

FABRICA LES YEUX OUVERTS

FABRICA: LES YEUX OUVERTS

19 de octubre - 11 de noviembre 2007

Presentación a la prensa

Viernes 19 de octubre, 11.30 horas

Coordinador de la muestra

Marie-Laure Jousset

*Directora del departamento de Diseño
del Centro Pompidou*

Jefe de proyecto Fabrica Les Yeux Ouverts

Alfio Pozzoni

Diseño gráfico

Studio Santachiara

Presentación gráfica

Fabrica

Shanghai Art Museum

No. 325, West Nanjin Rd.,
Shanghai, China, 200003

Fabrica

Via Ferrarezza
I-31020 Catena di Villorba (TV)

Gabinete de prensa Fabrica

Tel.: +39 0422 516309

Email: fabrica@fabrica.it

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

Índice

- 1 – Nota de prensa pág. 3
- 2 – Proyectos en exposición pág. 4
- 3 – Imágenes para los medios de comunicación pág. 9
- 4 – Información práctica pág. 12

FABRICA LES YEUX OUVERTS

1. Nota de prensa

**La exposición del Centro Pompidou tendrá lugar en el Museo de Arte de Shanghai
FABRICA: LES YEUX OUVERTS**

Del 19 de octubre al 11 de noviembre de 2007

La exposición *Fabrica: les yeux ouverts*, comisariada por el Centro Pompidou, pone rumbo a China y, aceptando la invitación de la Fundación para el Desarrollo Cultural de Shanghai, podrá verse del 19 de octubre al 11 de noviembre en el Museo de Arte de Shanghai, dentro del marco del Festival eArts de dicha ciudad. La exposición continúa así su periplo itinerante, que dio comienzo en París en octubre de 2006 y prosiguió su viaje por la Trienal de Milán en el verano de 2007.

"El Centro Pompidou se siente honrado de responder a la invitación de la Fundación para el Desarrollo Cultural de Shanghai, habida cuenta que la exposición sobre la obra de Fabrica ha cosechado un gran éxito de visitantes. El nutrido público ha podido así apreciar un universo interactivo que le invita a experimentar sensorialmente y a relacionarse con la mirada de Fabrica, siempre dirigida hacia el resto del mundo", afirma Marie-Laure Jousset, directora del Departamento de Diseño del Centro Pompidou y comisaria de la exposición *Fabrica: les yeux ouverts*.

En las salas de estilo años 20 del Museo de Arte de Shanghai, la exposición presenta una articulada panorámica de los proyectos realizados a lo largo de los años en Fabrica, el centro de investigación sobre la comunicación del Grupo Benetton. El visitante encontrará tanto proyectos de documentación (la revista COLORS y los reportajes fotográficos) como de experimentación (vídeo, comunicación visual e instalaciones interactivas que invitan a participar activamente en la exposición realizando una aportación propia).

Fabrica es un lugar de experimentación e innovación nacido en 1994 por iniciativa de Luciano Benetton y Oliviero Toscani para conjugar "cultura" e "industria" en un experimento sin precedentes, partiendo de la experiencia de un grupo presente en más de cien países del mundo entero. Con sede en un complejo arquitectónico situado a las afueras de Venecia, restaurado y ampliado por Tadao Ando, Fabrica ofrece a los jóvenes creadores de todo el mundo una beca de estudios de un año para que, guiados por un equipo internacional de expertos, puedan desarrollar sus propios proyectos en distintos sectores como artes gráficas, cine, diseño industrial, edición, nuevos medios y fotografía.

El viaje por Extremo Oriente de *Fabrica: les yeux ouverts* continuará en enero, cuando la Trienal de Milán presentará el proyecto en el espacio dedicado al diseño italiano dentro del Centro Creativo ShiodomeItalia de Tokio.

Octubre 2007

www.fabrica.it/shanghaipress

www.centrepompidou.fr

www.benettongroup.com/press

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

2 – Proyectos en exposición

A lo largo de tres áreas, la exposición *Fabrica: les yeux ouverts* ofrece al público una visión global de los proyectos más significativos de Fabrica desde sus inicios. El montaje de la exposición permite una suave/tranquila transición de un proyecto a otro, lo que subraya la naturaleza interdisciplinaria de las variadas actividades de investigación.

Los visitantes pueden explorar la vocación documental de Fabrica con *Colors Notebook*, un proyecto desarrollado junto a *Reporteros Sin Fronteras* y con *I SEE*, un grupo informador de seis jóvenes fotógrafos a lo largo de seis grandes áreas geográficas del mundo. A esto le sigue la experiencia interactiva que presentan los experimentos cognitivos y sensoriales desarrollados por los equipos de Fabrica (*Flipbook!*, *Get in Touch*, *Fabrica Virtuale*, *Evidence*, *We are the time*. *We are the famous and Stock Exchange of Visions*).

Un gran espacio ocupa también la actividad esencial de Fabrica- la comunicación visual: artes gráficas, fotografía y video son las herramientas que Fabrica pone al servicio de sus socios, que incluyen varias instituciones y organizaciones no gubernamentales. Los proyectos presentados comprenden dos campañas publicitarias globales, *Violence* (2003) para la Organización Mundial de la Salud, *Food for Life* (2003) para el Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas y una serie de autorretratos realizados por estudiantes de Fabrica (*Selfportraits*).

Colors Notebook (2006-2007)

Redacción de COLORS Magazine (Italia)

COLORS Notebook, realizado en colaboración con *Reporteros Sin Fronteras*, se publicó en abril de 2006, con páginas en blanco para dar voz a quienes no la tienen. Son 30 000 las copias que han llegado hasta los puntos más lejanos del mundo y han ofrecido a niños sudafricanos, sacerdotes canadienses, astronautas, discapacitados, artistas y gente común, la posibilidad de expresarse. Más de 1000 copias volvieron a Fabrica con sus mensajes. Fundada en 1991, la revista *COLORS* se publica en cuatro idiomas y se vende en más de 40 países.

I see (2006)

Olivia Arthur (Reino Unido), *Adam Huggins (Canadá)*, *Ashley Gilbertson (Australia)*, *Leonie Purchas (Reino Unido)*, *Lorenzo Vitturi (Italia)*, *Philipp Ebeling (Alemania)*

Un viaje físico y visual para explorar las tendencias actuales del desarrollo histórico, cultural, artístico, social y económico. "I see" –literalmente: yo veo– significa también "yo miro" y "yo entiendo". Seis fotógrafos de Fabrica han elegido una historia para representar seis grandes áreas geográficas: América del Norte, América del Sur, Oriente, Extremo Oriente, África y Europa.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

The middle distance

Olivia Arthur (Reino Unido)

Por medio de las historias de mujeres jóvenes que viven en países euroasiáticos, a caballo entre este y oeste, Olivia Arthur relata las presiones sociales, culturales y religiosas que derivan del encuentro entre culturas diferentes y de cómo las distintas sociedades reaccionan al cambio.

Death and birth

Ashley Gilbertson (Australia)

Tras haber pasado cuatro años en Iraq como reportero de guerra, arriesgando su vida continuamente, Ashley Gilbertson representa la vida y la muerte de las distintas comunidades que viven en Viena, y muestra al público el valor de la vida, fotografiando el primer llanto y el último respiro.

The Villamil Family - Divided Lives

Leonie Purchas (Reino Unido)

En este reportaje fotográfico, Leonie Purchas profundiza en el concepto de familia y su papel en la sociedad por medio de una galería de retratos de una familia separada geográficamente entre Cuba y Los Ángeles, capturando lo que queda inmutable, aun en contextos sociales diferentes.

Oil will never end

Lorenzo Vitturi (Italia)

Este proyecto de Lorenzo Vitturi encara la cuestión energética, desde la búsqueda de fuentes de energía alternativa y menos contaminantes hasta el agotamiento de los recursos del planeta, y documenta, en particular, el agotamiento de los yacimientos petrolíferos en la región del mar Caspio.

Under the weather

Philipp Ebeling (Alemania)

En un mundo donde los desastres naturales anómalos se están transformando en un evento habitual y en el que los hombres influyen el curso de la naturaleza con su comportamiento, Philipp Ebeling invita a reflexionar sobre el lento y profundo proceso que se está verificando detrás del drama del cambio climático: desertificación, desecación de los ríos, ciudades que crecen a ritmo vertiginoso, expansión caótica de las industrias: fenómenos que determinan contrastes estrepitosos en la vida cotidiana de las personas.

Lines of food: Men and Fishing

Adam Huggins (Canadá) en colaboración con Terra Madre

Terra Madre es un proyecto de *Slow Food* que reúne a los representantes de comunidades de los cinco continentes, con el objeto de desarrollar un nuevo concepto de agricultura sostenible. Adam Huggins retrata a los pescadores de tres continentes distintos (Asia, América y África) en el trabajo y la vida cotidiana, documentando los distintos métodos tradicionales de pesca y su relación con el estilo de vida local.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

Flipbook! (2005-2007)

Juan Ospina (Colombia), con la colaboración de Enrique R. Grullon (Santo Domingo), Maik Bluhm (Alemania), Hans Raber (Austria).

Ganador del Grand Prize del prestigioso Festival Japan Media Arts, *Flipbook!* (<http://www.fabrica.it/flipbook/>) es un proyecto de animación interactiva que permite a cada uno diseñar y crear su propia historia animada para enviar y compartir en línea. El resultado es una comunidad que cuenta miles de historias breves. *Flipbook!* se ha convertido en unos meses en un auténtico fenómeno en la red, con más de 200 000 animaciones y 15 millones de visitantes.

Get in touch (2007)

Stefano Bergonzini (Italia), en colaboración con Luca Bilotta (Italia)

Una pared sensorial, que pone en relación con un signo gráfico las manos que la tocan y reproduce visualmente la idea de la red, que es el fundamento de la visión del mundo de Fabrica, entendida como interactividad tecnológica y como cotejo ideológico entre culturas diferentes.

Fabrica Virtuale (2005)

Pierre FichEFEUX (Francia), Harun Alikadic (Bosnia), Mathieu Guimier (Francia)

Un 'quake' permite realizar un viaje virtual por Fabrica gracias a un espacio tridimensional *online*, que reproduce con todo lujo de detalles la arquitectura de Tadao Ando. *Fabrica Virtuale* se ha creado a partir del modelo de un motor Quake, basado en el videojuego Quake 3 de ID software. Un equipo de la sección de Interactivos ha desarrollado el concepto y el mecanismo del popular videojuego, recreando un entorno idéntico al de Fabrica, con el que los visitantes podrán interactuar.

Evidence (1995)

Godfrey Reggio (Estados Unidos)

En este cortometraje, con la columna sonora de Philip Glass, el estadounidense Godfrey Reggio, director visionario y autor de *Anima Mundi*, afronta el tema de la relación de los niños con la televisión. Realizado cuando Reggio era director de Fabrica, *Evidence* ha participado en numerosos festivales cinematográficos, como el de Locarno, en 1997.

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

We are the time. We are the famous (2005)

Andy Cameron (Reino Unido), Hans Raber (Austria), David McDougall (Reino Unido), Oriol Ferrer Mesía (España)

Una instalación en la que el público es el protagonista, que explora dos modos de ser representados en el tiempo: la imagen fotográfica fija y la secuencia fílmica. El visitante entra en contacto e interactúa con dos imágenes de sí mismo en tiempo real: una en cámara lenta, que confunde la percepción del tiempo; la otra, que fragmenta el tiempo en una serie de fotogramas. En una pared, el visitante debe quedar inmóvil para poder ver su imagen reflejada; en la otra, puede animar las secuencias con su movimiento. El título se inspira en la poesía de Jorge Luis Borges: "We are the time. We are the famous".

Stock Exchange of Visions (2006-2007)

De una idea de Gregor Kuschnirz (Alemania), con la contribución de Alfio Pozzoni (Italia), Paolo Jannuzzi (Suiza), Stefano Bergonzini (Italia) y Giorgio Collodet (Italia)

Stock Exchange of Visions, que se inspira en las pantallas que visualizan en tiempo real las contrataciones en la bolsa, acoge la visión futura de científicos, sociólogos y futurólogos sobre la cultura, el medio ambiente, los recursos, la economía y la sociedad. En una tarima, el visitante puede elegir los temas que más le interesan, alimentando un diagrama que presenta los temas más impactantes para el público. *Stock Exchange of Visions* es también un sitio web, www.stockexchangeofvisions.org, para crear una red global de "visiones" esenciales para el futuro de la humanidad.

Comunicación visual (1994-2007)

Fabrica, autores varios

Se exponen las imágenes que Fabrica ha realizado para asociaciones y organismos sin fines de lucro, como la Organización Mundial de la Salud, Amnistía Internacional, *Lawyers Committee for Human Rights*, *Witness*, FAO (Organización de la ONU para la alimentación y la agricultura), UNHCR (Comisionado Superior de Refugiados de las Naciones Unidas). Pósteres para proyectos culturales, libros, eventos musicales, películas coproducidas por Fabrica (como *En tierra de nadie (No Man's Land)*, ganadora del Oscar a la Mejor Película Extranjera); imágenes y campañas para muestras realizadas por Fabrica; pósteres para eventos de actualidad (como *Visions of Hope*, sobre el 11 de septiembre) y temas globales (droga, SIDA, diversidad, fútbol y religión). La serie *Wanted Creativity*, con ilustraciones y proyectos personales.

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

Violence (2003)

Gabriele Riva (Italia)

Una campaña de comunicación para la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre la violencia en sus expresiones más difíciles de denunciar y combatir: violencia conyugal, autodestructiva, sexual, de grupo; abusos a ancianos y niños, abandono de menores. Presentada en mayo de 2003, la campaña tuvo difusión mundial y se tradujo a varios idiomas para sensibilizar la opinión pública sobre la posibilidad de adoptar medidas de ayuda y prevención.

Food for life (2003)

James Mollison (Reino Unido)

Campaña publicitaria realizada por United Colors of Benetton en colaboración con el Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas. Las imágenes, tomadas en Afganistán, Camboya, Guinea y Sierra Leona, dan testimonio de la estrecha relación entre la desnutrición y los aspectos sociales (educación, trabajo, paz, emancipación de las mujeres). Es particularmente eficaz el programa de distribución de comidas en las escuelas para alentar a los niños a recibir una educación. Fabrica realiza, desde el año 2000, las campañas de comunicación para United Colors of Benetton.

Selfportraits (1995-2007)

Fabrica, autores varios

Una selección de autorretratos realizados por los jóvenes de Fabrica. Una manera de mostrar los orígenes de Fabrica y su realidad actual, por medio de quien ha participado en la vida del centro de comunicación.

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

3 – Imágenes para los medios de comunicación

1. Proyectos en exposición

Colors Notebook (2006-2007)

© *Colors / Fabrica*

Autores:

Imágenes n. 01, 02: William Weazrock Huevo

Imágenes n. 03, 04: Eria Solomon Nsubuga

Imágenes n. 05, 06: Guadalupe de Agüero Servin, Ximena de A.

Imagen n. 07: anonimo

Imágenes n. 08, 09: Patricia Tourne

Imágenes n. 10, 11: Irwin Cruz

Imágenes n. 12, 13: Isotta Dardilli

Imágenes n. 14, 15: Young Heroes

Imágenes n. 16, 17: Aysha Ahmed

Imágenes n. 18, 19, 20: Natasja Maria Fourie

Imágenes n. 21, 22: Mirella Brugnerotto

Imágenes n. 23, 24: Javin Mo

Imágenes n. 25, 26: Twiggy Li

Imágenes n. 27, 28: Pascal Hachem

Imágenes n. 29, 30, 31: Frances Alcaraz

Imágenes n. 32: Covers

Créditos fotográficos:

Imágenes 01-17 y 32: Sebastiano Scattolin / Fabrica

Imágenes 18-31: Alessandro Russotti

Interactive

Fabrica Virtuale 1, 2 (2005)

© *Pierre Fichetoux, Harun Alikadic, Mathieu Guimier / Fabrica*

Get in touch (2007)

© *Santi Caleca*

Stock exchange of visions 1 (2006-2007)

© *Mauro Bedoni / Fabrica*



FABRICA LES YEUX OUVERTS

Stock exchange of visions 2 (2006-2007)

© *Santi Caleca*

We are the time. We are the famous 1, 2 (2005)

© *Andy Cameron, Hans Raber, David McDougall, Oriol Ferrer Mesia / Fabrica*

Fotografía

I see (2006)

Death and birth

© *Ashley Gilbertson / Fabrica*

Lines of food. Men and Fishing

© *Adam Huggins / Fabrica*

Oil will never end

© *Lorenzo Vitturi / Fabrica*

The middle distance

© *Olivia Arthur / Fabrica*

The Villamil Family – Divided lives

© *Leonie Purchas / Fabrica*

Under the weather

© *Philipp Ebeling / Fabrica*

Comunicación visual

Food for Life (2003)

© *James Mollison / Fabrica*

Violence (2003)

© *Gabriele Riva / Fabrica*

Varias de Comunicación visual

Ashtray (2007)

© *Marian Grabmayer / Fabrica*

Bomb Vendine Machine (2006)



FABRICA LES YEUX OUVERTS

© *Yianni Hill / Fabrica*

Image of old Che Guevara, old John Lennon and old Marylin (2005)

© *Erik Ravelo / Fabrica*

Restaura (2007)

© *Gabriele Riva, Natale Cardone / Fabrica*

Road Safety 1 (2007)

© *Marian Grabmayer, Reed Young / Fabrica*

Road Safety 2 (2007)

© *Yianni Hill, Reed Young / Fabrica*

2. Arquitectura

Imagen n. 01: Vista interna del ágora

Arquitecto: Tadao Ando

© Francesco Radino

Imagen n. 02: Jardín y vista de Villa Pastega

Arquitecto: Tadao Ando

© Francesco Radino

Imagen n. 03: Jardín y vista de Villa Pastega

Arquitecto: Tadao Ando

© Francesco Radino

Imagen n. 04: Columnata y ágora

Arquitecto: Tadao Ando

© Francesco Radino

Imagen n. 05: Perspectiva desde el ágora

Arquitecto: Tadao Ando

© Francesco Radino

Imagen n. 06: La galería a espiral

Arquitecto: Tadao Ando

© Francesco Radino

3. Xian Businessmen Army (2007)

© *Erik Ravelo/Fabrica*

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

4. Información práctica

La muestra *Fabrica: les yeux ouverts*
abierta desde el 19 de octubre hasta el 11 de noviembre de 2007

Entrada gratuita

Horarios de apertura:

La muestra está abierta todos los días,
de las 9.00 a las 17.00
(La taquilla cierra a las 16.00)

Shanghai Art Museum
No. 325, West Nanjin Rd.,
Shanghai 200003

Para más información:

Shanghai Art Museum:
+86-21-6327 2829
www.cnarts.net/shanghaiart

Fabrica
+39-0422-516309
www.fabrica.it

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA: PERFIL DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN

Fabrica es el centro del Grupo Benetton dedicado a la investigación de la comunicación, creado en 1994 a partir del patrimonio cultural del Grupo, con sede en Treviso, en el complejo arquitectónico restaurado y ampliado por Tadao Ando.

El reto de Fabrica es la innovación y la internacionalidad: una manera de conjugar cultura e industria por medio de la comunicación, que ya no elige sólo las formas publicitarias tradicionales, sino que propaga la "cultura industrial", la "inteligencia" de la empresa con el uso de otros medios: el diseño, la música, el cine, la fotografía, las publicaciones editoriales e Internet. Fabrica decidió apostar por la creatividad latente de los jóvenes artistas-experimentadores provenientes de todo el mundo, invitados tras una exhaustiva selección para desarrollar proyectos concretos de comunicación bajo la dirección artística de expertos de los distintos sectores.

A través de la exposición *Fabrica: Les Yeux Ouverts*, que tuvo lugar en el Centro Pompidou en otoño de 2006, uno de los principales cuerpos culturales del mundo expresó su respeto y aprecio por el trabajo de Fabrica. La exposición mostraba las muchas "almas" diferentes de Fabrica, desde su trabajo documental a través de *COLORS* y reportajes fotográficos, hasta su lado más artístico, visionario y conceptual a través de películas e instalaciones. Siguiendo la atención mostrada a este proyecto por los medios internacionales y el elevado número de visitantes, la exposición se ha convertido en un proyecto itinerante, invitado en la Triennale en Milán en el verano de 2007 y que resume su viaje el próximo otoño a China, al Museo de Arte de Shanghai.

F A B R I C A

COMUNICACIÓN VISUAL

En este sector, Fabrica ha organizado numerosas campañas por cuenta de instituciones culturales y organizaciones sin fines de lucro como la ONU, FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación), UNHCR (Comisionado Superior de Refugiados de las Naciones Unidas), OMS (Organización Mundial de la Salud), Amnistía Internacional, Reporteros Sin Fronteras, SOS Racismo, *Lawyers Committee for Human Rights* y *Witness*. A partir del 2000, Fabrica firma para el Grupo Benetton varios proyectos de comunicación, a menudo en colaboración con las organizaciones humanitarias, como *James ed Altri Simili (James y otros monos)* (2004), patrocinado por la primatóloga Jane Goodall, y *Food for Life* de 2003, en colaboración con el *World Food Programme* (Programa Mundial de Alimentos), la agencia de las Naciones Unidas en primera línea en la lucha contra el hambre en el mundo.

FOTOGRAFÍA

El proceso de investigación de Fabrica se desarrolla también en el ámbito de la fotografía, a partir de la que se organizan muestras como *Visions of Hope* (realizada en ocasión del primer

aniversario del 11 de septiembre y organizada en colaboración con el semanal *The New Yorker*), proyectos editoriales, por ejemplo *Kosovars* (publicado por Leonardo Arte y realizado en los campos de refugiados en Kosovo) y *Lavoratori* (publicado por Feltrinelli, sobre los trabajadores extracomunitarios del nordeste italiano) y las citadas campañas de comunicación. Uno de los últimos proyectos que merece ser recordado es I SEE (2006), un viaje en busca de las pautas del desarrollo histórico, cultural, artístico y socio-económico realizado por seis jóvenes fotógrafos en las seis grandes zonas geográficas de la Tierra: América del Norte, América del Sur, Oriente, Extremo Oriente, África y Europa). Dos jóvenes fotógrafos chinos, crecidos en el área Fotografía, han realizado un número entero de COLORS, publicado en marzo de 2007 y dedicado a la ciudad de Beijing.

CINE

Con el objetivo de sostener y favorecer las voces independientes del "resto del mundo" (sobre todo de África y del mundo árabe, Asia y América Latina), Fabrica se dedicó a la coproducción de una serie de películas presentadas a concurso en los principales festivales europeos. Se destacan en particular *En tierra de nadie* (*No Man's Land*) del director bosnio Danis Tanovic (premio al Mejor Guión en Cannes 2001, Golden Globe a la Mejor Película Extranjera y Oscar a la Mejor Película Extranjera en 2002), *El voto es secreto* (*Secret Ballot*) del director iraní Babak Payami (premio al Mejor Director en Venecia de 2001) y *Diecisiete años* (*Seventeen Years*) del autor chino Zhang Yuan (León de Plata al Mejor Director en el Festival de Venecia de 1999). El último proyecto cinematográfico es la película *Tropical Malady*, del director tailandés Apichatpong Weerasethakul, presentada a concurso en el Festival de Cannes de 2004, en el que ganó el Premio del Jurado.

MÚSICA

También en el ámbito musical Fabrica quiere experimentar nuevas formas de comunicación, gracias a la creatividad aportada por artistas-experimentadores provenientes de todo el mundo. En 2006 se estrenó a nivel mundial *Winners*, una acción musical multimedial realizada en colaboración con el Festival de Brisbane, sobre el tema del diálogo entre vencedores y vencidos, en el que la música se conjuga con *performance*, interactividad y conexiones audiovisuales. En 2005 Fabrica inauguró la Bienal de la Música en el teatro La Fenice, en colaboración con el proyecto *Surrogate Cities – Venezia*, obra del compositor alemán Heiner Goebbels, que se ocupó de la nueva puesta en escena multimedial. *CREDO* es de 2004, una obra multimedial sobre los conflictos religiosos y étnicos financiada por la Comunidad Europea en el ámbito del proyecto "Cultura 2000"; después de su estreno en el Staatstheater de Karlsruhe, *CREDO* se presentó en Roma con ocasión de la V Cumbre de los Premios Nobel de la Paz.

DISEÑO

Los jóvenes diseñadores de Fabrica concentran su actividad en innovadores proyectos de diseño de productos, interiores y diseño industrial. En septiembre de 2001, se inauguró en Bolonia el primer proyecto Fabrica Features, un espacio organizado como lugar comercial dedicado a la venta de objetos de diseño y como espacio multiétnico y multimedial, donde los conciertos, las proyecciones de vídeos, las actuaciones artísticas y los talleres se convierten en momentos centrales de reunión y encuentro. Los espacios Fabrica Features están presentes también en Lisboa, Róterdam y Londres. Fabrica ha creado numerosas colecciones de objetos de diseño para importantes marcas internacionales. Entre ellas se destaca Paola C (dos colecciones de vajilla en 2002 y 2005), Metalarte (una serie de lámparas de pírex, en 2005) y Casamania by Frezza (una colección de artículos de decoración para el jardín presentados en la edición de 2005 del Salón del Mueble de Milán).

NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Entre los proyectos relacionados con los nuevos medios de comunicación, además de la realización de sitios web, que han obtenido numerosos reconocimientos internacionales, figuran: el diseño de páginas web, el vídeoarte, los juegos interactivos y los eventos multimediales. Entre los proyectos actuales, se destaca UCB TV, el canal televisivo de la red comercial de Benetton, concebido para promover la filosofía global de la marca, sostener las iniciativas comerciales y difundir los contenidos de entretenimiento y vídeoarte creados por Fabrica.

Ganador del Grande Prize Award del prestigioso Festival Japan Media Arts: *FLIPBOOK!* (<http://www.fabrica.it/flipbook/>) es un proyecto de animación interactiva que permite diseñar y crear la propia historia animada, para enviar y compartir en línea. En tan sólo unos meses, ha recibido más de 200 000 animaciones y 15 millones de visitantes.

Desde el 3 de marzo hasta el 20 de abril de 2007, el Museo de Arte Contemporáneo de Shanghai (MoCA) ha invitado a Fabrica a participar en la muestra de arte interactivo y multimedial *REMOTE/CONTROL* con la instalación de *Piacere, Fabrica*.

Fabrica se ocupa también de la actualización del sitio www.benettontalk.com, un blog abierto a las ideas de todos, donde se puede reflexionar, enviar comentarios y colgar intervenciones propias sobre temas de alcance global: medio ambiente, derechos, diversidad, comunidades locales, desarrollo, etc.

ACTIVIDADES EDITORIALES

La labor de los medios de comunicación tradicionales, como el de la actividad editorial, ha producido una serie de publicaciones, para las que Fabrica ha realizado a menudo las imágenes fotográficas, como *COLORS 1000 Extra-Ordinary Objects* (2000, seleccionada por la editorial Taschen entre las publicaciones con las cuales celebrar su 25º aniversario) y *COLORS 1000 Signs* (2004), publicada también por Taschen. *Fabrica 10 - From chaos*

to order and back (Electa, 2004) es la recopilación de las actividades de Fabrica en sus primeros 10 años de vida.

COLORS

La publicación de *COLORS* forma parte también de las actividades de Fabrica. La revista que, financiada por el Grupo Benetton, a partir del número 72 se transforma cada vez más en una revista global: a las tres ediciones bilingües —inglés con italiano, francés o español— se agrega una en chino, que iniciará la distribución en China a partir de noviembre de 2007.

La serie completa de *COLORS* se incluye en la muestra 25/25 del Design Museum de Londres (29 de marzo-22 de junio de 2007), donde se reúnen los 25 objetos de diseño que han influenciado mayormente los últimos 25 años.

La revista ha recibido reconocimientos de los medios de comunicación de todo el mundo, como por ejemplo de Good Magazine, publicación bimestral estadounidense de cultura y sociedad, que ha introducido los primeros trece números, dirigidos por Tibor Kalman, en la clasificación de las 51 mejores revistas de todos los tiempos, o La Vanguardia, diario español que la ha señalado entre las revistas culturales de mayor tendencia en el panorama global.

COLORS se vende en más de cuarenta países, se publica en tres ediciones y cuatro idiomas y está presente también en Internet.

www.fabrica.it

Octubre de 2007

EL GRUPO BENETTON

Hoy en día el Grupo Benetton está presente en 120 países del mundo, su actividad se focaliza en el sector de la confección: un grupo con una afianzada identidad italiana por estilo, diseño y pasión, propuestos a través de las marcas United Colors of Benetton, más casual, Sisley, más orientada al fashion, Playlife, ropa para el tiempo libre y Killer Loop, ropa street. La empresa cuenta con una producción anual de más de 130 millones de prendas. La red comercial de 5.000 modernas tiendas en todo el mundo ofrece a los clientes servicios de alta calidad y genera una facturación total de más de 1,9 mil millones de euro.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

El desarrollo de la organización comercial, caracterizada por ocupar una posición privilegiada en los cascos históricos y en los centros comerciales así como por la elevada calidad de los servicios que ofrecen a la clientela, está respaldado por un significativo programa de inversiones en todo el mundo. Las tiendas Benetton presentan las colecciones completas de confección además de una amplia gama de accesorios y complementos de vestir, proponiendo ampliamente el estilo y la calidad de la gama de productos Benetton.

Al igual que en la evolución de la red comercial, la constante orientación hacia las novedades, entendida como factor relevante de desarrollo, ha atravesado desde el principio los distintos sectores de la organización empresarial: de la comunicación a los sistemas informáticos, de la investigación aplicada a los nuevos materiales a la logística integrada. Un específico esfuerzo innovador está dedicado a la estructura de producción, cuyos sistemas y dotaciones se renuevan completamente cada cinco años. Esta organización tiene su corazón en centro de coordinación en Castrette (Treviso), uno de los complejos logísticos industriales más modernos del mundo dedicados a la confección.

No obstante las dimensiones, el Grupo Benetton ha mantenido vínculos profundos con el territorio de origen, especialmente a través de las actividades culturales de la *Fondazione Benetton Studi e Ricerche* y de los proyectos que gravitan alrededor del deporte. De los recursos destinados al rugby, al voleibol y al baloncesto así como a las históricas victorias en Fórmula Uno, la idea deportiva de Benetton propone, no sólo alcanzar un nivel de excelencia en la competición, sino lograr un carácter social de encuentro, coparticipación y bienestar físico coronado, en especial, con la iniciación a la práctica deportiva de miles de jóvenes todos los años.

Además, su capacidad de arraigo en la sociedad se manifiesta a través de Fabrica, el centro de investigación sobre la comunicación de Benetton. La innovación y la internacionalidad es el desafío de Fabrica: una manera de conjugar cultura e industria a través de la comunicación, que no se manifiesta simplemente en las formas publicitarias tradicionales, sino que se convierte en vehículo de la "cultura industrial",

de la "inteligencia" de la empresa a través de otros medios que abarcan del diseño industrial a la música, del cine a la fotografía, de la producción editorial a internet.

www.benettongroup.com

www.benetton.com

www.benettonpress.mobi

Octubre 2007