



# The Wolf Motives

## Los motivos del lobo

*Los motivos del lobo* es un vídeo de ficción que hace hincapié en las estrategias de control que, de manera más o menos velada, se construyen en torno a los jóvenes. A través de una puesta en escena que hace alusión al género documental sobre temas de naturaleza y al lenguaje publicitario más incisivo, el vídeo pone el foco en los intereses de mercado que se esconden detrás de los incentivos que marcas y corporaciones lanzan a través de las redes sociales y canales especializados.

En este sentido, los jóvenes serían tenidos en cuenta en tanto que representan una potente cuota de mercado y son considerados usuarios o compradores en potencia. Esta dinámica capitalista y alienante que inhabilita lo singular y que, en definitiva, impide desarrollarse fuera del sistema, supone una pérdida de las libertades y entronca con las dinámicas de sobreprotección llevada a cabo por aquellos gobiernos que promueven la *cultura del miedo* y la desconfianza hacia *el otro*.

La captación de la atención de los jóvenes, en muchas ocasiones, pasa por aceptar la inevitable dosis de transgresión inherente al desarrollo de su personalidad en plena fase de socialización. La identificación con determinadas estéticas y comportamientos subversivos, así como el uso del alcohol, las drogas y la exaltación de una noción precaria y reduccionista de las relaciones sexuales, son entendidos como un mal menor, una vez ya han sido diagnosticados, codificados y reconvertidos en hábitos de consumo.

Si en esta etapa la noción de estatus, el ser reconocido por quien eres y por lo que defiendes, es sumamente importante, son precisamente las marcas las que aportan los medios para enseñar a qué grupos perteneces y con cuáles no quieres que se te relacione. No es de extrañar que para los jóvenes las marcas jueguen un papel tan importante, pues les ayudan a construir su identidad e imagen entre sus amigos.

En todos los mercados los atributos de las marcas tienen diferentes grados de importancia. En algunos países se usan para expresar la individualidad y para diferenciarse del resto. En otros es todo lo contrario, ya que las marcas se usan para mostrar pertenencia a un grupo determinado.

A falta de otros referentes y valores sólidos y atractivos, estas mismas corporaciones se han encargado de analizar y gestionar los flujos emocionales de los jóvenes en relación a sus demandas de *autorrealización*, teniendo en cuenta que estos han devenido grupo de interés prioritario en su faceta de consumidores y usuarios.

Vídeo, 17'

*The Wolf Motives* is a fiction video that focuses on the more or less covert control strategies erected around young people. Through a visual style that references both the wildlife documentary and advertising language at its most insistent, the video examines the market interests that lie behind the incentives launched by brands and corporations through social networks and specialist channels.

Young people are a target public for this kind of initiative in their role as prospective users or buyers, where they command a compelling market share. This alienating capitalist dynamic suppresses individuality and impedes any self-development outside the system, simultaneously eroding freedoms and connecting with the overprotection practiced by governments who promote the "culture of fear" and mistrust of "the other."

In many instances, capturing young people's attention means accepting the inevitable dose of transgression that comes with the development of their personalities at this culminating stage of socialization. Identification with subversive aesthetics and conducts; the use of alcohol and drugs and the exaltation of a casual, reductionist notion of sexual relationships are regarded as a lesser evil once they have been diagnosed, codified and repackaged as consumer habits.

If the notion of status is supremely important at this time of life – being recognized for who you are and the ideas you defend – it is brands that provide the means to exhibit which groups you belong to and which you shun. It is no surprise then that brands play such a major role in young people's lives, helping them construct the identity and image they present to their friends.

Brand attributes have different levels of significance depending on the market. In some countries, they serve to express a person's individuality and distinguish them from the rest. In others, the opposite is true, with brands being used to signal membership of a particular group.

In the absence of other referents and of solid, attractive values, these same corporations have made it their job to analyze and channel young people's emotions concerning their demand for "self-realization," mindful always of their priority status as consumers and users.

Vídeo, 17'

# CARLES CONGOST

Carles Congost (1970, Olot, Girona) es licenciado en Bellas Artes por la Universidad de Barcelona. En 2013 la Fundación Marcelino Botín le concede una beca gracias a la cual desarrolla el proyecto *Abans de la casa/ Un biopic inestable a través del sonido Sabadell* estrenado en 2015 en la exposición *Itinerarios XXI* en Santander. En 2015 gana el Premio Ciutat de Palma de Artes Visuales Antoni Gelabert con la obra *The Artist Behind the Aura* (2014). En 2016 gana la segunda edición del Premi de Videocreació de la Xarxa y Loop con el vídeo *Wonders* (2016). El mismo año es invitado en Zurich a producir una obra para la 11.ª edición de la bienal europea Manifesta.

Entre sus muestras individuales podemos destacar las celebradas en el Espai 13/ Fundació Miró (2000), Barcelona; Espacio Uno/MNCARS (2001), Madrid; Centre d'Art Santa Mònica (2005), Barcelona; MUSAC (2007), León; El Bòlit (2017) Girona y Centre d'Art la Panera (2017), Lleida.

También ha participado en colectivas como *The Real Royal Trip* en PS1/MOMA de Nueva York; *Big Sur* en Hamburger Bahnhof de Berlín; *All Hawaii Entrées* en IMMA de Dublín; *Live!* en el Palais de Tokyo de París; *Yo uso perfume para ocupar más espacio* en Museo Carrillo Gil de México DF; *This is not a Love Song* en La Virreina Centre de la Imatge, Barcelona; Bienal de Nicaragua, etc.

[www.carlescongost.blogspot.com](http://www.carlescongost.blogspot.com)

Carles Congost (1970, Olot, Girona) holds a BA in Fine Arts from the University of Barcelona. In 2013, the Fundación Marcelino Botín provided funding for his project *Abans de la casa/ Un biopic inestable a través del sonido Sabadell*, premiered in 2015 at the *Itinerarios XXI* show in Santander. In 2015, he received the Premio Ciutat de Palma de Artes Visuales Antoni Gelabert with *The Artist Behind the Aura* (2014), and the following year his *Wonders* video (2016) won the 2nd edition of the Video Creation Prize awarded by the Network of Visual Art Centers of Catalonia and LOOP Barcelona. He was also invited to Zurich to create a piece for the 11th edition of European biennial Manifesta.

He has held solo exhibitions at venues such as Espai 13/ Fundació Miró, Barcelona (2000); Espacio Uno/MNCARS, Madrid (2001); Centre d'Art Santa Mònica, Barcelona (2005); MUSAC, León (2007); El Bòlit, Girona (2017) and Centre d'Art la Panera, Lleida (2017).

His group shows include *The Real Royal Trip* at PS1/MOMA in New York; *Big Sur* in the Hamburger Bahnhof, Berlin; *All Hawaii Entrées* at IMMA, Dublin; *Live!* in the Palais de Tokyo, Paris; *Yo uso perfume para ocupar más espacio* at the Museo Carrillo Gil, Mexico City; *This is not a Love Song* at La Virreina Centre de la Imatge, Barcelona; and the Nicaragua Biennial.

[www.carlescongost.blogspot.com](http://www.carlescongost.blogspot.com)

## STATEMENT

Desde mediados de la década de los noventa, la obra de Carles Congost combina diferentes medios y soportes como el vídeo, la música, el dibujo y la fotografía para crear un complejo e irónico discurso acerca del sistema del arte y sus intercambios. Mediante la puesta en escena de imágenes que hacen referencia al mundo del pop, el universo adolescente y la cultura de masas, reflexiona sobre cuestiones que, además de la propia práctica artística, incluyen fenómenos como la construcción de la identidad o los conflictos generacionales, con profusión de guiños a aspectos autobiográficos y autocríticos.

En su trabajo son constantes las alusiones al mundo del cómic, a la música de consumo, al cine fantástico y a la cultura televisiva. El carácter decididamente *lowtech* de sus primeros trabajos va perdiendo peso hasta llegar a producciones que se distinguen por una cada vez más patente complejidad técnica.

Since the mid-1990s, Carles Congost has been producing work that combines video, music, drawing and photography and other media to construct a complex and ironic discourse on the art system and its commercial exchanges. Employing images drawn from the world of pop, the teen universe and mass culture, he addresses questions that range from the practice of art itself to phenomena like the construction of identity or generational conflict, with frequent nods to aspects of an autobiographical or self-critical nature.

Other constants of his work are allusions to the worlds of the comic, popular music, sci-fi/fantasy cinema and TV culture. The decidedly low-tech character of his early output has progressively given way to productions that stand out for their increasingly evident technical complexity.



## Serie expositiva MULTIVERSO

El impulso y fomento del conocimiento basado en la investigación y la creación artística y cultural, así como la interacción entre ambos dominios, constituyen el núcleo del programa de trabajo de la Fundación BBVA. En el área de Cultura, la Fundación BBVA mantiene un consolidado programa de música contemporánea y promueve, a través de las Becas Leonardo, la creación e innovación en música y ópera, en literatura y teatro, y en artes plásticas y arte digital. Asimismo, desde 2014 pone el foco en la videocreación a través de las Becas MULTIVERSO a la creación en Videoarte, que posibilitan el desarrollo de uno de los lenguajes más característicos del presente y que con más fuerza define nuestra cultura.

La presente exposición forma parte de una serie que lleva por primera vez al público las obras resultantes de la segunda edición de estas Becas MULTIVERSO. De entre los numerosos artistas que concurren a la convocatoria, una comisión evaluadora, operando con total independencia y atendiendo a la trayectoria innovadora de los artistas y a la singularidad de los proyectos que se proponían llevar a cabo, seleccionó las nueve creaciones que se exhibirán entre mayo de 2017 y mayo de 2018.



Fundación **BBVA**  
Exposición  
**MULTIVERSO**

# The Wolf Motives Los motivos del lobo

ARTISTA **ARTIST**

# Carles Congost

COMISARIA **CURATOR**

Laura Baigorri

08 09 2017 - 08 10 2017

## MULTIVERSO exhibition series

The development and promotion of knowledge based on research and artistic and cultural creation, as well as the interaction of both domains, form a core strand of the BBVA Foundation's action program. In its Arts & Humanities area, the Foundation runs a highly regarded contemporary music program, as well as supporting creation and innovation in music and opera, literature and theater, and the plastic and digital arts through its Leonardo Grants. Since 2014, it has expanded its focus to video creation through the MULTIVERSO Grants for Video Art Creation, in order to foster the development of a language that is at once distinctly of our time and forcefully expressive of today's culture.

The present exhibition is part of a series that will offer the first public viewing of works selected in the second edition of the MULTIVERSO Grants for Video Art Creation. From among the numerous artists submitting entries, an evaluation committee independently selected the nine pieces to feature in this series, running from May 2017 to May 2018, based on the author's innovation record and the originality of the project.

Fundación BBVA

choosing just nine out of the many original projects submitted. *El Cultural*. We wish to thank all of them here for undertaking the hard task of Torre, exhibition curator and art historian; and Elena Vozmediano, art critic for María Paller, director of the arts program *Metropolis*. TVE; Blanca de la Base; Mariano Navarro, critic for the *El Cultural* supplement of *El Mundo*.

and Design sections of *ABC Cultural*; Nuria Enguita, exhibition curator; Chus Martínez Pérez, Director of the Art Institute of the Academy of Arts and Design; Javier Díaz-Guardiola, coordinator of the Art, Architecture exhibition curator; Javier Díaz-Guardiola, coordinator of the Art, Architecture of the Centro Andaluz de Arte Contemporáneo; Eugeni Boneç, artist and exhibition curator; Javier Díaz-Guardiola, coordinator of the Art, Architecture

Principales curadoras: Coordinación de la *Exposición MULTIVERSO Videoarte (2016)* Ayudas Fundación BBVA a la Creación en Videoarte. Monográficos “Multi-tverso” en *Metropolis* RTVE (2016); *CTRL + [I]: Intimacy, Extimacy and Control in the age of the self's overexposure* (2016), en Studio XX; Festival HTMilles 12, Terms of Privacy, de Montreal. *Romper las reglas: juego y desafío ético en el arte* (2015) en CENART; Festival de Artes Electrónicas y Video Transito\_MX06 de México DF. *Videoarte. Video crítico en Latinoamérica y Caribe* (2009-2015), exhibida en México DF; Buenos Aires; Rosario, Córdoba, Montevideo, Santiago de Chile, Quito, Guayaquil, Manizales, Lima, Cuzco, Managua, Asunción, Miami, La Habana, Camagüey, Río de Janeiro, Atenas, Estambul y Casablanca; AECID e Instituto Cervantes; monográfico “Carta blanca a comisarios” en *Metropolis*, (2009), en Festival Loop; CaixaForum de Barcelona. *Homo Ludens Ludens. Situando el juego en la cultura y sociedad contemporáneas* (2008), en Laboral Centro de Arte y Creación Industrial de Gijón.

Profesora titular especialista en Arte y Nuevos Medios en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona (desde 1993). Vicedecana de Investigación, Doctorado y Posgrados. [www.laurabaigorri.net](http://www.laurabaigorri.net)

## LAURA BAIGORRI BALLARIN

### HORARIO OPENING TIMES

Lunes a domingo y festivos  
10:00 - 21:00  
Monday to Sunday and public holidays  
10:00 - 21:00

### LUGAR VENUE

Sala Multiverso  
Fundación BBVA  
Palacio del Marqués de Salamanca  
Paseo de Recoletos, 10  
28001 Madrid

### CÓMO LLEGAR HOW TO GET THERE

Autobuses: 5, 14, 27, 37, 45, 53 y 150  
Metro: Línea 4 (Colón) y Línea 2 (Banco de España)  
Tren de cercanías: Estación de Recoletos  
City bus lines: 5, 14, 27, 37, 45, 53 and 150  
Metro: Line 4 (Colón) and Line 2 (Banco de España)  
Suburban trains: Recoletos station

### ENTRADA LIBRE FREE ADMISSION

Depósito legal: BI-1290-2017

[www.multiverso-fbbva.es](http://www.multiverso-fbbva.es)



Libros: *Video en Latinoamérica. Una historia crítica* (AECID y Brumaría 2008); *Nerart. Prácticas estéticas y políticas en la Red* (Universidad de Barcelona y Brumaría, 2006); *Video. Primera etapa: el video en el contexto social y artístico de los años 60/70* (Brumaría, 2004) y Premio a la Creación y Crítica de Arte 2005, Fundación Espais de Girona; y *El video y las vanguardias históricas* (Universidad de Barcelona, 1997).

Books: *Video en Latinoamérica. Una historia crítica* (AECID and Brumaría 2008); *Nerart. Prácticas estéticas y políticas en la Red* (Universidad de Barcelona and Brumaría, 2006); *Video. Primera etapa: El video en el contexto social y artístico de los años 60/70* (Brumaría, 2004), winner of the Art Creation and Criticism Prize of Fundació Espais, Girona; and *El video y las vanguardias históricas* (Universidad de Barcelona, 1997).

Main curated shows: Coordinator of the exhibition *MULTIVERSO Videoarte (2016)* *Ayudas Fundación BBVA a la Creación en Videoarte, "Multiverso"* episode of *Metropolis*, RTVE (2016); *CTRL + [I]: Intimacy, Extimacy and Control in the Age of the Self's Overexposure* (2016), in Studio XX; Festival HTMilles 12, Terms of Privacy, in Montreal. *Romper las reglas: juego y desafío ético en el arte* (2015) at CENART; Festival of Electronic Arts and Video Transito\_MX06, Mexico City. *Videoarte. Video crítico en Latinoamérica y Caribe* (2009-2015), visiting Mexico City, Buenos Aires, Rosario, Córdoba, Montevideo, Santiago de Chile, Quito, Guayaquil, Manizales, Lima, Cuzco, Managua, Asunción, Miami, Havana, Camagüey, Río de Janeiro, Athens, Istanbul and Casablanca; AECID and Instituto Cervantes. TV special “Carta blanca a comisarios”, *Metropolis*, RTVE (2012). *¡Siempre en la lucha! Video cubano de Gaciga. Castro y Rasta* (2009), at the Loop Festival, CaixaForum, Barcelona. *Homo Ludens Ludens. Situando el juego en la cultura y sociedad contemporáneas* (2008), at Laboral Centro de Arte y Creación Industrial, Gijón.

Barcelona, 1960. Curator, researcher and teacher. Professor specializing in art and new media in the School of Fine Arts at the University of Barcelona (since 1993). Vice-Dean of Research and Doctorate and Postgraduate Studies. [www.laurabaigorri.net](http://www.laurabaigorri.net)

### EXPOSICIONES DE LOS VIDEOARTISTAS DE LA SEGUNDA EDICIÓN EXHIBITS OF VIDEO ARTISTS IN THE SECOND EDITION

**Txuspo Poyo, Expediente: Túnel de La Engaña**  
12 05 2017 - 11 06 2017

**Rosana Antolí, PIRI REIS. La continuación de un mito**  
23 06 2017 - 20 07 2017

**Marc Larré, Sincronías 2016**  
28 07 2017 - 27 08 2017

**Carles Congost, The Wolf Motives/Los motivos del lobo**  
08 09 2017 – 08 10 2017

**María Ruido, MATER AMATÍSIMA. Imaginarios y discursos sobre la maternidad en tiempos de cambio**  
20 10 2017 - 19 11 2017

**Pedro Luis Cembranos, El accidente de Vollard**  
01 12 2017 - 31 12 2017

**Isaías Griñolo, La España profunda (de Ortega y Gasset a Rocío Jurado)**  
12 01 2018 - 11 02 2018

**Momu & No Es, Global Windshield, The Musical**  
23 02 2018 - 25 03 2018

**Lúa Coderch, [Shelter]**  
06 04 2018 - 06 05 2018