

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ ΙΙΙ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ

vi

Η διαφημιστική εικόνα μέσα στον χρόνο (β)

Μια ιδιαίτερη στρατηγική διαφήμισης – Oliviero Toscani/ Benetton

από την δεκαετία του 1980 έως το 2025

Οπτικές 'προκλήσεις' για αύξηση πωλήσεων της εταιρείας

United Colors of Benetton



1985



1989

United Colors of Benetton



1991



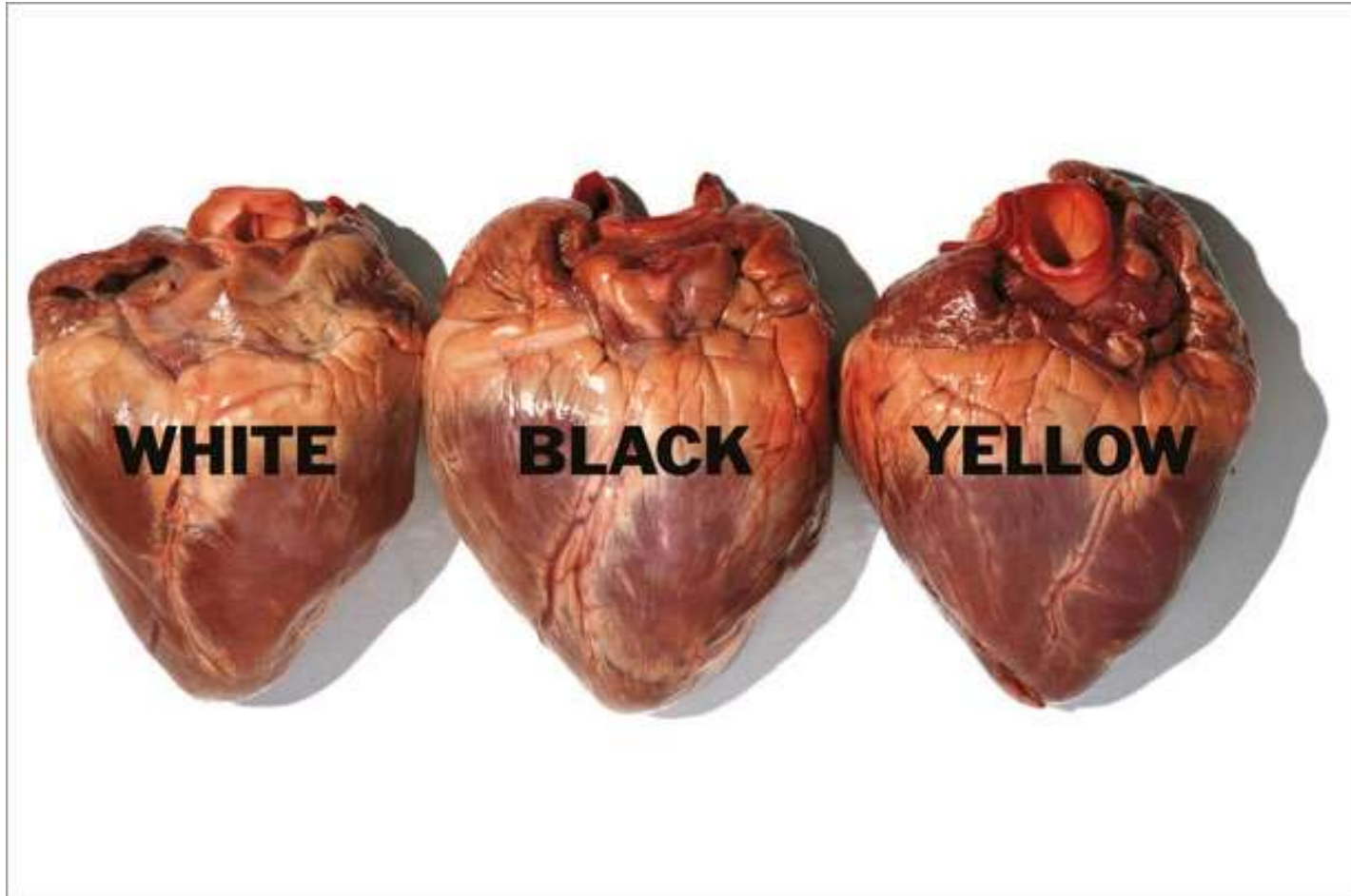
1991

United Colors of Benetton



1991

United Colors of Benetton



1996

Benetton, εισαγωγή σειράς 'προκλήσεων'



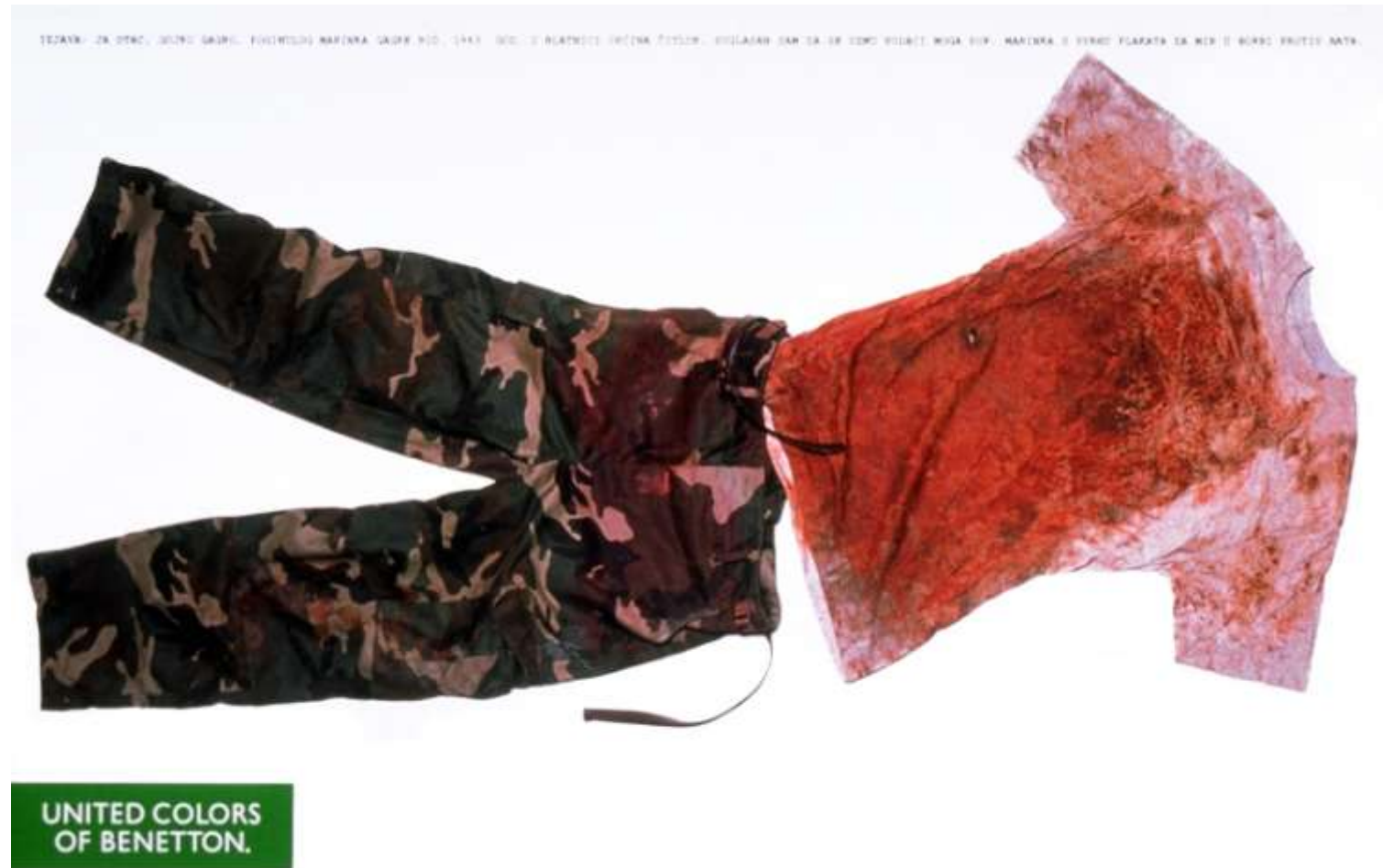
Ετοιμοθάνατος με AIDS, 1992 (φωτογραφία Theresa Frare)

Benetton, 'προκλήσεις'



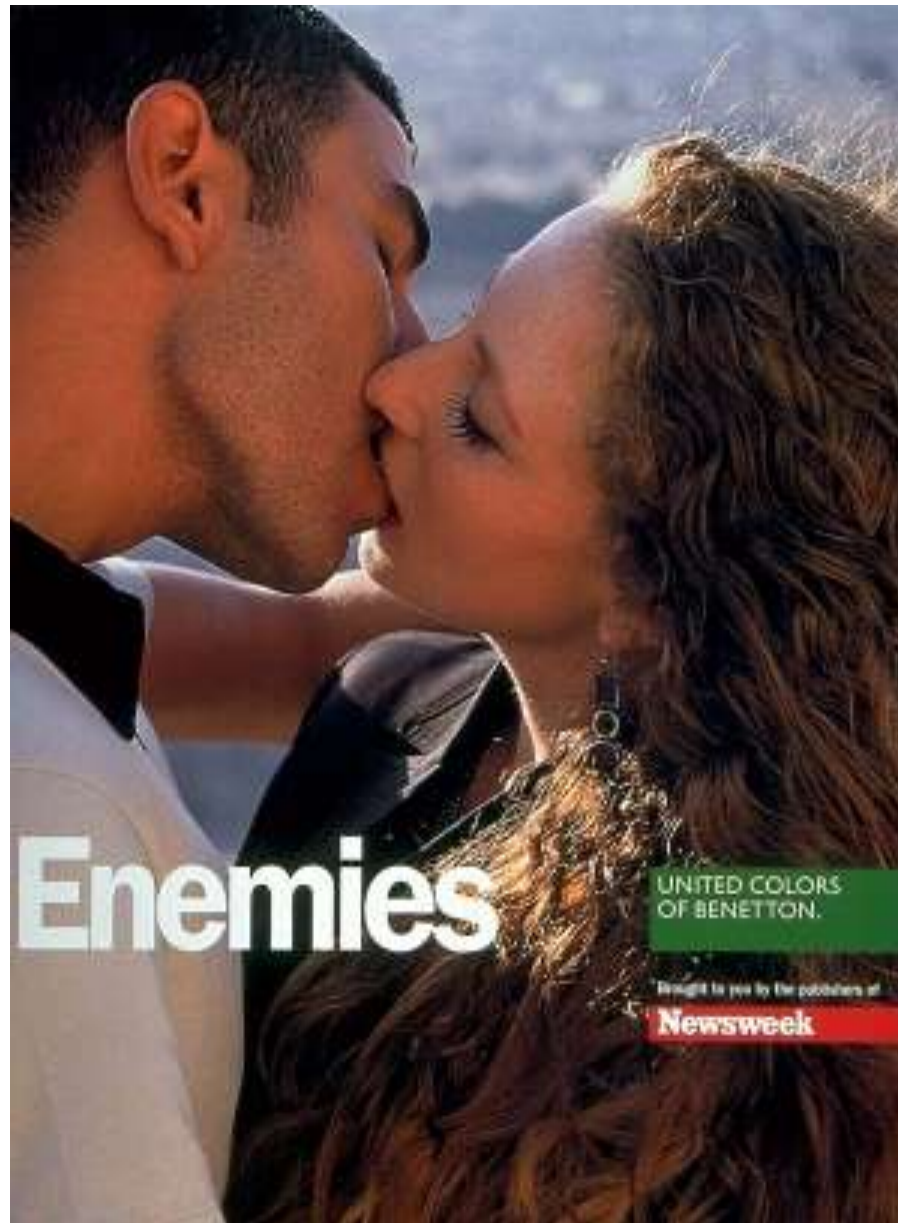
Εμπρησμός αυτοκινήτου, Σικελία 1992 (φωτογραφία του Gian Luigi Bellini)

Benetton, 'προκλήσεις'



Πόλεμος της Γιουγκοσλαβίας, 1994 (τα ρούχα ανήκαν στον Marinko Gagro, νεκρό εικοσάχρονο Κροάτη στρατιώτη)

Τέλος 20^{ου} αιώνα – Benetton, Enemies



1998

Αρχές 21^{ου} αιώνα – Benetton, Unhate



Unhate, 2010's (Berlusconi/ Merkel)



Unhate, 2010's (Πάπας Benedetto XVI/ Ιμάμ Ahmed el-Tayeb)



Unhate, 2010's (Hu Jintao/ Obama)

Oliviero Toscani/ Benetton,

Διαφήμιση μέσα από την 'εικονοποίηση' παραστάσεων



UNITED COLORS
OF BENETTON.



UNITED COLORS
OF BENETTON.

© 2000 United Colors of Benetton. All rights reserved.



1992 (φωτογραφία του Franco Zecchi, 1982)



1996

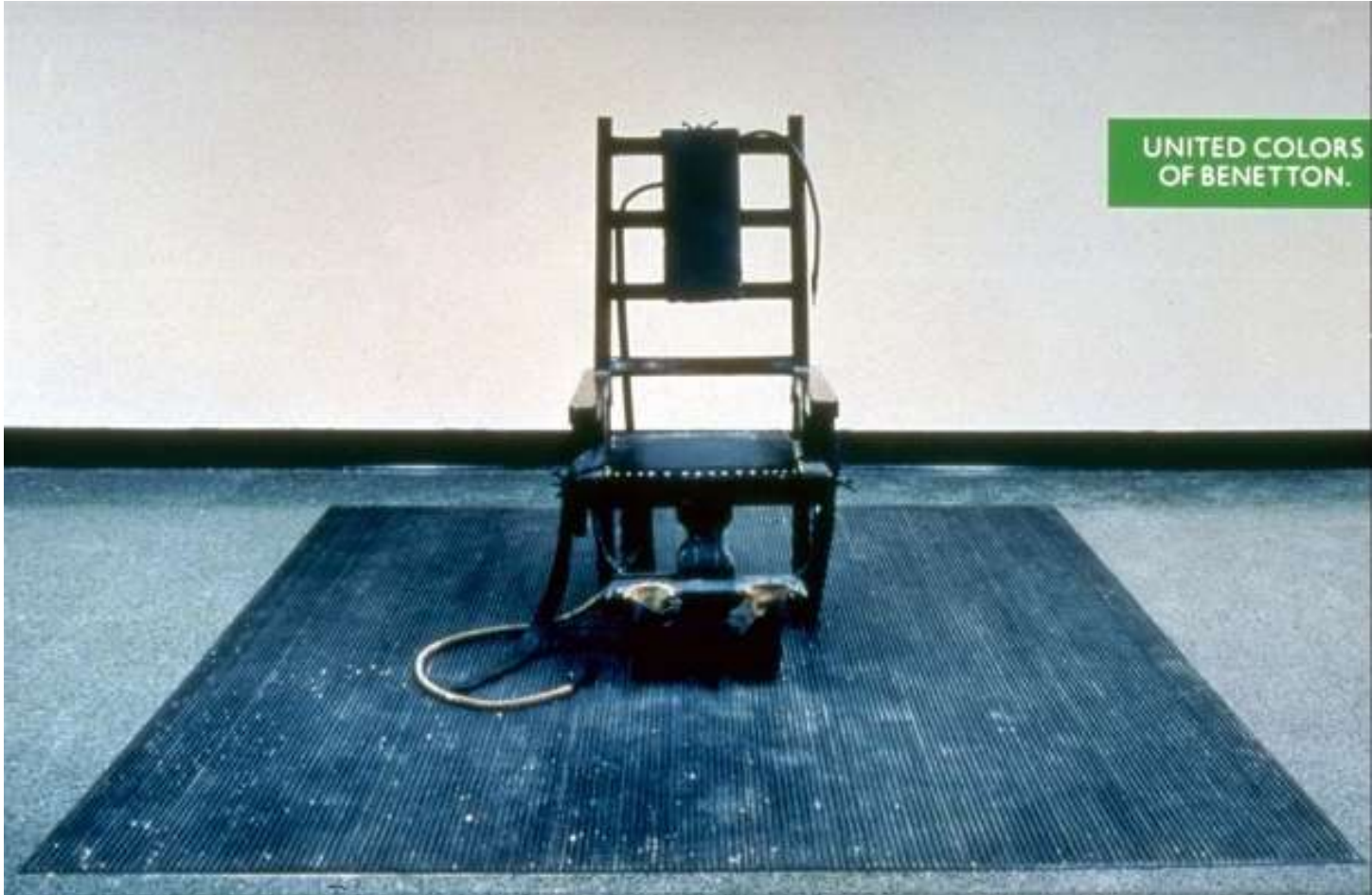


2018

Oliviero Toscani/ Benetton,
δεκαετία 1990

Ένα όριο προς μη υπέρβαση: η αναίρεση της εικονικής πραγματικότητας

1990, Death Row – ένα λάθος στρατηγικής



UNITED COLORS
OF BENETTON.



SENTENCED TO DEATH

JEROME MALLET / FROM L'ESPRESSO TO L'ESPEIRANCE / FROM THE BOSTON BOMBERS / CENTRAL BOARD OF APPEALS

SENTENCED TO DEATH

JEREMY CRITCH
DROPS A BOMB IN OMAHA, NEBRASKA
CHARGED WITH MURDER, ROBBERY,
AND SEX OFFENSES IN CONNECTION WITH THE
ATTORNEY GENERAL'S OFFICE

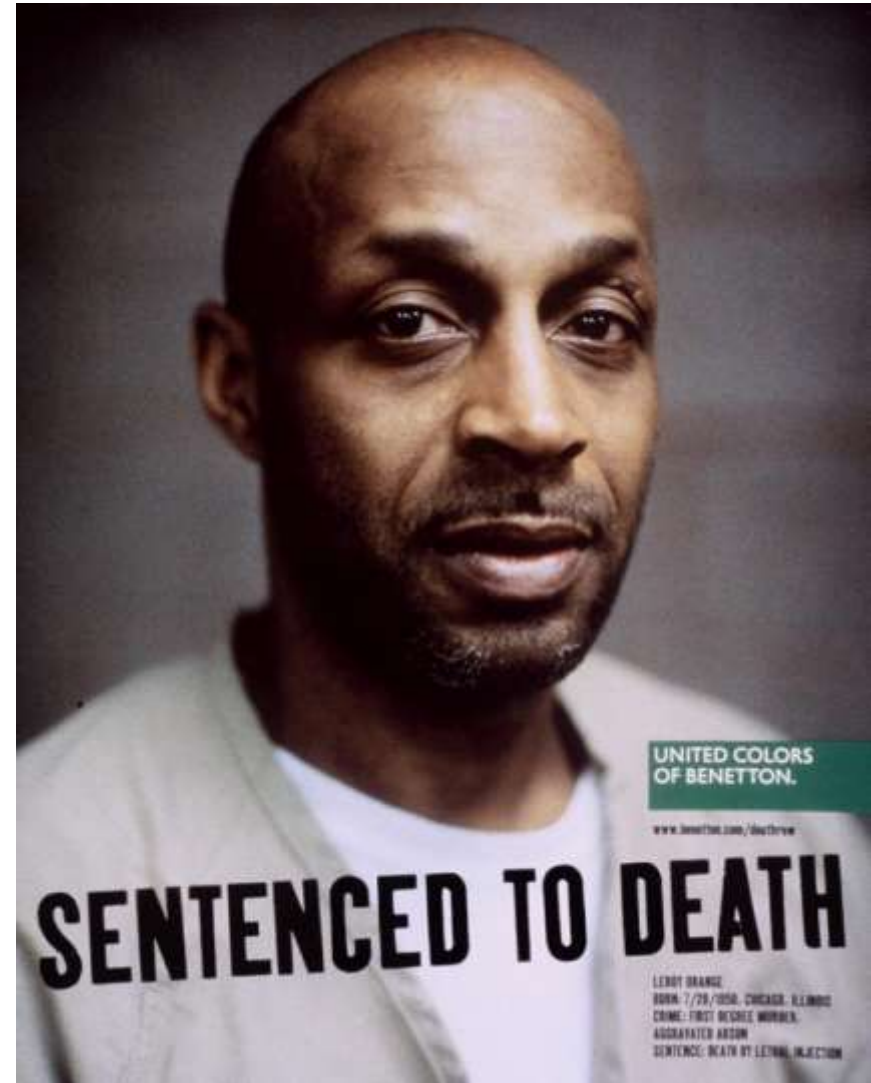
UNITED COLORS
OF BENETTON.

www.benetton.com/060706

Toscani tried to use his images to voice his abhorrence of the death penalty and to raise concerns about miscarriages of justice. The reaction and consequent campaign by those in support of execution, which included one family whose son had been murdered, was to lose Benetton a contract with Sears department store for 100 Benetton stores. On this occasion, when ambiguity was removed and when Toscani tried to attack the conservative ideologies of America, Benetton lost revenue and enormous potential revenue. The experience highlights beautifully the limitations of advertising and its inevitable ideological position of upholding hegemonic ideas and ideals. Issues can be used to enhance and decorate the spectacle but cannot be seriously discussed. The key interest of advertising is profit. As Luciano Benetton articulated after the incident: "Campaigning is not my subject, I am an entrepreneur".

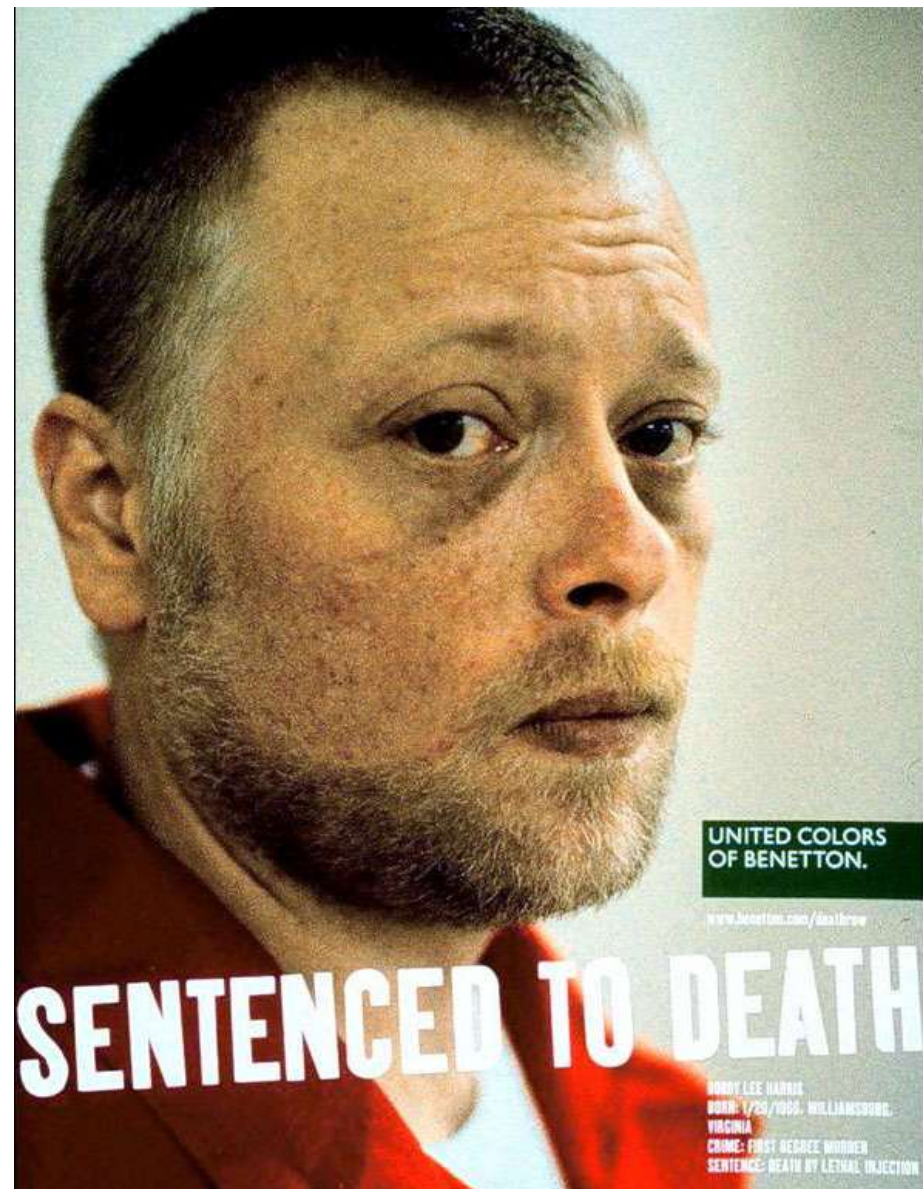
A.Ramamurti (2008), *Benetton, Toscani and the Limits of Advertising*

Oliviero Toscani/ Benetton, Death Row



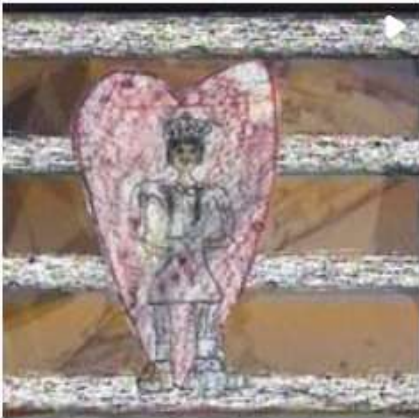
Oliviero Toscani/ Benetton, Death Row

Οι προηγούμενες από την «Death Row» διαφημιστικές σειρές της Benetton στόχευσαν (και πέτυχαν) στην σύσταση μη ρεαλιστικών περιβαλλόντων, των οποίων βασική λειτουργία υπήρξε, τελικά, η σύνδεση του λογότυπού της με διαφορετικές εκφάνσεις 'εικονικού υπερρεαλισμού'. Όταν η αναφορά της διαφημιστικής σειράς εντοπίζεται σε μια επώδυνη, υπαρκτή πλευρά της αμερικανικής κοινωνίας, αυτοαναιρείται η διάσταση εικονικότητας των διαφημιστικών σημάτων, πράγμα που όμως αποτελεί το κύριο λειτουργικό χαρακτηριστικό του συνολικού εγχειρήματος: ξαφνικά οι εικόνες παύουν να ανάγουν σε εικονική πραγματικότητα, μετατρέπόμενες εδώ σε καθαρές εικόνες τεκμηρίωσης, προκαλώντας άμεσα την αποτυχία του διαφημιστικού μηνύματος.



διαφημιστική φωτογραφία στις μέρες μας

21^{ος} αιώνας, αλλαγή δεδομένων δεκαετιών



Sharna Osborne, Photographer/Filmmaker, 04/2022

Sharna Osborne, Lo-fi Brilliance



https://www.youtube.com/watch?v=frF_gbjrs4&t=6s

BIMBA Y LOLA, κατάλογος γυναικείων τσαντών 2026

Free Tote Bag on all new collection orders over 900.000 COP

Free Tote Bag on all new collection orders over 900.000 COP

BIMBA Y LOLA

NEW HIGHLIGHTS GIFTS BAGS CLOTHES SHOES ACCESSORIES WALLETS JEWELRY SPECIAL PRICES



View 4 | 8 Filters (+)



Red shoulder bag
\$1.160.000



⊕ **COMING SOON**
Dark cherry leather plaited medium bag
\$1.595.000



COMING SOON
Gold leather plaited medium bag
\$1.595.000



COMING SOON
Dark cherry leather plaited medium bag
\$1.595.000

Sharna Osborne, Bimba y Lola (Vogue Italia)



<https://www.youtube.com/watch?v=RiDXzoNoWDM&t=14s>

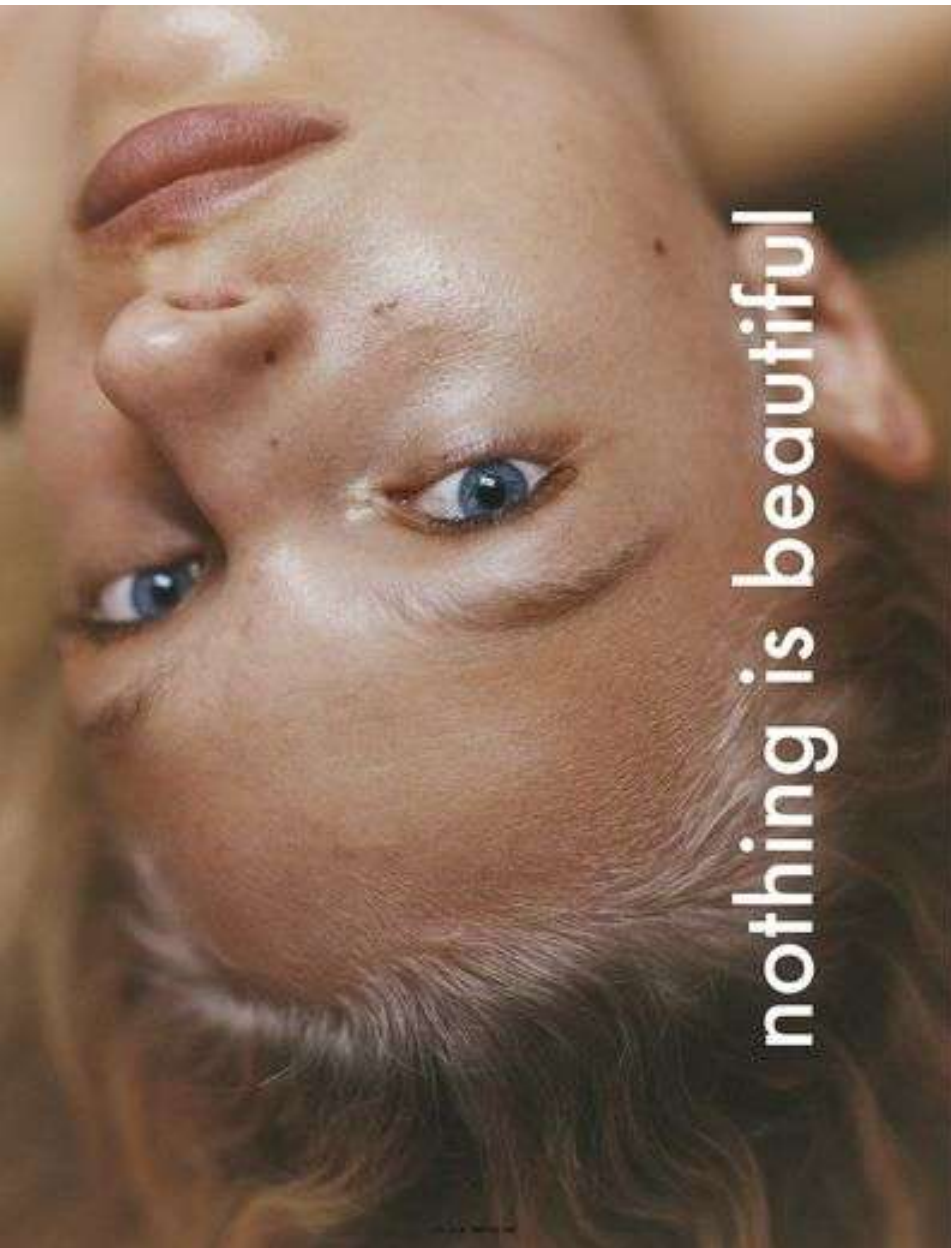
<https://www.youtube.com/watch?v=1gufJaZv6BM>



01:21

The London-born photographer and filmmaker has built a reputation in the fashion industry for his candid, sun-soaked photography. In fact, he is the only person to be commissioned by Phoebe Philo to shoot a Céline campaign (Resort 2015) other than Juergen Teller. Lebon's evocative portraits often focus on perceived imperfections, ruminating on the question of what beauty is.

Από τις αρχές του 21^{ου} αιώνα – μια νέα διάθεση διαφήμισης



Tyrone Lebon, Nothing is Beautiful, i-D Magazine, χειμώνας 2014



Tyrone Lebon, Nothing is Beautiful, i-D Magazine, χειμώνας 2014



Tyrone Lebon, Nothing is Beautiful, i-D Magazine, χειμώνας 2014



Tyrone Lebon, Nothing is Beautiful, i-D Magazine, χειμώνας 2014



Tyrone Lebon, Nothing is Beautiful, i-D Magazine, χειμώνας 2014



Tyrone Lebon, Nothing is Beautiful, i-D Magazine, χειμώνας 2014

Από τις αρχές του 21^{ου} αιώνα – μια νέα αντίληψη του κόσμου
Από τις αρχές του 21^{ου} αιώνα – μια νέα διάθεση διαφήμισης



Juergen Teller, Red Kate, Λονδίνο 1998



Juergen Teller, Teenager, Suffolk 2010



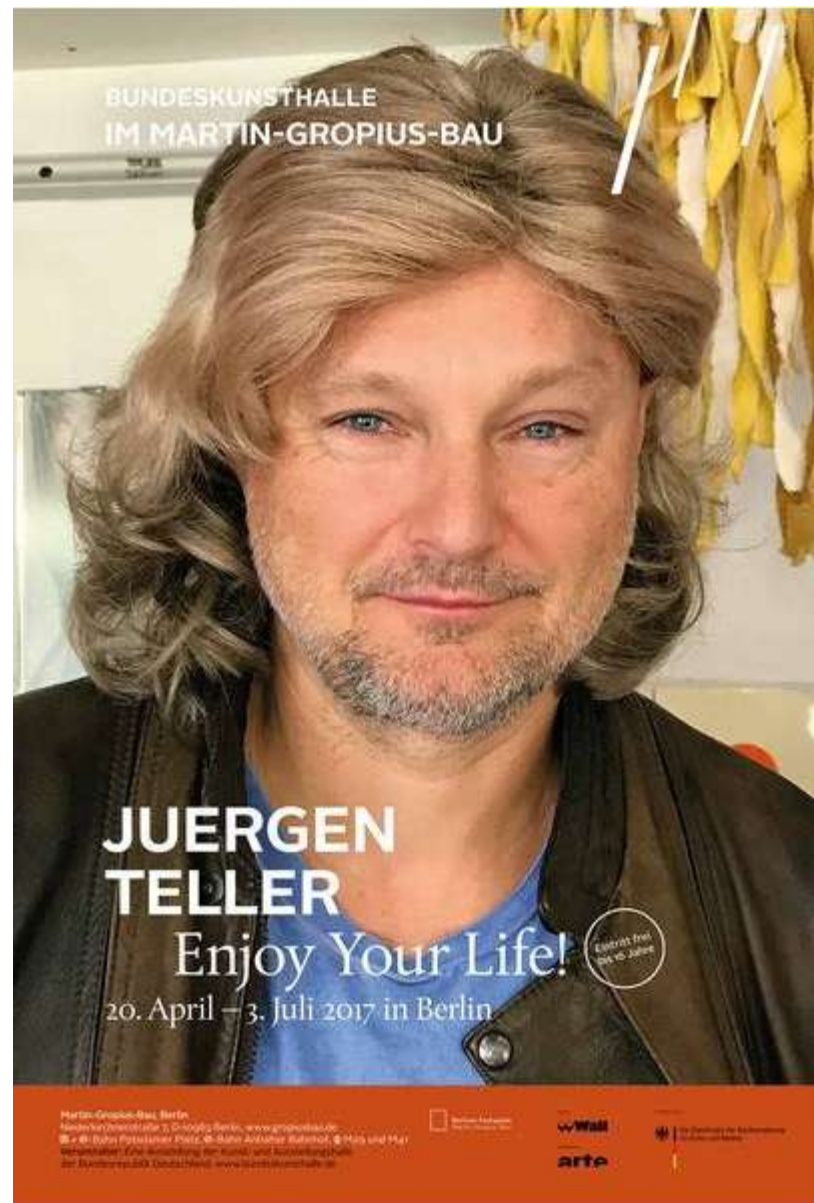
Juergen Teller, Kate Moss, Gloucestershire 2010

Juergen Teller,
Céline 2020





Juergen Teller,
The Nipple,
Photobook,
2020



Juergen Teller, BoF Voices 2019

https://www.youtube.com/watch?v=_gdFwKiKf_8