

Edito il «notiziario dell'Istituto d'Arte»

# La comunicazione pubblicitaria oggi

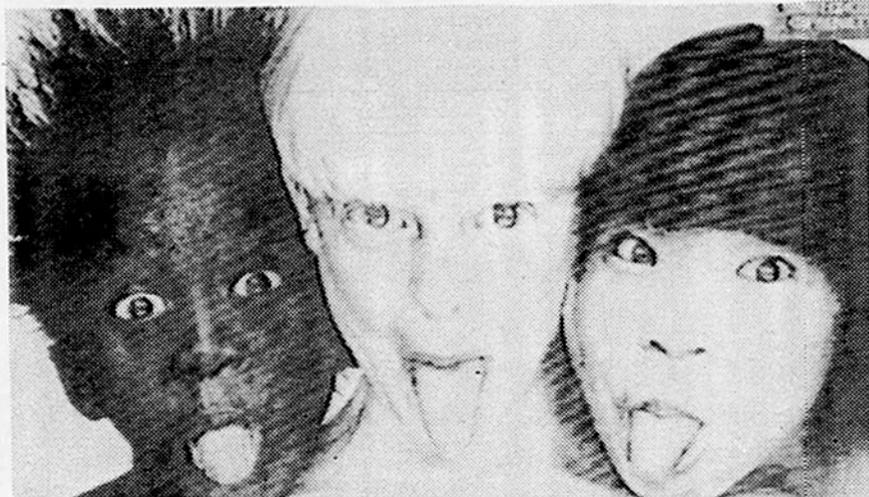
L'Istituto Statale d'Arte «Ossvaldo Licini» di Ascoli, organizzando esposizioni ed incontri con personalità del mondo artistico, sembra voler assumere un ruolo attivo nello sviluppo culturale della nostra città. L'ultimo appuntamento con il noto fotografo Oliviero Toscani - come abbiamo ampiamente riferito - è stato entusiasmante, forse più formativo di tante altre esperienze, sia per i vivi «insegnamenti» specifici sulla fotografia e la comunicazione pubblicitaria, sia per le visioni culturali demistificanti che aiutano a liberare la creatività e a far affrontare la professione ad occhi aperti. Il preside Emidio Angelini, convinto promotore di queste iniziative didattiche, per far dialettizzare la scuola con il mondo dell'arte pura e applicata, con la venuta di Toscani ha fatto stampare un bol-

lettino ISD'A. L'elegante pieghevole illustrato può riuscire utile anche a stabilire un dialogo concreto con l'ambiente su argomenti artistico-culturali legati all'attualità.

«Dialoghi col territorio», infatti, è il sottotitolo di questo primo «notiziario» che, non a caso, contiene una breve storia della pubblicità, a cura del professor Marcello Lucadei. Accanto alle «regole» indispensabili per progettare un buon manifesto, viene tracciata l'evoluzione della «cartellonistica» dalla stagione fin de siècle ad oggi, passando per i suoi protagonisti più significativi: da Leonetto Cappiello (considerato il teorizzatore della manifesto-marchio), a Dudovich, a Depero, agli altri futuristi, fino ai pittori cimentatisi con la grafica come il marchigiano Adolfo De Carolis, Casorati e De Chirico.

**Immagine provocatoria di Oliviero Toscani sull'«unità della razza umana»**

Segue un articolo dell'insegnante Maria Grazia Battistini su «Pubblicità - Comunicazione & Provocazione» e il discorso cade inevitabilmente sulle campagne delle «United Colors of Benetton», di cui è responsabile dell'immagine Oliviero Toscani, il quale sintetizza così il suo credo: «Se provocare significa smuovere qualcosa da un punto fisso, agevolando la comunicazione con altre forme di pensiero, ben venga la provocazione: sono felice di praticarla soprattutto in questo mondo, sempre più incasellato». Con un altro slogan dice: «La pubblicità è il giornalismo più po-



tente». Ed ancora (rivolto a chi gli rimprovera di agire all'interno del sistema produttivo): «La cattiva pubblicità si può distruggere facendo pubblicità. Non l'avrei potuta rimettere in discussione, se non avessi fatto certe campagne...». Tutti concetti che «spiegherà» nel libro critico (senza illustrazioni) che sta scrivendo sull'argomento, dal titolo provvisorio «Croci, svastiche e coca-cola». Nel frattempo, chi desidera informarsi concretamente, può visitare la mostra allestita presso l'Istituto d'Arte con le sue rappresentative immagini elaborate, appunto, per Benetton, che traducono visiva-

mente la sua filosofia, presentate ultimamente, con successo, anche al Museo d'Arte Contemporanea di Pully-Losanna.

Per gli studenti e quanti altri interessati ben vengano, dunque, incontri come quello stimolante con Toscani e pubblicazioni che arricchiscano le conoscenze e sollecitano riflessioni.

La Scuola, proprio per istituzionalizzare l'azione di collegamento con l'ambiente, ha ridefinito i suoi corsi sperimentali di studio i quali prevedono: nell'area compositiva, il disegno industriale con particolare attenzione alla progettazione navale; nell'area comunicativa, la grafica e la pub-

A proposito dell'incontro e dell'esposizione del noto fotografo Oliviero Toscani Come avviare la dialettica scuola-territorio

blicità; nell'area dei beni culturali, il rilievo e la catalogazione con arte e restauro del libro. Quest'ultimo corso è stato proposto al fine di rispondere all'esigenza di valorizzare un patrimonio locale che altrimenti andrebbe perduto.

Recentemente l'Istituto ha diffuso anche una «guida ragionata» riguardante l'assetto della struttura scolastica, gli orientamenti per il proseguimento degli Studi e le prospettive per l'inserimento nel mondo del lavoro.

Intanto, è stato preannunciato il prossimo incontro con Carlo Arturo Quintavalle, curatore del Centro Studi e Archivio della Comunicazione dell'Università di Parma, critico d'arte di Panorama e di altre testate, particolarmente esperto in fotografia, arte grafica e comunicazione.

(Luciano Marucci)