

## 3. PROJETS EXPOSÉS

### PREMIÈRE SECTION – LE REGARD SUR LE MONDE

Cette section présente COLORS Notebook, un projet réalisé en collaboration avec Reporters Sans Frontières, dans le but de donner la parole à ceux qui ne l'ont pas en temps ordinaire, à travers un recueil de témoignages de personnes qui vivent dans les contrées les plus reculées de la terre ou dans des pays dans lesquels la liberté d'expression est menacée. La section explore par ailleurs l'ouverture au monde typique des activités de Fabrica, avec une série de reportages photos à thème réalisés dans six grandes régions du monde et regroupés sous le titre I SEE, de même qu'elle présente le projet FABRICA FEATURES.

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

#### **COLORS NOTEBOOK (2006-2007)**

##### **Rédaction de COLORS Magazine (Italie)**

Réalisé en collaboration avec Reporters Sans Frontières, COLORS Notebook a été publié en avril 2006 avec des pages blanches pour donner la parole à ceux qui ne l'ont pas. Trois cent mille exemplaires ont été distribués aux quatre coins de la planète, offrant ainsi aux prisonniers chinois, aux enfants sud-africains, aux prêtres canadiens, aux astronautes, aux handicapés, aux artistes et aux gens communs la possibilité de s'exprimer sans filtre ni censure. Plus de mille exemplaires ont été renvoyés à Fabrica avec leurs messages. COLORS Notebook est une contribution pour rendre hommage à la liberté de presse et d'expression, mais aussi pour souligner l'importance de la dimension humaine sous tous les rapports. Fondée en 1991, la revue COLORS est publiée en quatre langues et vendue dans plus de 40 pays.

#### **I SEE (2006)**

Olivia Arthur (Royaume-Uni), Adam Huggins (Canada), Ashley Gilbertson (Australie), Leonie Purchas (Royaume-Uni), Lorenzo Vitturi (Italie), Philipp Ebeling (Allemagne)

Un voyage physique et visuel pour explorer les tendances actuelles du développement historique, culturel, artistique, social et économique. « I see » – littéralement je vois – signifie aussi « je regarde » et « je comprends ». Six photographes de Fabrica ont choisi une histoire pour représenter six grandes régions géographiques : l'Amérique du Nord, l'Amérique du Sud, l'Orient, l'Extrême-Orient, l'Afrique et l'Europe.

#### **The Middle Distance**

##### **Olivia Arthur (Royaume-Uni)**

A travers les histoires de jeunes femmes vivant dans des pays eurasiens à cheval entre l'est et l'ouest, Olivia Arthur met en évidence les pressions culturelles, sociales et religieuses nées de ce croisement des cultures et la différente manière dont les sociétés réagissent au changement.

# FABRICA LES YEUX OUVERTS

## **Death and Birth**

**Ashley Gilbertson** (Australie)

Après avoir passé quatre ans en Irak comme reporter de guerre, continuellement confronté à la mort, Ashley Gilbertson représente la vie et la mort des différentes communautés qui vivent à Vienne et montre au public la valeur de la vie en photographiant le premier cri et l'ultime soupir.

## **The Villamil Family - Divided Lives**

**Leonie Purchas** (Royaume-Uni)

Dans ce reportage photo, Leonie Purchas explore le concept de famille et son rôle dans la société à travers une série de portraits d'une famille séparée géographiquement qui vit entre Cuba et Los Angeles, en capturant ce qui, bien que dans des contextes sociaux différents, ne change pas.

## **Oil Will Never End**

**Lorenzo Vitturi** (Italie)

Ce projet de Lorenzo Vitturi aborde la question de l'énergie, de la recherche de sources d'énergies alternatives moins polluantes au tarissement des ressources de la planète, à travers l'épuisement des gisements pétroliers dans la région de la Mer Caspienne.

## **Under the Weather**

**Philipp Ebeling** (Allemagne)

Pour illustrer les phénomènes météorologiques extrêmes qui ont caractérisé la dernière décennie, Philipp Ebeling pointe son objectif sur la Chine et montre le revers de la médaille qui se cache derrière la croissance phénoménale des villes et l'expansion des industries : désertification, assèchement des fleuves et des rivières, vagues de canicule, contrastes intenses dans la vie quotidienne de la population.

## **Lines of Food: Men and Fishing**

**Adam Huggins** (Canada) en collaboration avec **Terra Madre**

Terra Madre est un projet de Slow Food qui réunit les représentants de communautés des cinq continents dans l'objectif de développer un nouveau modèle d'agriculture durable. Adam Huggins a suivi des pêcheurs de trois continents (Asie, Amérique et Afrique) pendant leur travail et leur vie quotidienne, pour présenter les différentes méthodes de pêche traditionnelle et leur connexion au mode de vie local.

## **FABRICA FEATURES** (2001-2007)

**Sam Baron** (France), **Carine Damon** (France), **Cristina Dias** (Portugal), **Marta Teixeira** (Portugal). Avec la contribution de: **Sophie Albert** (France), **Rita Botelho** (Portugal), **Caçoito** (Portugal), **Valentina Carretta** (Italie), **Aurore Dumas** (France), **Meric Kara** (Turquie) **Massimo Parolin** (Italie), **Annechien Van Litsenburg** (Hollande)

Nous remercions également: **Studioverissimo**, **Bosa**, **Paola C.**, **designforfuture.org**, **Hpf Cork**, **Olfaire**, **Lunardon**, **Tosca lab**

Les boutiques Fabrica Features sont des lieux de rencontres fondés sur l'échange et l'ouverture entre les artistes/designers et le public. Présents dans cinq villes du monde entier (Bologne, Lisbonne, Hong Kong, Rotterdam et Londres), ils reflètent géographiquement l'idée du réseau de Fabrica et se veulent des observateurs des milieux artistiques, mais aussi des styles de vie urbains des villes qui les accueillent.

Cette installation présente un « paysage » d'objets : certains conçus par Fabrica à la suite de collaborations avec le monde des entreprises, d'autres appartenant au même univers créatif que Fabrica, et d'autres, vecteurs de l'identité culturelle d'un pays.

Parallèlement à cette vitrine, une série d'écrans projettent les images de scènes



# FABRICA LES YEUX OUVERTS

ayant lieu dans chacun des espaces Fabrica Features, entrecoupées d'interventions quotidiennes d'artistes, communiquées et partagées grâce à un blog conçu à cet effet.

## DEUXIÈME SECTION – LA COMMUNICATION VISUELLE

Cette section dévoile le cœur de l'activité de Fabrica : la communication visuelle. Graphisme, photographie et vidéo sont des outils au service de ses partenaires, parmi lesquels de nombreuses institutions et organisations non gouvernementales. L'exposition présente deux campagnes mondiales de communication : Violence (2003) pour l'Organisation Mondiale de la Santé et Food for Life (2003) pour le Programme Alimentaire Mondial, ainsi qu'une section d'autoportraits créés par de jeunes artistes de Fabrica.

- **COMMUNICATION VISUELLE**
- **VIOLENCE**
- **FOOD FOR LIFE**
- **SELFPORTRAITS**

### COMMUNICATION VISUELLE (1994-2007)

#### Fabrica, plusieurs auteurs

Y sont exposées les images réalisées par Fabrica pour des associations et des organismes à but non lucratif, comme l'Organisation Mondiale de la Santé, Amnesty International, Reporter Sans Frontières, Lawyers Committee for Human Rights, Witness, l'OAA (Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture) et l'UNHCR (Haut Commissariat des Nations Unies pour les Réfugiés). Des posters pour des projets culturels, des livres, des manifestations musicales, des films coproduits par Fabrica (comme par exemple No Man's Land, lauréat de l'Oscar comme meilleur film étranger); des images et des campagnes pour des expositions réalisées par Fabrica; des posters pour des événements d'actualité (comme par exemple Visions of Hope sur le 11 septembre) et des questions d'intérêt mondial (la drogue, le Sida, la diversité, le football et la religion). La série Wanted Creativity d'illustrations et de projets personnels.

### VIOLENCE (2003)

#### Gabriele Riva (Italie)

Une campagne de communication pour l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) sur la violence dans ses manifestations les plus difficiles à dénoncer et à combattre : la violence conjugale, masochiste, sexuelle, de groupe; les abus sur les personnes âgées et les enfants, l'abandon de mineurs. Présentée en mai 2003, la campagne a été diffusée dans le monde entier et traduite en plusieurs langues pour sensibiliser l'opinion publique sur la possibilité d'adopter des mesures d'aide et de prévention.

### FOOD FOR LIFE (2003)

#### James Mollison (Royaume-Uni)

Campagne publicitaire réalisée pour United Colors of Benetton en collaboration avec le Programme Alimentaire Mondial des Nations Unies. Les images, réalisées en Afghanistan, au Cambodge, en Guinée et au Sierra Leone, témoignent de l'étroite relation entre la malnutrition et les thèmes sociaux (éducation, travail, paix, émancipation des femmes). La distribution de nourriture dans les écoles s'est avérée particulièrement efficace pour inciter les enfants à recevoir une instruction. Fabrica réalise depuis 2000 les campagnes de communication pour United Colors of Benetton.



# FABRICA LES YEUX OUVERTS

## **SELFPORTRAITS** (1995-2007)

### **Fabrica, plusieurs auteurs**

Une sélection d'autoportraits réalisés par les jeunes de Fabrica. Une façon d'illustrer les origines de Fabrica et sa tendance actuelle, à travers les témoignages de ceux qui ont participé à la vie du centre de communication.

## **TROISIÈME SECTION – L'EXPÉRIENCE INTERACTIVE**

La troisième section présente les projets vidéos et les expérimentations interactives, aussi bien sensorielles que cognitives, développées par les équipes de Fabrica.

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

### **GET IN TOUCH** (2007)

**Stefano Bergonzini** (Italie), en collaboration avec **Luca Bilotta** (Italie)

Une paroi sensorielle connectée à un signe graphique permet aux mains qui la touchent de reproduire visuellement l'idée du réseau qui est à la base de la vision du monde de Fabrica, entendue comme interactivité technologique et comparaison idéologique entre différentes cultures.

### **FLIPBOOK!** (2005-2007)

**Juan Ospina** (Colombie), avec la contribution d'**Enrique R. Grullon** (Saint-Domingue), **Maik Bluhm** (Allemagne) et **Hans Raber** (Autriche)

Lauréat du Grand Prix au prestigieux Japan Media Arts Festival, FLIPBOOK! (<http://www.fabrica.it/flipbook/>) est un projet d'animation interactive qui permet à chacun de créer sa propre histoire animée en dessin, de l'envoyer et de la partager sur la toile. Des milliers de courtes histoires, tantôt simples et amusantes, tantôt violentes, douloureuses ou érotiques ont ainsi vu le jour. FLIPBOOK! est rapidement devenu un phénomène Web, avec plus de 200 000 animations et 15 millions de visiteurs.

### **EVIDENCE** (1995)

**Godfrey Reggio** (Etats-Unis)

Dans ce court-métrage dont la musique est de Philip Glass, l'Américain Godfrey Reggio, metteur en scène visionnaire et auteur d'Anima Mundi, observe la relation des enfants avec la télévision. Réalisé alors que Godfrey Reggio était directeur de Fabrica, Evidence a participé à de nombreux festivals cinématographiques, dont celui de Locarno en 1997.

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

**Andy Cameron** (Royaume-Uni), **Hans Raber** (Autriche), **David McDougall** (Royaume-Uni), **Oriol Ferrer Mesía** (Espagne)

Dans cette installation, le public a un rôle de protagoniste. Il explore deux façons d'être représenté dans le temps: l'image photographique fixe et la séquence filmée. Le visiteur



# FABRICA LES YEUX OUVERTS

entre en contact et interagit avec deux images de lui en temps réel: une, au ralenti, brouille la perception du temps, alors que l'autre fragmente le temps en une série de photogrammes. Sur une cloison, le visiteur doit rester immobile pour voir son reflet. Sur l'autre, il doit bouger pour animer les séquences. Le titre est tiré de la poésie de J.L. Borges: « We are the time. We are the famous ».

## **STOCK EXCHANGE OF VISIONS (2006-2007)**

D'après une idée de **Gregor Kuschmirz** (Allemagne), avec la contribution d'**Alfio Pozzoni** (Italie), **Paolo Jannuzzi** (Suisse), **Stefano Bergonzini** (Italie), **Giorgio Collodet** (Italie)

Inspiré des écrans qui affichent en temps réel les négociations en bourse, Stock Exchange of Visions permet de connaître la vision du futur de scientifiques, sociologues et futurologues sur les thèmes de la culture, de l'environnement, des ressources, de l'économie et de la société. Sur le sol aménagé comme un outil de navigation, le visiteur peut choisir les thèmes qui l'intéressent le plus, alimentant ainsi un diagramme qui présente les thèmes suscitant le plus d'intérêt dans le public. Stock Exchange of Visions est aussi un site Web, [www.stockexchangeofvision.org](http://www.stockexchangeofvision.org), réalisé afin de créer un réseau mondial de «visions» essentielles pour l'avenir de l'humanité.

## **FORWARD (2007)**

Auteurs de la sphère : **Erik Ravelo** (Cuba), **Giorgio Collodet** (Italie)

Auteurs des films : **Fernando Acquarone** (Brésil), **Valeria Giulianelli** (Italie), **Brad Hasse** (Etats-Unis), **Alex Healey** (Royaume-Uni), **Diego Hurtado de Mendoza** (Espagne), **Erik Ravelo** (Cuba)

De grandes sphères transparentes, au travers desquelles il est possible de poser un regard sur l'avenir. Grâce à un écran interactif spécial, il est possible de sélectionner des images, des films et des documentaires, tous sur le thème des changements climatiques et de la durabilité écologique, tout en créant, en superposant deux images de la nature bougeant en transparence, des scénarios possibles pour le futur.

## **SIENA (ITALIE), GRANADA ET SOLENTINAME (NICARAGUA) (2007)**

**Cosimo Bizzarri** (Italie), **Giorgio Collodet** (Italie), **Valeria Giulianelli** (Italie), **Paolo Jannuzzi** (Suisse), **Matthew Prins** (Royaume-Uni), **Erik Ravelo** (Cuba), **Andrés Reymondes** (Argentine), **Guillermo Rivero** (Mexique), **Ciro Zecca** (Italie)

Les boursiers du secteur vidéo de Fabrica ont approfondi avec un groupe de scientifiques, d'écrivains et d'architectes le concept de durabilité et de « développement autodurable ». Ils ont ainsi pu réaliser deux projets vidéos qui portent un regard sur l'une des questions les plus controversées de notre époque. Cette réflexion a également donné naissance à un numéro spécial de COLORS consacré à l'environnement.

