

3. AUSGESTELLTE PROJEKTE

ERSTE SEKTION - EIN BLICK AUF DIE WELT

In dieser Sektion wird mit COLORS Notebook ein Projekt gezeigt, das in Zusammenarbeit mit Reporters Sans Frontières realisiert wurde. In diesem kommen Menschen zu Wort, die normalerweise keine Stimme haben, durch eine Sammlung von Beiträgen von Personen, die in den abgeschiedensten Winkeln der Erde leben oder in Ländern, in denen freie Meinungsäußerung bedroht ist. Diese Sektion beleuchtet außerdem die für alle Aktivitäten von Fabrica typische Offenheit gegenüber der Welt durch eine Reihe von thematischen Fotoreportagen, realisiert in den sechs großen geografischen Räumen unserer Erde und zusammengefasst unter dem Titel I SEE, und präsentiert das Projekt FABRICA FEATURES.

- **COLORS NOTEBOOK**
- **I SEE**
- **FABRICA FEATURES**

COLORS NOTEBOOK (2006-2007)

Redaktion von COLORS Magazine (Italien)

COLORS Notebook, realisiert von Reporters Sans Frontières, wurde im April 2006 mit leeren Seiten publiziert, um denen eine Stimme zu geben, die keine haben. 30.000 Exemplare haben die hintersten Winkel der Erde erreicht und geben chinesischen Häftlingen, südafrikanischen Kindern, kanadischen Priestern, Astronauten, Behinderten, Künstlern und gewöhnlichen Leuten die Möglichkeit, ihre Meinung ohne Filter oder Zensuren auszudrücken. Über 1.000 Exemplare wurden mit ihren Botschaften an Fabrica retourniert. COLORS Notebook ist ein Beitrag, um Presse- und Meinungsfreiheit eine Reverenz zu erweisen, er soll aber auch die Bedeutung der menschlichen Dimension in allen Beziehungen unterstreichen. 1991 gegründet, erscheint das Magazin COLORS in vier Sprachen und wird in über 40 Ländern verkauft.

I SEE (2006)

Olivia Arthur (Großbritannien), Adam Huggins (Kanada), Ashley Gilbertson (Australien), Leonie Purchas (Großbritannien), Lorenzo Vitturi (Italien), Philipp Ebeling (Deutschland).

Eine physische und visuelle Reise, um die aktuellen Tendenzen der historischen, kulturellen, künstlerischen, sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung zu durchleuchten. "I see" - wörtlich, ich sehe - bedeutet auch "ich schaue" und "ich verstehe". Sechs Fotografen von Fabrica haben jeweils eine Story ausgewählt, um sechs große geografische Räume darzustellen: Nordamerika, Südamerika, Naher Osten, Ferner Osten, Afrika und Europa.



FABRICA LES YEUX OUVERTS

The Middle Distance

Olivia Arthur (Großbritannien)

Über die Geschichten junger Frauen, die in euro-asiatischen Ländern zwischen Ost und West leben, erzählt Olivia Arthur vom sozialen, kulturellen und religiösen Druck, der durch die Begegnung unterschiedlicher Kulturen entsteht und von den verschiedenen Arten, in denen die Gesellschaften auf die Veränderungen reagieren.

Death and Birth

Ashley Gilbertson (Australien)

Nach vier Jahren als Kriegsberichterstatter im Irak, ständig mit dem Tod konfrontiert, stellt Ashley Gilbertson Leben und Tod in verschiedenen, in Wien lebenden Gemeinschaften dar und vermittelt dem Betrachter den Wert des Lebens in seinen Fotos, die den ersten Schrei und den letzten Atemzug zeigen.

The Villamil Family – Divided Lives

Leonie Purchas (Großbritannien)

In dieser Fotoreportage untersucht Leonie Purchas den Begriff Familie und ihre Rolle in der Gesellschaft über eine Serie von Porträts einer örtlich zwischen Kuba und Los Angeles getrennten Familie, um einzufangen, was sich trotz unterschiedlicher, sozialer Rahmenbedingungen nicht verändert.

Oil Will Never End

Lorenzo Vitturi (Italien)

Dieses Projekt von Lorenzo Vitturi beschäftigt sich mit dem Energieproblem, von der Untersuchung alternativer, weniger die Umwelt belastender Energiequellen bis zur Erschöpfung der Reserven unserer Erde, wobei er vor allem das Versiegen der Erdölvorkommen am Kaspischen Meer dokumentiert.

Under the Weather

Philipp Ebeling (Deutschland)

Um die extremen Wetterphänomene zu dokumentieren, die das letzte Jahrzehnt geprägt haben, richtet Philipp Ebeling sein Objektiv auf China und zeigt die andere Seite der Medaille hinter dem phänomenalen Wachstum der Städte und expandierenden Industrie: zunehmende Verwüstung, Austrocknen der Flüsse, schwüle Hitzewellen, krasse Gegensätze im Alltagsleben der Menschen.

Lines of Food: Men and Fishing

Adam Huggins (Kanada) in Zusammenarbeit mit **Terra Madre**

Terra Madre ist ein Projekt von Slow Food, in dem sich Vertreter von Gemeinschaften aus fünf Kontinenten zusammengeschlossen haben, um an einem neuen Konzept nachhaltiger Landwirtschaft zu arbeiten. Adam Huggins beobachtet Fischer in drei Kontinenten (Asien, Amerika und Afrika) bei der Arbeit und im Alltagsleben, wobei er ihre Beziehung zur lokalen Lebensweise sowie die verschiedenen Methoden des traditionellen Fischfangs dokumentiert.



FABRICA LES YEUX OUVERTS

FABRICA FEATURES (2001-2007)

Sam Baron (Frankreich), **Carine Damon** (Frankreich), **Cristina Dias** (Portugal), **Marta Teixeira** (Portugal). Unter Beteiligung von: **Sophie Albert** (Frankreich), **Rita Botelho** (Portugal), **Caoceito** (Portugal), **Valentina Carretta** (Italien), **Aurore Dumas** (Frankreich), **Merik Kara** (Türkei), **Massimo Parolin** (Italien), **Annechien Van Litsenburg** (Niederlande).

Dank: **Studioverrissimo**, **Bosa**, **Paola C.**, **designforfuture.org**, **Hpf Cork**, **Olfaire**, **Lunardon**, **Tosca lab**

Die Geschäfte Fabrica Features sind Orte der Begegnung, die auf Austausch und Öffnung zwischen Künstlern/Designern und Publikum beruhen. In fünf Städten der Welt (Bologna, Lissabon, Hongkong, Rotterdam und London) vertreten, spiegeln sie geografisch die Idee des Netzwerks von Fabrica wider und verstehen sich als Beobachtungsposten der Kunstszene, aber auch der urbanen Lebensweise in der jeweiligen Stadt, in der sie angesiedelt sind. Die Installation zeigt eine "Landschaft" von Objekten: einige in Fabrica im Rahmen der Zusammenarbeit mit Unternehmen entworfen, andere ausgewählt, weil sie zum gleichen kreativen Universum wie Fabrica gehören, noch andere gewählt, weil sie Träger der kulturellen Identität des Landes sind. Dieses Schaufenster wird durch Videoschirme ergänzt, auf die Bilder der Aktivitäten aus den einzelnen Standorten Fabrica Features projiziert werden, durchsetzt von täglichen Beiträgen von Künstlern und kommuniziert und geteilt über ein speziell konzipiertes Blog.

ZWEITE SEKTION - VISUELLE KOMMUNIKATION

Diese Sektion enthüllt das Herz der Aktivitäten von Fabrica: visuelle Kommunikation. Grafik, Fotografie und Videos sind Instrumente im Dienste seiner Partner, darunter verschiedene Institutionen und regierungsunabhängige Organisationen. So zeigt die Ausstellung zwei globale Kommunikationskampagnen: Violence (2003) für die Weltgesundheitsorganisation und Food for Life (2003) für das Welternährungsprogramm, sowie eine Auswahl von Selbstporträts, die von den jungen Künstlern von Fabrica produziert wurden.

- VISUELLE KOMMUNIKATION

- VIOLENCE

- FOOD FOR LIFE

- SELFPORTRAITS

VISUELLE KOMMUNIKATION (1994-2007)

Fabrica, diverse Autoren

Ausgestellt werden Bilder, die von Fabrica für Vereine und Non-Profit-Organisationen wie die Weltgesundheitsorganisation, Amnesty International, Reporter Sans Frontières, Lawyers Committee for Human Rights, Witness, FAO (UN-Organisation für Ernährung und Landwirtschaft), UNHCR (Hoher Flüchtlingskommissar der UNO). Poster für kulturelle Projekte, Bücher, musikalische Events, Filme mit Fabrica als Koproduzent (wie No Man's Land, Oscar-Preisträger als bester ausländischer Film); Bilder und Werbekampagnen für Ausstellungen von Fabrica; Poster für aktuelle Events (wie Visions of Hope über den 11. September) und globale Themen (Drogen, AIDS, Anderssein, Fußball und Religion). Die Serie Wanted Creativity mit Illustrationen und individuellen Projekten.



FABRICA LES YEUX OUVERTS

VIOLENCE (2003)

Gabriele Riva (Italien)

Eine Kommunikationskampagne für die Weltgesundheitsorganisation (WHO) über Gewalt in ihren Formen, die am schwierigsten aufzudecken und zu bekämpfen sind: Gewalt in der Ehe, Selbstverletzung, sexuelle Gewalt, kollektive Gewalt; Misshandlung von alten Menschen und Kindern, Vernachlässigung von Jugendlichen. Die im Mai 2003 präsentierte Kampagne fand weltweite Verbreitung und wurde in diverse Sprachen übersetzt, um die öffentliche Meinung auf die Möglichkeit der Anwendung von Hilfs- und Vorbeugungsmaßnahmen aufmerksam zu machen.

FOOD FOR LIFE (2003)

James Mollison (Großbritannien)

Für United Colors of Benetton in Zusammenarbeit mit dem Welternährungsprogramm der UNO realisierte Werbekampagne. Die in Afghanistan, Kambodscha, Guinea und Sierra Leone gemachten Aufnahmen zeigen den engen Zusammenhang auf, der zwischen Unterernährung und sozialen Fragen (Bildung, Arbeit, Frieden, Emanzipation der Frauen) besteht. Besonders wirkungsvoll die Essensausgabe an Schulen, um Kinder zum Besuch des Unterrichts zu bewegen. Fabrica realisiert seit 2000 Kommunikationskampagnen für United Colors of Benetton.

SELPORTRAITS (1995-2007)

Fabrica, diverse Autoren

Eine Auswahl von Selbstporträts, die von den jungen Menschen von Fabrica gemacht wurden. Eine Form der Aussage, um, anhand von Beiträgen der aktiven Teilnehmer am Leben des Kommunikationszentrums, Ursprünge und heutige Realität von Fabrica zu zeigen.

DRITTE SEKTION – INTERAKTIVE ERFAHRUNG

Die dritte Sektion zeigt Videoprojekte und interaktive Experimente auf sensorischer und kognitiver Ebene, die vom Fabrica-Team entwickelt wurden.

- **GET IN TOUCH**
- **FLIPBOOK!**
- **EVIDENCE**
- **WE ARE THE TIME. WE ARE THE FAMOUS**
- **STOCK EXCHANGE OF VISIONS**
- **FORWARD**
- **SIENA (ITALIEN), GRANADA UND SOLENTINAME (NICARAGUA)**

GET IN TOUCH (2007)

Stefano Bergonzini (Italien), in Zusammenarbeit mit **Luca Bilotta** (Italien)

Eine sensorielle Wand, die über ein grafisches Zeichen die Hände miteinander verbindet, die sie berühren, und so visuell den Netzgedanken wiedergibt, der an der Basis der Weltanschauung von Fabrica steht und als technologische Interaktivität und ideologische Konfrontation verschiedener Kulturen zu verstehen ist.



FABRICA LES YEUX OUVERTS

FLIPBOOK! (2005-2007)

Juan Ospina (Kolumbien), unter Beteiligung von **Enrique R. Grullon** (Santo Domingo), **Maik Bluhm** (Deutschland), **Hans Raber** (Österreich).

FLIPBOOK! (<http://www.fabrica.it/flipbook/>), Sieger des Grand Prize Award des angesehenen Japan Media Arts Festival, ist ein interaktives Animationsprojekt, das jedem die Möglichkeit gibt, die eigene Geschichte in Comic-Form zu zeichnen, ins Netz zu stellen und mit anderen zu teilen. Das Ergebnis ist eine Gesamtheit von Tausenden kurzer Storys, einige einfach und komisch, andere gewalttätig, traurig oder erotisch. FLIPBOOK! ist sehr schnell zu einem Web-Phänomen geworden, mit über 200.000 Beiträgen und 15 Millionen Besuchern.

EVIDENCE (1995)

Godfrey Reggio (USA)

In diesem Kurzfilm mit der Musik von Philip Glass, beobachtet der Amerikaner Godfrey Reggio, visionärer Regisseur und Autor von Anima Mundi, die Beziehung von Kindern zum Fernsehen. Evidence, entstanden als Reggio Direktor von Fabrica war, nahm an zahlreichen Filmfestivals teil, darunter Locarno im Jahr 1997.

WE ARE THE TIME. WE ARE THE FAMOUS (2005)

Andy Cameron (Großbritannien), **Hans Raber** (Österreich), **David McDougall** (Großbritannien), **Oriol Ferrer Mesía** (Spanien)

Eine Installation, die das Publikum zum Protagonisten macht und zwei Arten der zeitlichen Darstellung untersucht: fixes, fotografisches Bild und filmische Sequenz. Der Besucher wird mit zwei Bildern von ihm in Echtzeit konfrontiert und interagiert mit ihnen: eine Aufnahme in Zeitlupe, bei der die Wahrnehmung der Zeit verzerrt ist, die zweite, bei der die Zeit in eine Reihe von Fotogrammen unterteilt wird. Vor der einen Wand muss der Besucher still stehen, um sein zurückgeworfenes Bild zu sehen, vor der anderen kann er die Sequenzen nur durch seine Bewegung beleben. Der Titel stammt aus einem Gedicht von J.L. Borges: "We are the time. We are the famous".

STOCK EXCHANGE OF VISIONS (2006-2007)

Nach einer Idee von **Gregor Kuschmirz** (Deutschland), unter Beteiligung von **Alfio Pozzoni** (Italien), **Paolo Jannuzzi** (Schweiz), **Stefano Bergonzini** (Italien), **Giorgio Collodet** (Italien)

Angeregt durch die Bildschirme, die in Echtzeit die Schwankungen der Börsenkurse zeigen, liefert Stock Exchange of Visions eine Einsicht in die Zukunftsvisionen von Wissenschaftlern, Soziologen, Zukunftsforschern zu Kultur, Umwelt, Ressourcen, Wirtschaft und Gesellschaft. Über ein Tretkontaktbrett kann der Besucher die Fragen auswählen, die ihn am meisten interessieren und aktiviert so ein Diagramm mit den Themen, von denen die Öffentlichkeit am stärksten bewegt wird. Stock Exchange of Visions ist auch eine Website, www.stockexchangeofvisions.org, um ein globales Netzwerk von "Visionen" zu schaffen, die für die Zukunft der Menschheit von Bedeutung sind.



FABRICA LES YEUX OUVERTS

FORWARD (2007)

Autoren der Kugel: **Erik Ravelo** (Kuba), **Giorgio Collodet** (Italien)

Autoren der Videos: **Fernando Acquarone** (Brasilien), **Valeria Giulianelli** (Italien), **Brad Hasse** (USA), **Alex Healey** (Großbritannien), **Diego Hurtado de Mendoza** (Spanien), **Erik Ravelo** (Kuba)

Große, durchsichtige Kugeln, durch die man einen Blick in die Zukunft werfen kann: über einen speziellen, interaktiven Touch Screen können Bilder, Videos und Dokumentarfilme ausgewählt werden, alle zum Thema Klimawandel und Nachhaltigkeit, und gleichzeitig, durch Überlagerung von zwei verschiedenen Landschaftsbildern, die sich in Transparenz bewegen, mögliche Szenarien der Zukunft geschaffen werden.

SIENA (ITALIEN), GRANADA UND SOLENTINAME (NICARAGUA) (2007)

Cosimo Bizzarri (Italien), **Giorgio Collodet** (Italien), **Valeria Giulianelli** (Italien), **Paolo Jannuzzi** (Schweiz), **Matthew Prins** (Großbritannien), **Erik Ravelo** (Kuba), **Andrés Reymondes** (Argentinien), **Guillermo Rivero** (Mexiko), **Ciro Zecca** (Italien)

Die Stipendiaten im Video-Bereich von Fabrica haben mit einer Gruppe von Wissenschaftlern, Schriftstellern und Architekten den Begriff der Nachhaltigkeit und "selbst-nachhaltigen Entwicklung" näher untersucht. Entstanden sind zwei Video-Projekte, die einen Blick auf eines der derzeit meist diskutierten Themen bieten. Aus diesem Gedankengut ist auch eine Sondernummer von COLORS entstanden, die dem Thema Umwelt gewidmet ist.