

Oliviero Toscani. Il fotografo infallibile

Articolo di: Giulio de Martino



[1]

Bella e importante la mostra che si vede a **Ravenna** al MAR dal titolo: **Più di 50 anni di magnifici fallimenti**. Sono **150 fotografie** curate da **Nicolas Ballario** che ci ricordano la **vivacità creativa** e la potente carriera di uno dei maggiori fotografi italiani del '900: **Oliviero Toscani**.

Sono esposti i lavori realizzati per il mondo della moda: le fotografie di **Donna Jordan** e di **Monica Bellucci**, i ritratti delle star del **rock** e del **cinema**: **Mick Jagger**, **Lou Reed**, **Carmelo Bene**, **Federico Fellini**. Filo conduttore è la carriera di Toscani, linee di approfondimento sono il “**Progetto Razza Umana**” e il “**Focus newyorchese**”. Dal 1991 al 2007 gli **United Colors** dei **Benetton** gli fanno da supporto nelle campagne: “Angelo e Diavolo”, “Tre Cuori White/Black/Yellow”, “No-Anorexia”. Si vedono anche immagini del **reportage** in **Israele** e **Palestina** del 1997.

La mostra ha uno scopo celebrativo: delineare la **bio-iconografia** di **Toscani**: fotografo, uomo «**di sinistra**» e **riformista intelligente**. Nato a **Milano** nel 1942, il padre, **Fedele Toscani**, è stato **foto-reporter** del **Corriere della sera** e il cognato, Aldo Ballo, è stato fotografo del **design** milanese. Segue la scuola di fotografia di Zurigo, la **Kunstgewerbeschule**. Toscani scende in campo prima. Appena ventunenne, nel 1963, fotografa **Don Lorenzo Milani** nella **scuola di Barbiana**. Si coinvolge poi nel flusso dei **Beatles** e dei **Rolling Stones** in Italia, con la contestazione e la **reflex** da battaglia, finché, agli inizi degli anni '70, intuisce che il futuro è nell'immagine critica e non nel mito della **rivoluzione**.

Si trasferisce a **New York** e, nel 1973, fotografa il **fondoschiena** di **Donna Jordan** con i jeans della marca **Jesus** e lo slogan “**Chi mi ama, mi segua**”, così per chiarire dove va il mondo. Stanziatosi al **Chelsea Hotel**, ritrae l'**underground** della **Big Apple**: **Bob Dylan** e **Leonard Cohen**, **Iggy Pop** e **Sam Shepard**, **Mick Jagger** e **Joe Cocker**, **Alice Cooper** e **Lou Reed**, **Tom Waits**, **Patty Smith** e **Robert Mapplethorpe**. Frequenta la **Factory** di **Andy Warhol**. Da qui in poi, è un susseguirsi di griffe, loghi e giornali patinati: **Vogue**, **Harpo's Bazaar**, **GQ**, **Elle**, **Missoni**, **Valentino**, **Armani**, **Esprit**, **Prenatal**, **Chanel** ed **Elio Fiorucci**.

Improvvisamente, nel 1982, Toscani ha una nuova **intuizione**, una sorta di conversione: inizia a realizzare particolarissime campagne di **foto 3x6** con il marchio “**United Colors Of Benetton**”. Nelle nuove immagini tratta di **razzismo**, di **fame** nel mondo e di **AIDS**, di **guerre di religione** e di **violenza**, di **omosessualità** e **pena di morte**. Il diaframma tra **pubblicità** e **informazione** è sottilissimo. Nel 2007 investe il **fashion system** – di cui è stato un pilastro – con le fotografie di una **modella anoressica** completamente **nuda**: **Isabelle Caro** (1982-2010), per mostrare i segni della malattia che le case di abbigliamento sfruttano e blandiscono.

Sempre nel **2007 Toscani** avvia il progetto “**Razza Umana**”, ritraendo persone nelle piazze e nelle strade di tutto il mondo: rappresentano il **sogetto collettivo** della **globalizzazione**: **coesistenza**, ma anche **omologazione**, delle

Oliviero Toscani. Il fotografo infallibile

Publicato su gothicNetwork.org (<https://www.gothicnetwork.org>)

differenze. Toscani si è forse illuso di stare innescando una «**rivoluzione culturale**» nel mondo occidentale: l'ironica disillusione degli anni più recenti lo avrà fatto ricredere. Dal 2018 si dedica soprattutto a **FABRICA**, il centro di **ricerca sulla comunicazione** fondato con **Luciano Benetton** nel 1994.

Il **sigillo creativo** di Oliviero Toscani nel campo della fotografia è la **fusione** (fredda?) della foto di *fashion* e di *still life* pubblicitario con la foto di *reportage giornalistico* e di denuncia. Bypassando gli sterili **labirinti della fotografia** come «decima arte», I due generi si contaminano in profondità: lo stile di *still life* assolutizza i soggetti prelevati dalla cronaca giornalistica, d'altra parte la precarietà dei soggetti della cronaca toglie **astrattezza** ai **modelli in studio** ripassati in **postproduzione**. Ne scaturiscono immagini che hanno maggiore **vitalità** e **aggressività** nei confronti del consumatore-utente. Potremmo dire che il Toscani tra i due secoli ha cercato di dare paradossale concretezza a quelle che erano state le **utopie della controcultura** degli anni '60: il **consumatore critico** e il fruitore di notizie ribelle.

Ecco cosa vuol dire il **titolo della mostra**, profondamente **autoironico**: 50 anni di magnifici fallimenti. Da un lato Oliviero Toscani – al di là della **musealizzazione iconografica** e biografica – non crede al profilo da **artista rinascimentale**, con tanto di maestri e discepoli, che gli viene cucito addosso. Sa che nel **mondo della comunicazione visiva** non esistono né genealogie né gerarchie, ma solo il **portafoglio-clienti**, il **marketing** e il **successo commerciale**. Sa anche che il progetto culturale e finanche ideologico da lui avviato e portato avanti, con **Luciano Benetton**, per oltre vent'anni, ha inciso poco sulla cultura di massa e sui valori sociali dominanti.

L' **immaginario pubblicitario** è sempre **fuori tempo**, in ritardo o in anticipo, rispetto al divenire della società e del suo gusto. La **funzione delle immagini** non è di «cambiare la storia», ma di accompagnarla nella direzione verso la quale si è già indirizzata. Di qui i «**fallimenti**», con i quali è intelligentemente impaginata la mostra.

Oliviero Toscani come fotografo ha avuto un colossale successo, diventando un **brand** inossidabile come **Mogol e Battisti** e **Gianfranco Vissani**. Lo è diventato quasi a sua insaputa, replicato e trasportato dal **flusso della comunicazione**: come lo sciatore che lungo il pendio scivola via e supera a gran velocità tutte le porte del tracciato. Suo malgrado – sotto lo sguardo della tv – diventa il **formidabile supporto** di qualche marchio pubblicitario o turistico: il moltiplicatore di un processo che non può controllare se non in piccola parte.

Publicato in: GN23 Anno XI 6 maggio 2019

//

Scheda **Titolo completo:**

Mostra: **OLIVIERO TOSCANI. Più di 50 anni di magnifici fallimenti**

Cura di: Nicolas Ballario

Organizzazione: Arthemisia

Dove: [Museo d'Arte della città di Ravenna MAR](#) [2]

Quando: dal 14 aprile al 30 giugno 2019

Promozione: Comune di Ravenna Assessorato alla Cultura

- [Arte](#)

URL originale: <https://www.gothicnetwork.org/articoli/oliviero-toscani-fotografo-infallibile>

Collegamenti:

[1] <https://www.gothicnetwork.org/immagini/12-olivierotoscanijpg>

[2] <http://www.mar.ra.it/ita/>