biblico "Chi mi ama mi segua", il bacio tra un prete e una monaca, il corpo di un uomo dilaniato dall'AIDS circondato dai familiari, i bambini bianchi e neri che si abbracciano, la modella e attrice francese Isabelle Caro, 31 chili, affetta da anoressia, la donna di colore che allatta un bimbo bianco, una coppia di uomini alle prese con la genitorialità, i condannati a morte. Sono alcune delle campagne pubblicitarie più iconiche realizzate da Oliviero Toscani, celebre fotografo noto per la sua opera innovativa e spesso provocatoria - in particolare per il marchio United Colors of Benetton - e scomparso lo scorso 13 gennaio a 82 anni a causa di una rara malattia, la amiloidosi. «Non era in senso stretto né un educatore, né un provocatore, né un comunicatore, ma nel suo lavoro ha attraversato queste tre dimensioni», scrive di lui Paolo Landi nel suo libro *Oliviero Toscani - Comunicatore, provocatore, educatore* (ed. Scholè, 16 euro).

Landi, in cosa consiste la carica rivoluzionaria di Toscani?

L'HA CONOSCIUTO BENE Nella foto grande, Oliviero Toscani, il grande fotografo che si è spento lo scorso gennaio a 82 anni dopo una lunga malattia. Qui a destra, Paolo Landi, 72, giornalista esperto di comunicazione e autore del libro "Oliviero Toscani - Comunicatore, provocatore, educatore" (Ed. Scholè, 16 euro, 192 pp.: nel riquadro della pagina accanto, tutto a destra, la copertina). Landi è stato amico e collaboratore di Toscani per molti anni.



PARLA
PAOLO LANDI

SCOMPARSO
A GENNAIO
A 82 ANNI

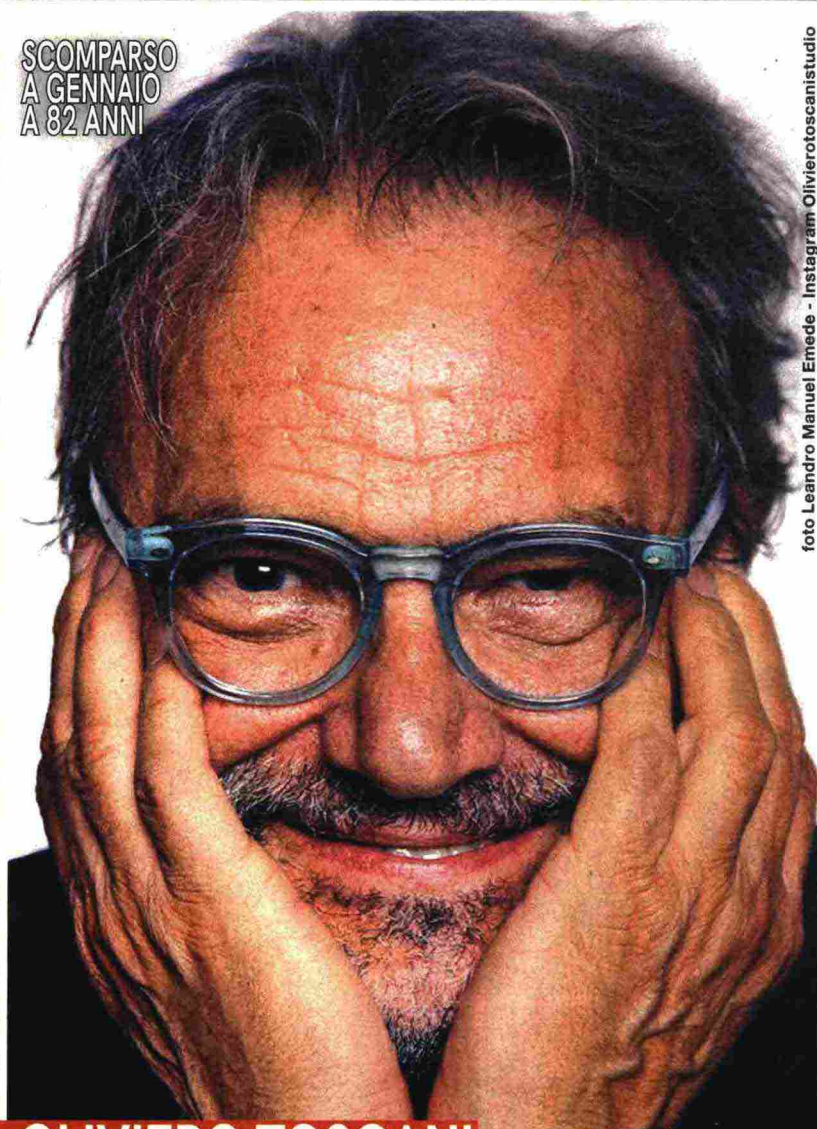


foto Leandro Manuel Emede - Instagram Olivierotoscanistudio

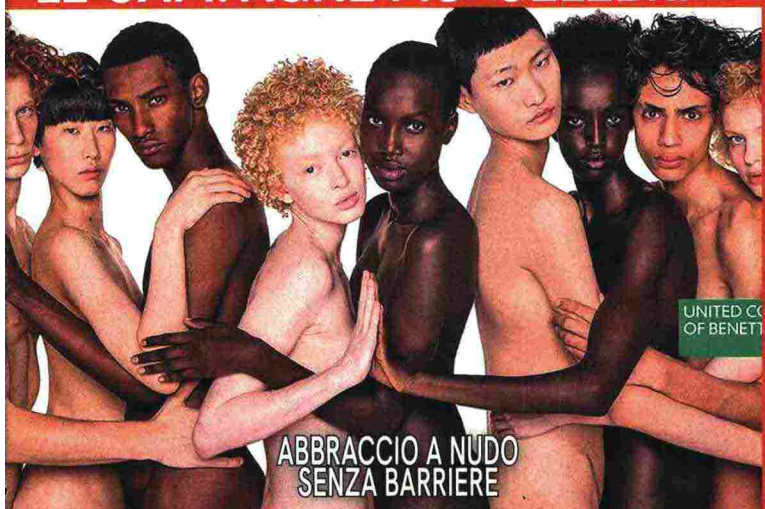
OLIVIERO TOSCANI

VI SVELO I SEGRETI DELLA SUA ARTE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

004147

LE CAMPAGNE PIU' CELEBRI



ABBRACCIO A NUDO
SENZA BARRIERE



Chi mi ama
mi segua.

IL FAMOSO SCATTO
PER JESUS JEANS



LA FOTO
DELLO SCANDALO



CONTRO L'AIDS



MATERNITÀ
CONTRO
IL RAZZISMO

UNITED COLORS
OF BENETTON.

ALBUM Nelle altre immagini di queste pagine, alcune delle più celebri campagne pubblicitarie realizzate con foto di Toscani: qui sopra, un bacio tra un prete e una suora del 1991. In alto, una foto contro il razzismo con ragazzi di etnie diverse abbracciati. Qui a sinistra, sopra, la famosissima pubblicità dei jeans Jesus del 1973. Sotto, un'altra foto antirazzista, una donna di colore che allatta un bambino bianco, e a sinistra una campagna a favore dell'uso dei preservativi contro l'Aids. «La carriera di Toscani è stata coraggiosa, perché ha avuto il coraggio delle sue idee, e fortunata, perché ha sempre incontrato qualcuno che lo ha fatto esprimere con libertà», spiega Paolo Landi.

«Toscani è stato molto di più di un comunicatore, di un provocatore e di un educatore perché ha portato un'enorme innovazione nel linguaggio della comunicazione della pubblicità. Lui ha operato un rovesciamento del linguaggio pubblicitario inserendo in quel mondo temi di cronaca e temi sociali, cosa che allora - siamo agli inizi degli anni Novanta e poi fino al 2000 - era considerato quasi un sacrilegio. La pubblicità, che mostrava un mondo sempre felice, non poteva parlare di morte, di guerra, di razzismo: con Oliviero lo ha fatto».

Toscani non voleva insegnare niente, ma mostrare la verità senza mascherarla e portare gli altri a interrogarsi: quali sono state le verità più scomode che ha portato alla luce?

«Toscani ha posto molte verità con le sue immagini pubblicitarie; mi riferisco soprattutto alle campagne di Benetton e di Prénatal, che lo lasciavano molto libero di esprimersi. Oliviero era profondamente rispettoso delle opinioni di tutti, ma metteva nella condizione di discutere di un tema, che fosse il razzismo o la pena di morte». **La vostra è stata un'amicizia importante, che ha attraversato anche un momento di grande silenzio, durato 12 anni. Come è stato ritrovarsi?**

«È stato naturale; quando ci siamo ritrovati tutto è ripreso come se quegli anni di silenzio, di cui non abbiamo mai parlato, non fossero mai esistiti».

Lui si definiva un fotografo, ma era un artista, anche se diceva di non voler "nobilitare" il suo lavoro...

«Ha sempre rivendicato di essere un fotografo commerciale, non aveva il complesso di inferiorità rispetto al fotografo artista, che, come diceva lui, attacca le sue foto a un chiodo nelle gallerie. E non aspirava al cinema; voleva solo che le sue foto fossero sei metri per tre in tutte le strade del mondo. Questo ne testimonia la grandezza e lo apparenta immediatamente all'arte. La sua unicità consiste nel suo essere un fotografo commerciale e nello stesso tempo un grande artista. Non vedo altri esempi di personaggi che siano stati contaminati così fortemente col commercio, con i marchi, e che abbiano fatto di questo mestiere una forma d'arte».

Il suo genio?

«Nel rovesciare la prospettiva: ha preso la pubblicità e l'ha contaminata con la vita vera. Ha capito che qualunque forma di comunicazione poteva veicolare dei messaggi».

Come sintetizzerebbe la carriera di Toscani?

«Coraggiosa, perché ha avuto il coraggio delle sue idee e di portarle avanti, e fortunata, perché ha sempre incontrato qualcuno che lo ha fatto esprimere con libertà».

E la sua vita?

«È stata meravigliosa. Negli ultimi giorni di vita sono andato a trovarlo e lui mi ha detto: "Mi sembra quasi la legge del contrappasso, soffro così tanto ora perché ho avuto una vita meravigliosa"».

Che uomo era?

«Generoso. Nell'ascoltare, nell'imparare, nel mettersi in discussione. Aveva sempre nei confronti della vita un atteggiamento di grande apertura».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

