

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 Ficheteux (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.
