

Sala HAL dedica la sessió a un dels creadors audiovisuals catalans de més prestigi internacional, Antoni Muntadas. La seva obra comprèn una àmplia varietat de continguts i de formats.

SALA
HAL

16 de novembre de 1995

ANTONI MUNTADAS Projectes: vídeo, instal·lacions i sistemes interactius

AUDIOVISUAL

I NOU MIL·LENNI

Durant els darrers 25 anys, Antoni Muntadas ha centrat la seva obra en el que ell anomena el "paisatge dels mèdia". En l'anàlisi que fa de temes socials, culturals i polítics, Muntadas utilitza el vídeo, la fotografia, la tipografia, el so i les instal·lacions arquitectòniques i interactives.

Nascut a Barcelona, Muntadas està establert a Nova York des de l'any 1971. Els seus projectes més recents i destacats inclouen *The Board Room* (1987); *Stadium* (1989); *Words: The Press Conference Room* (1991); *Political Advertisement I, II, III* (1984-1992); *The File Room* (1990-1995), una instal·lació interactiva sobre la censura cultural en què ha utilitzat la xarxa Internet i *Between the Frames* (1982-1994), un projecte realitzat al llarg de deu anys sobre el sistema de l'art, i que l'artista ha estructurat en vuit capítols. Aquest projecte es va estrenar al Museu d'Art Modern de Nova York, i recentment s'ha exhibit al Centre Wexner per a les Arts, d'Ohio, i al Museu d'Art Contemporani (C.A.P.C.) de Bordeus; actualment està instal·lat a la Galeria List del MIT de Boston. D'altra banda, la galeria Storefront for Art+Architecture ha exhibit la instal·lació *City Museum?* durant els mesos de setembre i octubre de 1995 a Nova York.

Muntadas ha treballat, donant classes i conferències en centres com ara el MIT de Cambridge (Massachusetts), la Universitat de Califòrnia UCSD (San Diego), la Universitat de Sao Paulo, i les escoles de Belles Arts de París, Grenoble i Bordeus.

LA VISIÓ DE MUNTADAS

"L'obra que estic realitzant es basa en fenòmens contemporanis que existeixen. Passa d'un exterior social a un interior personal i filtra la informació pública en la informació personal. Reacciono davant la informació filtrada pels mitjans de comunicació..."¹

Les paraules són claus d'entrada que Muntadas ha afegit i que funcionen per a nosaltres com un filtre més clarificador. Hi ha paraules soltes intercalades en moltes de les obres de Muntadas, com en la cinta de cinc minuts *Video is Television?* (1989), on apareixen una sèrie de noms solts damunt d'un ràpid muntatge d'escenes tretes del cinema i la televisió, amb una insistent música de fons de Glenn Branca: vídeo, film, televisió, imatge, fragment, extracte, manipulació, paisatge, context, audiència, valoracions, contingut, genèric (aquest darrer, un adjectiu que apareix emmarcat en un requadre)². La imatge final és una pila infinita de televisors que es multipliquen sense fi en un llarg zoom, fins que ens deixa amb el que sembla ser la línia d'exploració d'una altra imatge de vídeo: un cercle tancat. Per a Muntadas, les paraules que ha col·locat aquí podrien englobar tot el que es pot dir sobre el vídeo i la televisió; encara que no són ni analítiques ni descriptives, tendeixen al judici en la ment de l'espectador, com si el sol fet d'esmentar-les tingués una funció educadora i preceptiva.

Limousine Project (1990), preparat per a l'exposició *Rhetorical Image* del New Museum, defuig completament les imatges en la doble seqüència de paraules retroprojectades sobre les finestres fosques d'una limousine que passeja sense rumb: ritual amagat, estat del tracte, mitjans de comunicació racistes, corrupció misteriosa, massificació silenciosa, control de la publicitat, violència secreta, símbol de poder, control massificat, tracte obscè, censura secreta, gènere violent, consumidor corrupte, silenci racista, violència massificada...

Els noms i els adjectius interaccionen i es converteixen en verbs, o canvien de parella, i les seves diverses formes suggereixen anuncis i notícies. La limousine llisca silenciosament per Manhattan, emmarcada pels aparadors il·luminats de les botigues, o fent una parada davant dels teatres resplendents. Les paraules, el cotxe car i impecable, només es poden interpretar com una acusació. Acusació contra qui? Contra què? Qualsevol persona amb poder o influència rep un eco de culpabilitat (personalitzada).

Muntadas és un espectador conscient, una consciència vigilant, que considera el seu entorn i el nostre. Es troba com a casa tant a Espanya com als Estats Units, treballa sovint al Canadà, al Brasil, al Japó i a tot Europa, observa i compara. El que el fascina és el que passa entre bastidors, el que no es pot veure en els mitjans de comunicació en general.

Muntadas és un artista transnacional. La seva base (vida/treball) és fluida i mòbil, i disposa d'una xarxa de col·laboradors molt àmplia i molt estesa geogràficament; la seva visió de l'"aquí" és múltiple i informada. Però el món que veu és especialment homogeni. *Cross Cultural Television* (1987, 96 min.) preparat juntament amb Hank Bull al centre artístic Western Front, de Vancouver (Canadà), per a Infermental VI, agrupa metrატges no emesos de notícies sobre guerres, gires reials, informes del mercat de valors, previsions meteorològiques i comentaris de "presentadors" de notícies d'arreu del món, entre els quals intercala titulars com velocitat temps diners; seducció dels espectacles genèrics; donar suport consum cosmètic; colonialisme dels mitjans de comunicació estrella; control dels tipus de canvi; tecnologia dels sistemes locals; valors en format subliminal i codis que demostren l'ús d'informació rebuda via satèl·lit per als principals programes de tot el món.

(segueix al dors)

Lloc i hora: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (Montalegre, 5) a les 20.15. Preu de l'entrada: 300 ptes. (membres de la UPF: entrada gratuïta)

Organitzat per:

En col·laboració amb:

Amb el suport de:



INSTITUT UNIVERSITARI DE L'AUDIOVISUAL
UNIVERSITAT POMPEU FABRA



PHONOS FUNDACIÓ PRIVADA



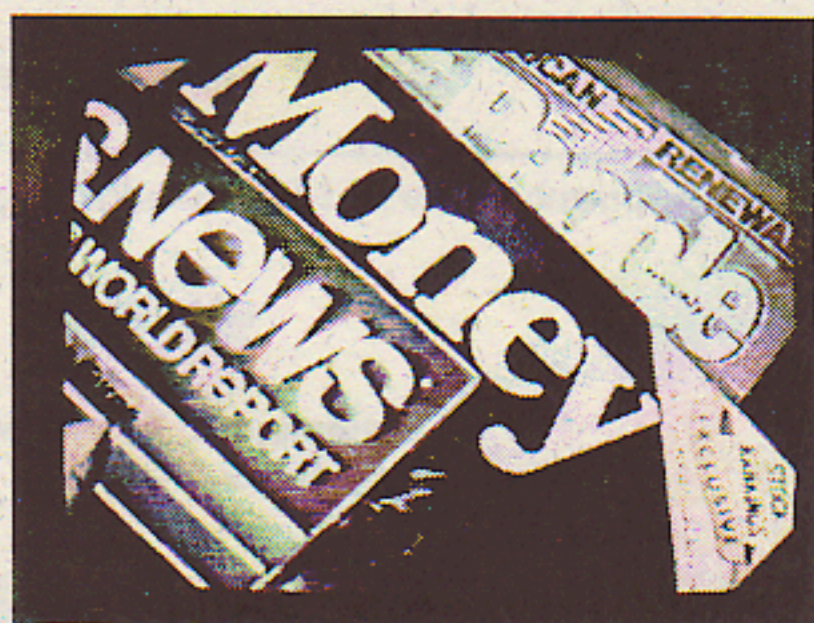
Centre de Cultura Contemporània
de Barcelona



Ajuntament de Barcelona
Àrea de Cultura
SiliconGraphics
Computer Systems

El fet més remarcable és que, tret de les diferències en l'idioma parlat, pràcticament no hi ha res que indiqui unes fonts o una identitat nacional concreta. Les notícies seleccionades, i també les actituds dels qui parlen, l'estil, el ritme, els fons, els formats del programa i les fotos inserides són idèntics en els diversos països inclosos (vint aproximadament). Aquesta uniformitat, aquesta buscada complicitat amb les normes (americanes) és profundament pertorbadora. És que Muntadas, que viu a Nova York des de fa més de 20 anys, es considera ell mateix, abans de tot, un ciutadà del món? Ho troba tranquil·litzador? O és simplement inevitable, atès que a tot arreu es dona per suposada la necessitat d'incrementar el Producte Interior Brut, el desig de tenir més maquinari, més programari, un "millor nivell de vida", una vida cada vegada més segura i còmoda. Potser una situació de poder. En qualsevol cas, es tracta d'un món —i d'una política— dels quals no es refia. Sempre com una mena de foraster, observa aquests fets clarament.

La democràcia americana, no simplement "bona", ofereix material abundant per estudiar. *Political Advertisement II* (1956-1988, 48 min. en col·laboració amb Marshall Reese), per exemple, agrupa imatges soltes de campanyes presidencials de 1956 a 1988 als EUA, on els canvis al llarg de les dècades són fascinants. Dwight Eisenhower, Barry Goldwater, Richard Nixon, John Kennedy, Hubert Humphrey, Jimmy Carter, Ronald Reagan, tots hi surten, igual que altres guanyadors i perdedors els noms dels quals pràcticament s'han oblidat. En una percepció retrospectiva, les promeses de tots ells sonen més buides. En els anys 50, els missatges són simples i directes, en blanc i negre, i els candidats o els seguidors llegeixen els textos encarcaradament. Però cap als anys vuitanta, els colors i la música viva, els somriures encantadors, els sentiments populars, les imatges de paisatges desenfocats i les cançons enganxoses ("Why settle for less" o "It's morning in America") es mesclen per especificar i subratllar l'embolcall i la mercaderia dels candidats polítics: un producte més per al consum de masses, amb poc lloc (o poca necessitat) per a temes preocupants i plataformes programàtiques. Fins i tot l'"honestedat" d'alguns dels anuncis és cínica. El fet que la televisió hagi proporcionat la informació bàsica per a aquest muntatge —com també la cinta de vídeo d'aquest artista— és ara una ironia i, en certa manera, encoratjador. Hi ha proves, almenys, per a una (re)construcció del passat i del present, si sabem on buscar-les i com valorar-les.

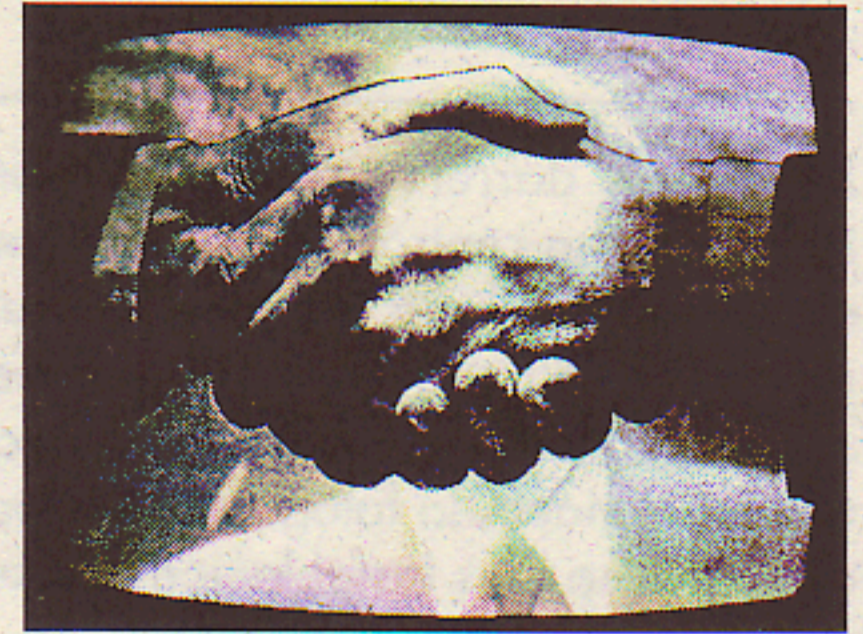


Els moviments de masses, i les mateixes masses, ofereixen un interès continu. *Stadium* (1989) és una obra de format múltiple, preparada com a muntatge per a la Walter Phillips Gallery, de Banff (Canadà), resultat d'una estada de tres mesos com a artista resident al Banff Centre. Fotografia, vídeo, projeccions de diapositives, àudio i elements arquitectònics constitueixen un tot integrat, com "una metàfora que parla de la transformació i la manipulació del públic durant un acte". Parla de la realitat perceptible de les relacions històriques (i presents) entre l'"espectacle" (acte) i la "massa" (públic)"³. També es van editar a Banff un compact disc de la banda sonora de l'obra i quatre interpretacions més d'àudio, i tota la peça es va muntar després a la Corner House, de Manchester, i a la Ikon Gallery, de Birmingham (Anglaterra). Una versió fotografia/text d'*Stadium* es va publicar com a projecte per a la revista *Artforum* (Nova York, octubre 1989) i l'obra es va tornar a muntar en altres galeries de Vancouver i Nova York. És evident que la metàfora ha resultat efectiva com a focus social i (escenari per a un) ritual. Muntadas veu l'estadi com un recipient i una forma geomètrica, un lloc per a la celebració d'actes polítics, religiosos, culturals i competitius al llarg dels segles, "un dispositiu de propaganda i entreteniment", sense oblidar els prototips grecoromans ni l'estructura de Hitler ni els Jocs Olímpics de 1936 a Berlín. Muntadas s'interessa per la psicologia, l'antropologia i la sociologia, i utilitza els diaris, la televisió i el vídeo, llistes d'espectacles, llibres, tot el que li sembla adequat per elaborar la seva investigació.

Aquesta frontera entre allò que és personal i allò que és públic, entre el que és subjectiu i el que és objectiu, sempre és revisable. Igualment, *The Board Room* (que es va mostrar per primera vegada a Boston, 1987) ofereix un nexa entre la influència personal i el poder corporatiu, una persuasió alhora visible i amagada que es pot aplicar en el context dels negocis, la religió i l'ús prudent dels mitjans de comunicació. Tots els comentaristes representats en el muntatge tenen una pantalla de televisió a escala personal a la boca, com si fos un altaveu, amb un efecte subtilment xocant. No ens havíem adonat fins ara del poder d'aquests líders religiosos?

En les primeres cintes, Muntadas apareix sovint a la pantalla en forma d'un ull darrere la càmera (com a *Liège 12.9.77*, 1977) o en forma de mà que aguanta el micròfon (com a *Between the Lines*, 1979). Són proves de la seva presència, com a participant i testimoni dels actes. En les obres més recents ha desaparegut totalment de la imatge, per centrar-se d'una manera més general en els aspectes socials i culturals. La informació es presenta de manera més impersonal. La qüestió de, i l'equilibri entre, el que és personal i el que és impersonal, el que és públic i el que és privat, i art/vida o art/realitat, ha estat fonamental per a la seva obra durant gairebé vint anys, però amb el temps ha canviat les formes que utilitza. Mentre que les primeres obres es podien titular

Between the Lines, *Between the Frames*, *On Subjectivity*, les peces més recents són, simplement: *Credits*, *Political Advertisement*, *The Board Room*, *Stadium*, o *Citymuseum*. Aquests darrers estudis indiquen la investigació bàsica, per exemple, l'estudi dels fonaments i els supòsits originals, una minuciosa investigació de les formes i els sistemes socials i individuals, i la possible resposta manipulada, limitadora.



Muntadas parla com a individu, com a artista que treballa en col·laboració amb altres, preocupat pel teixit social. Els seus escrits són directes, explicatius, i sense arengues ni intencions de produir canvis. Igual que la seva obra, les paraules de Muntadas subratllen i enumeren, i deixen la interpretació oberta i l'acció opcional.

Muntadas investiga en quin punt l'*stereotype* —expressió convencional o mutilada, costum, imatge mental, etc.— es pot veure com un *archetype* —un model estàndard o prototip. El producte "genèric", tornat a definir i desenvolupar, marca aquesta intersecció. Aquest fenomen contemporani per excel·lència, influït pels mitjans de comunicació, es reflecteix en les exposicions de Muntadas com *Generic TV* i *Generic Still Life*, de 1987, i *Monumento Genérico* i *STANDARD/specific*, de 1988 i 1989, arquetip i estereotip finalment units, una altra imatge de mediocritat i manipulació.

Aquest és el món que Muntadas veu, i ens l'assenyala de manera que també el puguem veure. Les notícies de la televisió s'han tornat genèriques. Els candidats polítics, les arquitectures, els eslògans i els crèdits, l'"ecologia dels mitjans", el mateix poder, tot ha esdevingut genèric, simples signes. Nosaltres, el públic, hem d'anar amb compte.

Peggy Gale

(Publicat amb el títol *Muntadas'Eye* al catàleg Taormina Arte Video d'Autore, 1991, com a part de la manifestació *Taormina Arte, Rassegna Internazionale di Cinema Teatro Musica*)

Notes

- 1 Muntadas, d'una entrevista publicada a *Rhetorical Image*, The New Museum of Contemporary Art, Nova York, 1990.
- 2 Totes les cites en què no s'indiqui el contrari, les he transcrites jo mateixa de les cintes de vídeo de Muntadas (i han estat traduïdes al català, N.d.T.).
- 3 *Muntadas/Stadium*, Walter Phillips Gallery, 1989.