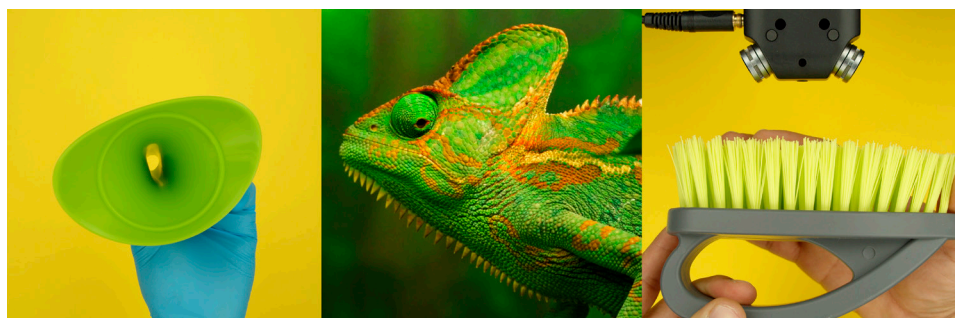


Tropicana

UNE EXPOSITION JEUNESSE DE JUAN ORTIZ-APUY

VÉRITABLE INCURSION DANS LE MONDE DES OBJETS, L'EXPOSITION *TROPICANA* EXAMINE NOTRE MANIÈRE DE CONSOMMER AUJOURD'HUI POUR MIEUX EN COMPRENDRE LES IMPACTS POUR LE FUTUR.



Juan Ortiz-Apuy, *Tropicana*, image fixe, 2020.

EN
TOURNÉE!
DISPONIBLE
DÈS 2022

Face à la crise environnementale, où l'abondance de la production de marchandises menace la diversité naturelle, il est tout aussi essentiel de s'intéresser à la manière dont les choses sont exposées, commercialisées et consommées, que ce soit dans les vitrines de boutiques ou en ligne.

Cette quatrième exposition jeunesse, conçue spécialement pour les enfants et les adolescents de 6 à 14 ans, pose un regard critique sur l'actuelle société de consommation et les publicités destinées aux jeunes qui mettent souvent en scène des animaux, des couleurs, des sons ou encore des formes qui les séduisent. L'artiste montréalais d'origine costaricaine Juan Ortiz-Apuy a réalisé pour l'occasion un environnement visuel et sonore qui permet d'explorer le langage publicitaire et sa capacité à agir sur nous, et ce, de façon parfois insoupçonnée. Il appuie sa réflexion sur de nouvelles stratégies commerciales observées à l'heure des médias sociaux, à savoir le phénomène des vidéos d'« unboxing » et d'ASMR (« Autonomous Sensory Meridian Response »).

VOX

Centre de l'image contemporaine

L'exposition *Tropicana* a été produite par VOX, centre de l'image contemporaine avec le soutien financier du Conseil des arts et des lettres du Québec.

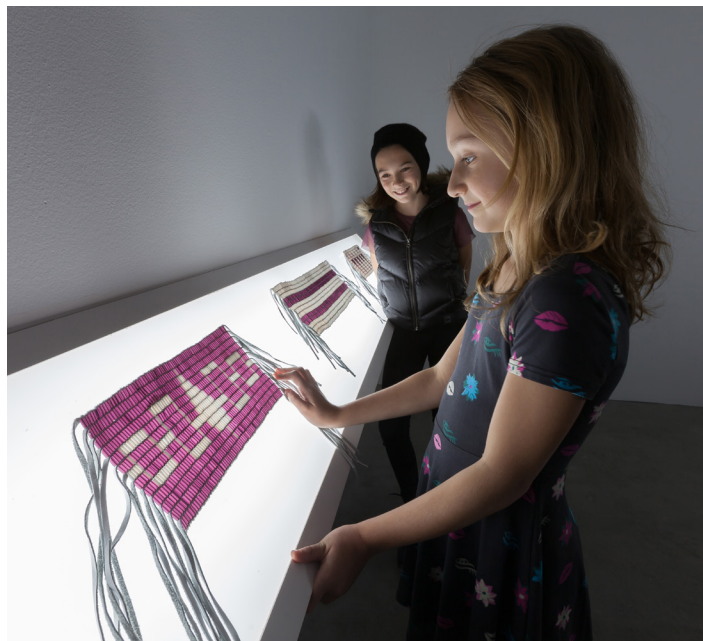
LES EXPOSITIONS JEUNESSE : UNE INITIATIVE DE VOX

**TROPICANA,
4^E ITÉRATION
DE NOTRE
MODÈLE NOVATEUR
D'EXPOSITION
JEUNESSE**

VOX a innové en matière de développement des publics étant désormais reconnu comme un producteur d'expositions jeunesse.

Bien que la littérature et le théâtre jeunesse soient des pratiques établies depuis plusieurs années, les expositions d'art actuel pour enfants demeurent rarement pratiquées au Québec et au Canada. Depuis 2013, VOX a réalisé quatre expositions jeunesse, conçues par Jonathan Plante, Clément de Gaulejac, Skawennati en plus de Juan Ortiz-Apuy.

Ces initiatives novatrices ont connu un immense succès médiatique et une fréquentation populaire : jusqu'à maintenant, plus de 80 000 enfants et adultes ont visité nos expositions jeunesse dans une trentaine d'institutions au Canada et aux États-Unis!



IMAGES :

Vue de l'exposition Skawennati. *Teiakwanahstahsontéhrha'*
Nous tendons les perches, VOX, 2018.

Vue de l'exposition Jonathan Plante. *Lapincyclope*, VOX, 2013.

Photos : Michel Brunelle.



Vue de l'exposition Juan Ortiz-Apuy. *Tropicana*, VOX, 2021. Photo : Michel Brunelle.

TROPICANA

2020, INSTALLATION
SCULPTURE GONFLABLE,
LAMPE STUDIO SUR TRÉPIED,
VIDÉO, SON, 7 MIN 32 S

L'« UNBOXING » : DIVERTISSEMENT OU PUB CACHÉE ?

Juan Ortiz-Apuy est fasciné par le phénomène de l'« unboxing » (ou « déballage » en français), qui connaît un énorme succès auprès des plus jeunes. Dans ce type de vidéos diffusées sur YouTube, des personnes déballetent des marchandises neuves variées, qu'il s'agisse de jouets, de gadgets, d'accessoires technologiques ou même d'aliments. Ces contenus sont souvent réalisés par des influenceurs – dans certains cas des enfants eux-mêmes –, rémunérés par des entreprises pour promouvoir leurs produits. L'objectif : capter notre attention, susciter notre intérêt... pour mieux acheter ensuite !

VOUS AVEZ DIT ASMR ?

L'artiste s'intéresse aux propriétés des objets : leurs couleurs, leurs formes, leurs textures et même les sons qu'ils peuvent produire. Dans la vidéo *Tropicana*, il s'inspire des vidéos d'ASMR, très populaires sur Internet. L'ASMR est une sensation de bien-être ou de relaxation qu'on peut éprouver lorsqu'on écoute certains sons, par exemple des chuchotements, des froissements d'emballages, ou encore les bruits produits par la manipulation d'objets comme de la pâte à modeler ou des jouets.

BÊTES DE SCÈNE

Juan Ortiz-Apuy a incorporé plusieurs espèces exotiques dans sa vidéo, stratégie très populaire dans le monde de la publicité. Ce n'est pas anodin : en effet, les animaux exercent un fort pouvoir d'attraction chez les petits comme chez les grands. Comment résister à ces créatures si uniques et fascinantes ? L'artiste établit des correspondances de formes et de couleurs entre les bêtes et les objets : ainsi, un caméléon à la crête proéminente est juxtaposé à un entonnoir et une brosse à récurer. Les êtres vivants sont présentés de la même façon que les éléments inanimés, un peu comme des biens prêts à être consommés.

**MIDNIGHT RAIN
MIDNIGHT POISON
MIDNIGHT SUN**

2020, IMAGES DE SYNTHÈSE
IMPRESSIONS JET D'ENCRE MONTÉES
DANS DES CAISSONS LUMINEUX



MIDNIGHT POISON

2020, ANIMATION 3D
SON, 1 MIN 20 S



TROPICANA

2020, INSTALLATION
TABLE LUMINEUSE, 111 OBJETS
DE CONSOMMATION DIVERS



FAVORISANT L'ÉVEIL DES SENS ET L'ESPRIT CRITIQUE, LES ACTIVITÉS PROPOSÉES PERMETTENT AUX ENFANTS DE DÉCODER LES MESSAGES PUBLICITAIRES ET DE SE FAMILIARISER AVEC LA CONSOMMATION RESPONSABLE. DES JEUX D'OBSERVATION À RÉALISER EN FAMILLE COMPLÈTENT L'EXPÉRIENCE DE LA VISITE.

**COLLECTION
ÉDUCATIVE
DE 111 OBJETS
INTRIGANTS**

**JEU
DE 36 CARTES
À ASSOCIER !**

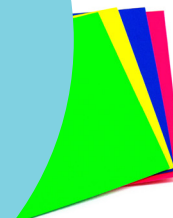


**CARNET FAMILLE
EN FRANCAIS,
EN ANGLAIS ET
EN ESPAGNOL**

**SCÉNARIO
POUR LA VISITE,
L'ATELIER
ET TOUT LE MATÉRIEL**

+

**DOCUMENT PRÉPARATOIRE ET
ACTIVITÉ DE PROLONGEMENT
À FAIRE EN CLASSE**



LE JEU DE CARTES, LE CARNET FAMILLE ET LE MATÉRIEL DE CRÉATION ONT ÉTÉ CONÇUS DANS DES FORMATS DURABLES ET RÉUTILISABLES. AFIN DE PRÉVENIR LA PROPAGATION DE LA COVID-19, UN PROTOCOLE DE MISE EN QUARANTAINE OU DE NETTOYAGE PEUT ÊTRE APPLIQUÉ SELON LES MATÉRIEAUX ET SUIVANT LES RÈGLES SANITAIRES EN VIGUEUR.

JUAN ORTIZ-APUY

Originaire du Costa Rica, Juan Ortiz-Apuy est établi à Montréal depuis 2003. Il est professeur adjoint au département des arts visuels de l'Université Concordia. Faisant du collage et de l'assemblage ses techniques de prédilection, l'artiste développe dans sa pratique une réflexion autour de l'objet de consommation. Non sans humour, il explore les stratégies publicitaires et médiatiques qui y sont associées. Ses œuvres, déclinées sous forme d'installations multimédias, s'inspirent du design, de l'histoire de l'art et de la culture populaire.

Son travail a été exposé dans plusieurs musées et centres d'art à travers le Canada ainsi qu'à l'étranger, notamment à la Fondation Phi pour l'art contemporain (Montréal), à la galerie Birch Contemporary (Toronto), à OPTICA, centre d'art contemporain (Montréal), à ARTSPACE (Peterborough), à la Carleton University Art Gallery (Ottawa), au IKEA Museum (Älmhult, Suède), à l'occasion de MOMENTA | Biennale de l'image à Montréal et de la Manif d'art 7 à Québec. En 2011, il s'est mérité le « Halifax Regional Municipality Contemporary Visual Art Award ». Ses prochains projets incluent une exposition individuelle à la galerie Open Space (Victoria), ainsi que des résidences au MASS MoCA (North Adams, MA, É.-U.) et au Zentrum Für Keramik (Berlin).

Juan Ortiz-Apuy est titulaire d'un baccalauréat de l'Université Concordia, d'un diplôme d'études supérieures de la Glasgow School of Art et d'une maîtrise de l'Université NSCAD.

Entretien avec
Juan Ortiz-Apuy,
VOX, 2020.

