

INGAMAJ BECK om Oliviero Toscani och konsten att sälja tröjor med

■ ■ Är detta reklam? Får reklam se ut så här? Kan reklam vara konst? INGAMAJ BECK diskuterar historiens mest utskälda reklam - och berättar om upphovsmännen: bakom Benetton's omdebatterade kampanjer står en tröjfabrikant som nu blir politiker - och en konstnär som säger att han är världens lyckligaste. Han vill upplysa och väcka människors sociala medvetande.

Och efter tröjorna kommer en världsspridd tidning, ett stort filmprojekt och en internationell form- och designhögskola. Bara ett ovanligt sofistikerat sätt att kränga tröjor - eller...?

Världens friaste och lyckligaste bildkonstnär

Vem är denne Benetton, frågade Gorbatsjov, när han på statsbesök i Paris möttes av United Colors of Benetton's reklamkampanj: jättelika fotografier längs Champs Elysées, visande två barn som pussades, den ena insvept i amerikanska flaggan, den andre insvept i den sovjetiska.

Det var 1984.

När årets reklamkampanj från United Colors of Benetton lanserats frågar sig folk, upprörda, återigen: vem är denne Benetton - och hur har man mage att sälja tröjor med hjälp av AIDS, krig, maffiamord, båttflyktningar och sopor?

Svaret är enkelt. Benetton är en tröjfabrikant som just i dagarna begett sig in i italiensk politik, som republikansk riksdagskandidat. Luciano Benetton är skuggan bakom Oliviero Toscani, en bildkonstnär, som säger att han är lycklig: han har utrymme för 1.000.000 dollar, i bästa, globala bildmedierna, för eget bruk, varje år - år efter år. Han kan visa vilka bilder han vill. Han är världens friaste bildkonstnär. Hans konst sponsras med hjälp av 4 procent av tröjeförsäljningens vinst, varje år. Och han når en större publik än någon annan samtida konstnär.

Men de där förbaskade tröjorna, då. Det är ju tal om reklam, eller hur?

Tröjorna är ett återkommande argument, när Toscani's bilder kritiserar. Det är tröjornas fel att hans bilder i världssammanhang är de genom tiderna mest utskälda; att de mötts av våldsamt kritik från etniska grup-

per, kyrkan, vanliga människor, åklagarämbetet, JO osv osv. Inga andra bilder lhar censurerats så ofta och drabbats av så höga skadestånd. Inga bilder i världshistorien har åstadkommit så högljudda krav på förintelse - om man bortser från medeltidens ikomoklaster, bildstormarna som rensade kyrkorna för hundraåriga bildskatter i hysterisk försök att komma närmare gud.

Men tröjorna då - de som inte ens syns på bilderna? Hur kan det vara deras fel att en oskyldig bild på två pussande barn (eller en svart och en vit baby på pottan, eller en svart mamma med ett vitt barn i famnen, eller en nyfödd baby i barnmorskans händer) leder till rättegångar, skandalartiklar, censur (tidningar som Elle och Esquire har flera gånger vägrat ta in Toscani's bilder på annonsplats) och allmän förargelse. Är det tröjorna som bestämmer - eller bilderna?

Jag är världens friaste bildkonstnär, säger Oliviero Toscani. Han är utbildad vid Konstnärskolan i Zurich i början av 60-talet och har arbetat som reklamfotograf, filmare och dokumentärfotograf sedan dess. 'Om jag arbetade åt kulturministeriet eller Guggenheim, skulle jag vara mycket mindre fri.'

Frihet - när man gör reklam för tröjor?

Frågan om konstens frihet är inte ny; frågan om reklamens ofrihet är det inte heller. Radikala bildkonstnärer har under flera decennier i bilder, performances, installationer och diskussioner försökt påvisa varför 'den fria konstnären' inte bara är en

myt, utan en riktigt gammalborgerlig och hycklande lögn. Konsten är och har aldrig varit fri. Håfström, Kiefer, Lövdahl är lika beroende av kapitalet (statens eller andras) som någonsin en arbetare är av hög- och lågkonjunktur. Utan sponsorer ingen 'fri kultur'. Utan statsliga arbetsstipendier ingen 'fri' litteratur. Utan Nobels vapenindustri inga nobelprisförfattare. Utan subventioner ingen antikommersiell kultur. Och inte var det bättre förr: Michelangelo fick 'sina' kvadratkilometer till 'sitt' förfogande i världens 'mesta' offentliga rum - Vatikanens Sixtinska kapell - enkom därför att Vatikanens maktcentrum tyckte att han skulle få göra det.

Michelangelos bilder fick underordna sig sin tid kapital; Toscani's bilder betalas av Benetton. Om Vatikanens försäljning av tro anses 'renare' än Benetton's försäljning av tröjor så beror det på bristande verklighetsinsikt. Samma bristande verklighetsinsikt som resulterar i att konstnärer som sponsras av choklad (Ludwig i Köln) anses 'friare' än en Toscani som sponsras av tröjor (Benetton i Treviso).

Var går då gränsen mellan 'den fria konsten' och den 'ofria reklamens'? om Toscani hade visat sina fotografier med en annan logotype än Benetton's, tex Guggenheims eller Moderna Museets, hade då de monumentala dokumentära fotografierna av samtidens globala problem mötts med utrop som 'bullshit', 'cynism', 'exploatering av de svagare' - så som det lät på presskonferensen i Stockholm nyligen, när Toscani-

Benetton presenterade årets bildprojekt för nordiska journalister och fotografer.

Om Michelangelo målade de hemlösa, svältande och utfattiga människorna på Sixtinska kapellet's väggar, lät han då dessa människor exploateras av kapitalet? Eller är det endast när affärsdrivande

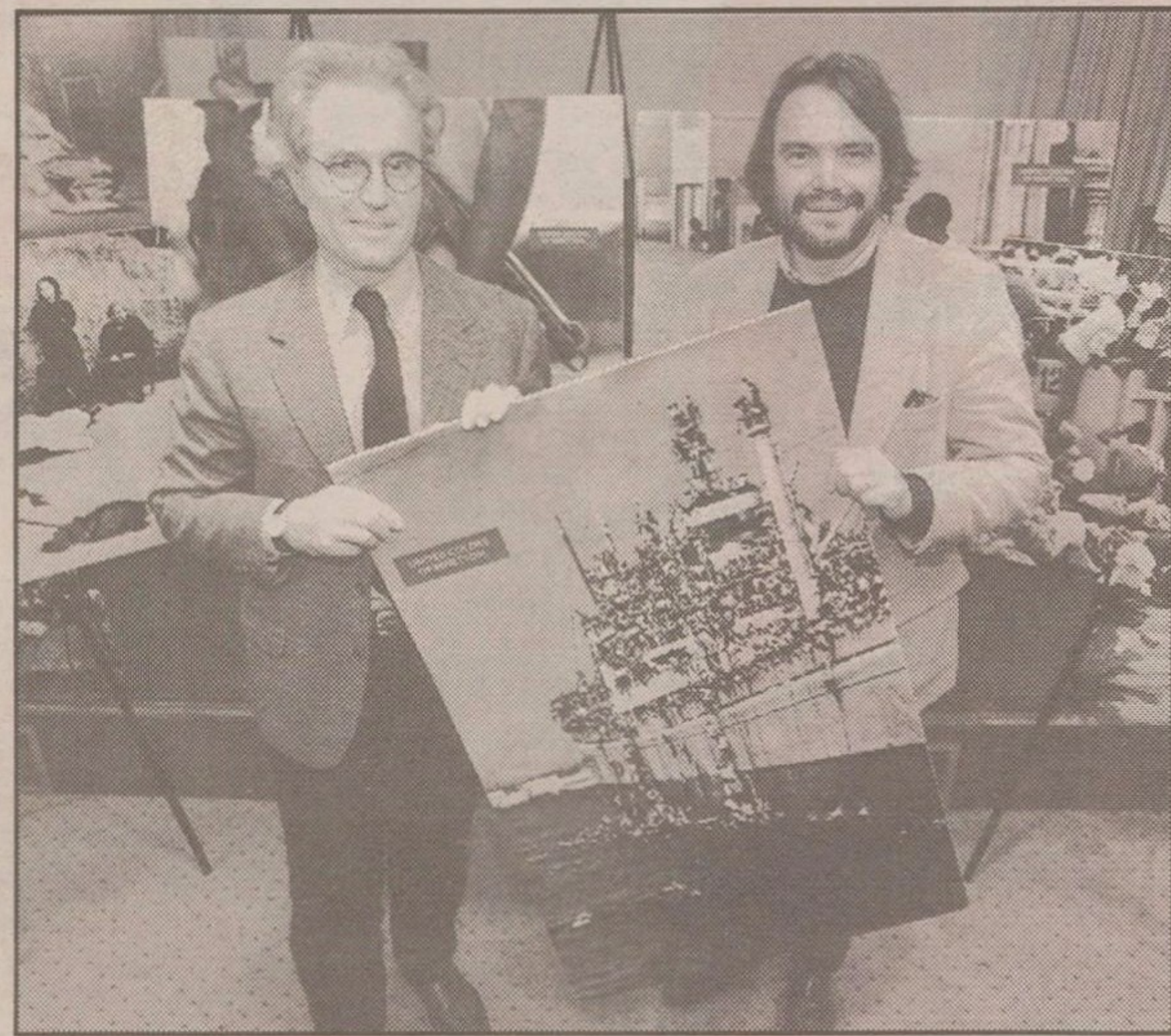
företag öppet stödjer konsten som kritikerna samstämmigt ropar om 'köpta konstnärer' och 'cynism'? I så fall har diskussionerna om statens centralistiska och totalitära roll i förhållande till kulturen och debatten kring bildkonstens ekonomiska situation idag inte lett till någon insikt alls.

Oliviero Toscani har varit verksam som fotograf sedan han var tonåring. För snart 20 år sedan började han arbeta med fotografierna till Benetton's kollektionskatalog. Därifrån gick vägen snabbt fram till mycket stora, globala fotografiska projekt. Hans första världsskandal var bilderna för 'Jesus Jeans', där han låtit inkopiera ett par jeans mellan Gud och Adam, i Michelangelos fresk från Sixtinska Kapellet.

80-talets mest framgångsrika kampanj "United Colors", med etniska grupper i mångfärgade kläder, övergick efter några i ett flertal projekt med helt ny inriktning. Idag leder Toscani en global filmproduktion där gatumusiken dokumenteras av arton filmteam; dessutom startas i vår tidningen Colors som trycks på fem språk i en upplaga på en miljon exemplar. Det är inte en reklamtidning för United Colors, utan en månadstidskrift till försäljning och dess första nummer innehåller stora bildreportage om bl. a. Flyktningar, ekologiska problem, matkulturer i olika länder, kvinnohandel, återbrukskonst, frisyrer och barns lekar. Naturligtvis fortsätter Toscani även som chefsfotograf för United Colors of Benetton's reklamer och kataloger, i mån av tid.

'Reklamens värld är falskhetens värld, säger Oliviero Toscani; det är den lättaste vägens värld, och den är skrämmande monopoliserad, även på det idemässiga planet. Alla ska vara lika, unga, starka och lyckliga. Men så ser världen inte ut.'

Själv vill Toscani visa olikheten som en bärande princip, mellan människor och mellan kulturer. Hans egna barn bär namnen Rocco, Lola och Ali. Sedan 1983 har han i bild försökt visa samma idé. Utvecklingen i hans konstnärskap går från de anarkistiskt optimistiska fotografierna från 80-talets början (Je-



Fotografen Oliviero Toscani, t h, tillsammans med sin sponsor, Luciano Benetton, fabriker och politiker. Årets globala kampanj är den största någonsin; den har redan stoppats i ett flertal länder under hänvisning till reklambranschens etiska regler; enligt upphovsmannen rör det sig inte om reklam.

1988: 609 Lag (1988: 6)

Människa se död

Märkt virke se virke

Lag & ordning

■ ■ Att reglera mänsklig verksamhet, är som bekant inte någon tack-sam uppgift. Generation efter generation av idogt arbetande jurister har kämpat med att utforma den text som styr våra liv. Svensk författningssamling är inte heller det allra mest lättöverskådliga verk som finns på svenska språket. Men på sina ställen lyser lag-skrivarnas veder-mödor fram i klar poesi. Söker man t ex uppslagsordet människa i registret finner man tre små ord: "Människa se död".

Erik Tängerstad

Strutsorgie på Orienteatern

Föreningen för eftersatt musik och Orienteatern, tillsammans utlovas. Ett främmande rum att stiga in i, och en musikalisk världsunion med annorlunda symboler, klanguppfattningar och berättar-traditioner.

Men andra ord, en äkta "Strutsorgie". Från den ena ytterligheten till den andra går den orgiastiska färden; övertonssång från Tuvini-en, rockgruppen Kungurturk med

basstrupsång från Sibirien, västafrikanskt trumpet, svenska Härjedalspipor, Orions Krukor, Dansmästarens Död och japansk Taiko-musik.

Finns en röd tråd i världens samlade minoriteters musik? Är all musik i grunden en primitiv trefoting? En aldrig vandrare och vägvisare?

Låt oss höra.

Jorden slutar snurra kring sin axel när tuvinierna från södra Sibirien framför sin fullständigt enastående sångkonst. De är så olika oss dessa mänskliga mungigor, som rider på övertoner och sjunger flerstämmigt halssång med sig själva.

Ett tiotal visslande övertoner presas fram över en brummande bas. Det bor en shaman i varje tuvini.

I nästa ögonblick befinner man sig på hov hos japanska taikotruslagare, där gränsen mellan kamp-sport - tex kendo - och musik verkligen är härfin. Samma vrede, sorg och protest. Samma ädla konst i koncentration att släppa förbi en motståndare (den andra trummisen) genom att utnyttja hans styrka.

"Slå inte ett slag"! Taikomusiken är höjden av knapphet och mångahanda musik och kanske just därför så förtrollande.

Mikael Strömberg

Irländsk pubkväll

med Ralphy Doyle från Dublin och irländsk musik

Tisdag 14 april kl 18-20
ABF-huset, rest. Cirkeln,
Sveavägen 41

ABF STOCKHOLM

HEMLÖSA, HUNGRIGA OCH FRUSNA

En fotoutställning om bostadslösa i Storbritannien
ABF-huset, Sveavägen 41
13-15 och 21-24 april

ABF STOCKHOLM