

ACVIC

CENTRE D'ARTS CONTEMPORÀNIES

Sant Francesc 1. 08500 Vic · Tel +34 93 885 37 04

www.acvic.org · info@acvic.org

De dilluns a divendres de 10.00 a 13.00 h i de 17.00 a 20.00 h.

Dissabte d'11.00 a 14.00 h i de 17.00 a 20.00 h. Diumenge i festius d'11.00 a 14.00 h.

Inauguració dijous 2 desembre a les 19.30 h.

ACTIVITATS DE FORMACIÓ OBERTA VINCULADES A L'EXPOSICIÓ.

CONFERÈNCIA DE JOAN FONTCUBERTA.

3 de Febrer a les 18.30 h.

Organitzat en col·laboració amb la Universitat de Vic.

Activitat oberta al públic.

Lloc: Sala Mercè Torrents, Edifici C. Campus Miramarges de la Universitat de Vic

TALLER DE FOTOGRAFIA DIGITAL PER A NENS DE 4 A 7 ANYS.

Impartit per **Tanit Plana**.

Dissabte 29 de gener, 5 i 12 de febrer de 2011 de 10.00 a 13.00 h.

Preu del taller 75 eur. Preu per sessió 25 eur.

Lloc: ACVÍc Centre d'Arts Contemporànies. C. Sant Francesc, 1 Vic.

TALLER DE FOTOGRAFIA DIGITAL PER A JOVES DE 14 A 18 ANYS.

Impartit per **Tanit Plana**.

Setmana del 28 de febrer al 3 de març de 2011, de 10.00 a 13.00 h.

(setmana blanca). Preu del taller 100 eur. Preu per sessió 25 eur.

Lloc: ACVÍc Centre d'Arts Contemporànies. C. Sant Francesc, 1 Vic.

TALLER IMATGE DIGITAL I WEB.

Impartit per **Miquel Bigas**.

Dissabte 19 de febrer de 2011 de 10.00 a 13.00h.

Preu del taller: 25 eur.

Lloc: La Farinera, Centre d'Arts Visuals de Vic. C. Bisbe Morgades, 15 Vic.

Tots els cursos tenen un descompte del 10%
per als socis d'H. Associació per a les Arts Contemporànies.

Per a més informació i inscripcions: info@acvic.org - tel. 938 853 704



Amb el suport de

Col·labora



Estudiogràfic



ACVIC
CENTRE D'ARTS
CONTEMPORÀNIES

A través del mirall
Joan Fontcuberta

02.12.2010-04.03.2011

A TRAVÉS DEL MIRALL. JOAN FONTCUBERTA

ACVic en col·laboració amb **Nits Digitals** presenta l'exposició **A través del mirall** de **Joan Fontcuberta**. Aquesta exposició recull dos treballs en els que l'artista utilitza els recursos que ofereix internet. Amb el títol específic de **Googlegrames** i **Reflectogrames** planteja una reflexió sobre la importància i l'increment d'imatges, la proliferació d'autors, així com el potencial de difusió i dispersió vírica, elements tots ells en augment amb l'ús de les xarxes socials.

Amb Googlegrames construeix composicions iconogràfiques contemporànies a partir del cercador Google. Si un s'apropa veu com aquestes representacions estan construïdes per un mosaic de milers d'imatges, que temàticament estan relacionades amb la composició resultant. A l'exposició hi ha la possibilitat que l'espectador generi composicions pròpies i les incorpori mitjançant una projecció.

Amb Reflectogrames el que fa és recollir aquelles imatges en les que les persones es fotografien davant del mirall, que posteriorment publiquen a internet i les difonen mitjançant l'ús de les xarxes socials. Consisteix en una sobreprojecció d'autorretrats especulars on l'espai expositiu es transforma a partir de la confluència de múltiples projeccions convertint-lo en un escenari saturat en el que hi té lloc un espectacle de desbordada subjectivitat. A l'exposició s'hi troba un dispositiu dotat amb una càmera i un software amb el que l'espectador es pot afegir a l'exposició a través del seu retrat.

Joan Fontcuberta considera que hi ha dos tipus de fotografia, la que pertany a un ordre decoratiu i la que fa pensar. Des dels seus inicis ell treballa en el camp de la fotografia que "fa pensar". Així ho expressava en la recent conferència que va donar en el context de les Nits Digitals a Vic. Però pensar en què? Aquest és el repte i el punt de partida de cadascun dels seus treballs, articular un conjunt d'imatges que orientin a l'espectador, observador o usuari cap a unes determinades coses per tal de qüestionar, debatre o senzillament reflexionar. Quan les imatges es multipliquen i es multipliquen, les reflexions han de partir del conjunt significatiu. En aquest cas Internet és el mitjà i el missatge. Un mitjà multiplicador i un missatge que unes vegades ens arriba filtrat (en el cas de Google) i que en d'altres ens arriba saturat (en el cas de les xarxes socials). La nostra mirada està condicionada per aquests mecanismes. Una imatge ens pot fer pensar, la multiplicació d'imatges no ens fa pensar de manera proporcional, contràriament ens atordeix, ens embriaga. L'artista en posa un mirall en el que ens reflecteix una realitat saturada d'informació visual, una manera subversiva d'exercir el control social. L'excés d'informació ens allunya de la capacitat de concentració, de reflexió, de pensament. Aquest és un dels aspectes sobre els que en fa pensar aquesta exposició. Altres conceptes i relacions que s'en desprenen ens ho explica Fontcuberta amb els textos que aquí es publiquen.

GOOGLEGRAMES

Internet ha estès la noció d'una memòria universal i democràtica, exhaustiva i accessible a tothom, complint el somni de la "noosfera" predicada per Vernadsky i Teilhard de Chardin. Els Googlegrames examinen fins quin punt aquesta utopia no està tant lluny de convertir-se en realitat. En l'actualitat abunden diferents *softwares* de fotomosaic, una tècnica d'il·lustració digital utilitzada en el disseny i en la publicitat des de mitjans dels anys 90. Un fotomosaic és un procediment amb el qual una imatge-model es compon a base d'una estructura reticular de petites imatges-model. A una certa distància reconeixem el model d'origen, però una observació més propera ens permet apreciar el contingut de les múltiples imatges de les quals està composta. El fotomosaic constitueix per tant una espècie de palimpsest perceptiu.

Amb els Googlegrames unes imatges que poden ser considerades com icones del nostre temps són refetes mitjançant aquest recurs, però cal connectar el programa a la xarxa perquè a través de Google -el cercador de referència- localitzi totes les imatges disponibles segons un determinat criteri de recerca. El procediment permet establir una relació (poètica, dialèctica, política, etc.) tant entre la paraules de recerca i la imatge matriu, com entre les paraules de recerca i les imatges associades a aquestes paraules en el moment concret de la recerca. El dispositiu mobilitza, doncs, d'una forma no controlada per l'operador, tant els accidents lògics (polisèmies, homonímies, superposició d'idiomes...) com les censures i filtres que el cercador subreptíciament imposa.

REFLECTOGRAMES

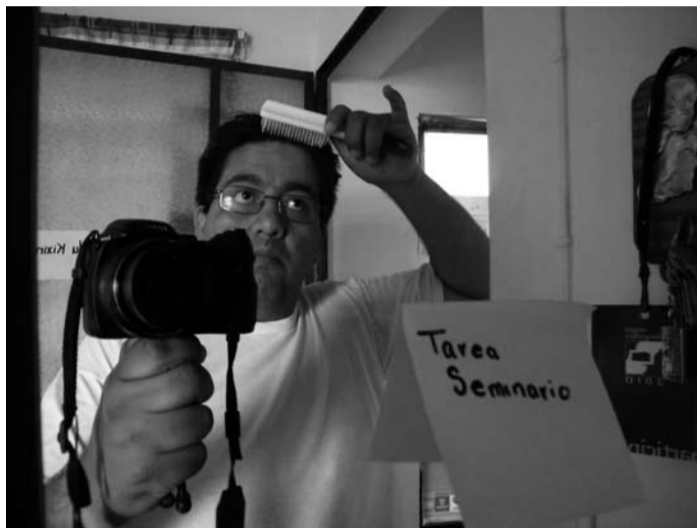
Miralls i càmeres defineixen el caràcter panòptic i escòpic de la nostra societat: tot està donat a una visió absoluta i a tots ens guia el plaer de mirar. Amb la proliferació de les càmeres digitals i la seva incorporació en telèfons mòbils apareix un nou gènere d'imatges extremadament popular, com evidencien els *blogs* i els fòrums a la xarxa: els nombrosos autoretrats realitzats per joves i adolescents davant el mirall (en els quals a més, per tancar el cercle perceptiu, hi apareix la pròpia càmera com a dispositiu de registre). Miralls en espais íntims com banys, habitacions d'estudiant, hotels, banys de discoteques i d'altres locals de lleure, emprovadors de botigues de roba, ascensors, retrovisors d'automòbils... En aquestes fotos la voluntat lúdica i autoexplorativa preval sobre la memòria. Fotografiar-se i difondre aquestes imatges a través de les xarxes socials forma part del joc de la seducció i dels rituals de comunicació de les noves subcultures urbanes.

VOSTÈ PREMI EL BOTÓ. PERÒ QUI FARÀ -AVUI- LA RESTA?

Un aspecte que sovint no donem importància quan tractem la fotografia digital és que finalitza el procés de secularització de la imatge. Des d'Altamira i Lascaux, les representacions pictòriques eren prerrogatives de la màgia instituïda per xamans i bruixots, éssers singulars dotats amb un do que els permetia invocar allò sobrenatural mitjançant la imatge. Superar la prehistòria va convertir els artistes en simples artesans laics, encara que coberts d'ungüent de geni i creativitat plàstica que es manifestaven en la destresa per plasmar el seu entorn amb formes i colors. L'art -la imatge- era llavors una curiositat reservada als estaments socials més opulents. L'adveniment de la fotografia en el primer terç del segle XIX va suposar una altra fita fonamental: l'habilitat manual ja no era un requeriment indispensable, perquè es delegava en un apèndix mecànic -amb la càmera- la missió de formar una imatge. És cert que al principi el procés fotogràfic era complex. Els pioners preparaven les plaques de manera alquimista i, tot el procés, es basava en un coneixement tècnic limitat als especialistes. Però la via a la socialització de la imatge quedava expedida en el seu desenvolupament progressiu. Un altre protagonista de la microhistòria de la fotografia, George Eastman, va realitzar el 1888 una contribució fonamental amb la industrialització i distribució de càmeres senzilles i barates, amb les quals s'oferia el servei de revelatge inclòs. El famós eslògan que va apadrinar l'operació,

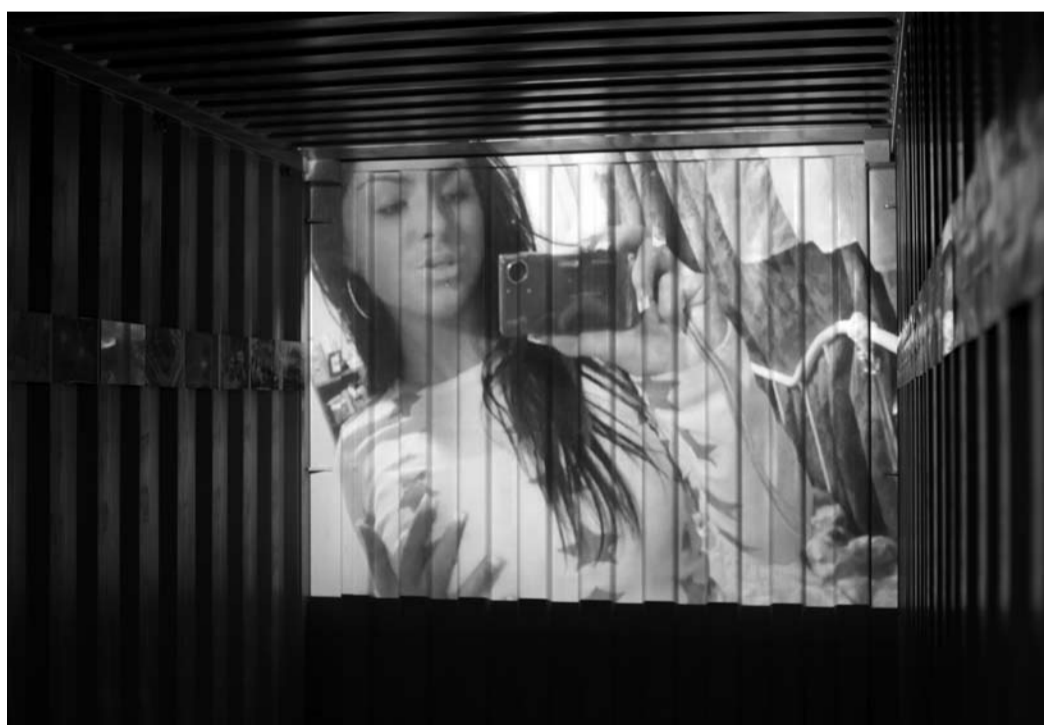
Amb això la fotografia es desritualitza, ja no es reserva per als moments solemnes. Al contrari: la disponibilitat, la facilitat i l'oportunitat de fotografiar-ho tot empeny a la foto digital a infiltrar-se en el temps i en l'esdeveniment d'allò quotidià. Avui tots som autors de les nostres pròpies imatges, ens hem convertit alhora en *homo fotograficus* i en *homo spectator*. És cert que en aquesta tessitura, el caràcter d'autoria és en entredit; però a canvi de ser, per fi, responsables i amos de la nostra imatge.

Aquest assoliment té, per la dona, una especial importància; ja que conquereix, per fi, el dret a la seva pròpia imatge després d'estar sotmesa durant mil·lennis a la mirada patriarcal. No només desbarata el monopoli dels especialistes, sinó que també, i sobretot, allibera el fet que els especialistes hagin estat tradicionalment homes. Potser això explica una dada sorprenent però estadísticament objectiva: els "reflectogrames" femenins (autoretrat davant el mirall que circulen per Internet) són molt més abundants que els masculins; la seva exuberància es pot interpretar justament com l'esclat que suposa l'emancipació de tants segles d'estereotips imposats. La dona s'allibera del tribut d'aquests filtratges i pot passar a construir els seus propis models. Però, realment ho aconsegueix?, o segueix per inèrcia la iconografia tradicional de cosificació del cos i submissió a l'autoritat falocràtica?, segueixen les expectatives de la dona formatades



"Vostè premi el botó, nosaltres farem la resta", sintetitzava l'inici d'una nova era, en la qual s'escindia la pulsio de produir i consumir imatges de la tinença de les facultats visuals i tècniques corresponents. Els eixerits cervells de la mercadotècnia ja van anticipar llavors que el verdader negoci procediria de la venda de còpies sobre paper per part dels laboratoris comercials. Lògicament el desenvolupament de la indústria fotogràfica va dirigir-se a simplificar el maneig de les càmeres, dotant-les de sistemes electrònics cada vegada més automatitzats: des del mesurament de l'exposició i l'enfocament, fins a la detecció de somriures als rostres. El fotogràf modern ja no ha de preocupar-se dels enutjats requeriments tècnics, i pot concentrar-se en el que veritablement interessa: allò que es vol fotografiar. Per tant, tot el món avui, fins i tot aquells que es troben en la categoria dels més ineptes, poden fer fotos decents: la imatge ha deixat de ser una potestat minoritària.

Les càmeres digitals han trastocat tant les lleis del mercat com la cultura visual. Encara que l'adquisició d'una càmera representa una despesa important, actualment la fotografia no és cara. Les imatges digitals estan destinades a ser contemplades a través de les pantalles (malgrat que persisteix l'ús d'impressores i *plotters* com a reminiscència caduca de la fotografia analògica), amb la qual cosa desapareix el consum de pel·lícula i paper. Això ha suposat per a les corporacions llegendàries com Kodak o Polaroid una tragèdia d'impacte semblant a la que va tenir el meteorit per a la supervivència dels dinosaures; avui dia, l'empresa líder, que situa al mercat el major nombre de càmeres, no és cap de les tradicionals firmes japoneses com Cànon, Nikon o Olympus, sinó Nokia. La indústria de la telefonia marca el rumb de la fotografia: allò primordial ja no és imprimir la imatge, sinó enviar-la. Segons unes dades facilitades, en el context de les jornades d'estudi organitzades per la fira de telefonia mòbil Mobile World Congress (Barcelona, 16-19 de febrer de 2009), la mitjana d'edat en la qual els espanyols accedeixen a la possessió d'un mòbil és de deu anys. És a dir, a partir dels deu anys els xavals porten a la butxaca un complex dispositiu de computació i comunicació que, entre moltes altres coses, permet fer fotos. La ubiqüitat dels aparells fotogràfics, unida a la gratuïtat dels trets, multiplica de forma exponencial les situacions que són registrades fotogràficament, així com la quantitat d'imatges efectuades.



pels fantasmes masculins? Apuntem una altra dada: en situacions de parelles heterossexuals, majoritàriament, sol ser l'home qui porta la càmera. La qual cosa podria constatar, al seu torn, que el control de la imatge equival a una posició de poder, i/o que les imatges constitueixen un material de plaer més pels homes que per les dones (com a hipòtesi d'una major sexualitat visual en el sexe masculí).

JOAN FONTCUBERTA