

## ***The Stunning Gallery***

“El arte tenía que preparar o anunciar un mundo futuro: hoy modela universos posibles.”

*Estética relacional*. Nicolas Borriaud. 2006.

A la obra de arte en la era de la producción cultural se le confiere, accidental y pasivamente, una responsabilidad clarificadora cuando tratamos de comprender el significado de “cultura” y sus límites.

Estandarización y democratización cultural son conceptos que se instalan en el imaginario colectivo como ilusiones creadas para una sociedad en la que realmente la cultura es de (y no para las) masas.

En *The Stunning Gallery*, la cultura popular, el arte del pueblo, recodificado, se instala en una galería de arte.

Un paseo sensorial, físico, inmersivo en el silencio visual simulado nos conduce a una experiencia relacional a través de estímulos visuales y táctiles. La realización artística, según el teórico Nicolas Borriaud, “aparece hoy como un terreno rico en experimentaciones sociales, como un espacio parcialmente preservado de la uniformidad de los comportamientos”.

*The Stunning Gallery* presenta una galería de arte vacía, sin contenido aparente a primera vista. A partir de una visión un poco más enfocada y concreta, uno se da cuenta de modificaciones estéticas en la arquitectura, digamos que de lo accesorio, de la propia galería. Descubrimos intervenciones que customizan, personalizan un espacio expositivo. El contenido deviene la “marca” del artista en el contenedor mismo, en vez de la huella dentro de él. La galería se presenta como un espacio abierto al diálogo acerca de esta premisa hipotética del arte como salvación relacional.

Mediante la estética del “tuning” automovilístico se intervendrá con pintura iridiscente una barandilla, se personalizarán un par de focos de la galería con luz de temperatura de color fría y potente emulando unos faros de xenón, se personalizarán rejillas de ventilación del aire acondicionado, etc. Tales modificaciones se realizarán sustituyendo los elementos originales de la galería (por ejemplo: un foco) por otros iguales o muy parecidos, que se tratarán posteriormente con efectos plásticos propios del tuning. Asimismo, los cristales de la galería se tintarán (o bien se sustituirán o, si ello complica la producción, se forrarán con un film perfectamente adaptado), la puerta del baño o de una oficina de la galería se reemplazará por una puerta de apertura “insólita” y, sobre todo, muy poco práctica, propia del tuning, como es la apertura vertical. Se llevarán a cabo unas pocas intervenciones añadiendo elementos a la galería, como por ejemplo la inserción de un neón de luz negra longitudinal en el perfil del zócalo de una pared o de un alerón en la repisa de una ventana. Todas las modificaciones sustituyen los elementos propios de la galería o se añaden a ella de forma que, al finalizar la exposición, los elementos originales se vuelven a instalar y los modificados salen a la venta a través de una

*microsite*, subdominio de la web, en paralelo a la web de la galería.

A partir de esta intervención “mínima” se extiende una invitación al diálogo reflexivo acerca de “la cultura de lo estético” y la significación personal del espíritu crítico que nos diferencia como seres individuales.

En el momento actual de desarrollo capitalista, la producción de productos culturales representa un valor necesario en el conjunto de la economía. La cultura se traduce pues en valor económico. Pero ¿qué valor le atribuye la sociedad al hecho cultural?

Tremendamente difícil de definir, más de acotar, “la cultura” se ha moldeado progresivamente hacia expresiones de “la forma”, en las cuales impera la practicidad de descodificación, la celebración estética basada en el entretenimiento en detrimento de la reflexión y la aportación de un espíritu crítico del individuo para su acercamiento a la comprensión de un mundo. Hoy en día parecen valorarse realidades culturales que nos reconforten, frente a las que pudieran establecer un discurso que nos confronte con esas mismas realidades.

El acceso a la información, los medios de comunicación, la reproductividad técnica, facilitan sin duda la expansión y propagación de la cultura. La industria cultural se convierte de hecho en la cultura en sí misma en un mundo tecnificado, dirigido a la masificación y a la puesta en práctica de las formas capitalistas de valor y de circulación económica. El producto de consumo cultural viene facilitado hasta tal punto que lo escogemos.

De la misma forma que un propietario de un automóvil lo “tunea” para personalizarlo y así diferenciar su experiencia de consumo de la del vecino, *The Stunning Gallery* utiliza un fenómeno de la cultura popular, una tradición urbana, para activar un diálogo personal acerca de los productos culturales y su consumo.