

Al éxito por la rebelión

21.11.2008 – 12.01.2009

Comisariado por Isabell Cadevall y Stefan Römer

En un mundo en el que la convergencia mediática y el desarrollo digital son premisas básicas para sustentar la ilusión de ofertas y oportunidades, aparece en nuestra sociedad una nueva conciencia sobre la rebelión. Esta, se está transformando en el vehículo idóneo para sumergirnos en un complejo microcosmos donde el juego de la rebelión, lidera el éxito y el poder, tanto individual como mediático.

La temática de esta exposición se centra en la palabra *Rebelión*, en su significado de “*levantamiento público*” para derrocar lo anteriormente establecido, entendido en su contexto contemporáneo. La meta del proyecto es desarrollar una nueva forma de entender este concepto y encontrar las condiciones adecuadas para su aplicación en la cultura pop contemporánea. “*Rebelarse*” se ha convertido en un estereotipo de la publicidad. En este sentido, dentro de la industria de la cultura, el concepto “*rebelión*” se convierte en un signo diferenciador a la vez que define el carácter formal del producto.

Este proyecto reúne un grupo de siete estudiantes de teoría y práctica de nuevos medios de comunicación, de la clase del catedrático **Dr. Stefan Römer**, de la Akademie der Bildenden Künste de Munich.

PROYECCIONES VIDEOGRÁFICAS EN LOOP:

Florian Duffe & Verena Seibt

Rebell-Sweat

DV, 40 segundos de duración aproximada.

Spot publicitario para “*Rebell-Sweat (sudor de rebelde), Eau de-Toilette*”.
Sudor de rebelde como ingrediente innovador para el ejecutivo que busca el éxito.

Julia Wallner

Barca Martillo Estaca

DV, 2 minutos de duración aproximada.

Y delante de mí, pero sólo delante de mí está, tan abierto como el océano que surcamos para llegar a otros continentes, el mercado.

...buscar lo que es totalmente diferente, cruzar el límite y fracasar produciendo.

Al principio uno no lo sabe, pero, en realidad, a uno todo le parece un éxito.

Texto de Diedrich Diederichsen, “*Eigenblutdoping*”



Florian Froese-Peeck

Hacer No hacer Esperanza

DV, 2 minutos de duración aproximada

La misma persona en diferentes posturas: el hacer, el no hacer y la esperanza. Una iconografía del conflicto del rebelde.

Barbara Spiller & Max Schmidlein

El divertido amor egomaniaco

DV, 16:50 minutos.

El divertido amor egomaniaco, una película sobre el amor; sobre las diferentes formas de la vida bohemia; sobre la revolución interior y exterior, y sobre el fracaso aparente de nuestras necesidades básicas.

Lisa Degele

Guerrilla-Irrupción en el jardín privado.

DV, 90 segundos.

Cada día en los jardines privados se producen conflictos entre propietarios y visitantes no deseados.

Verena Seibt

Kasperl en la lucha de clases

La vana existencia de Kasperl como rebelde trasgresor.

SONIDO DEL LOOP:

Florian Duffe

Successful Sound

4 minutos de duración aproximada.

Collage de sonido que combina consignas rebeldes y reclamos publicitarios. Este actúa a la vez como nexo y contrapunto entre los diferentes vídeos de la exposición.

INSTALACION:

Lisa Degele

Soy rebelde

9 metros de cable luminoso.

Un trazo de escritura luminosa en color rosa chillón formula esta comprometida declaración personal, cuyo origen está en la canción que lleva ese título interpretada por la cantante Jeanette. El carácter publicitario y la estética pop del cable luminoso contradicen la afirmación de rebeldía, porque reflejan una pose afín a las corrientes de moda, en las que el culto a la rebeldía se ha transformado en convención.