

The Stunning Gallery

“L'art havia de preparar o anunciar un món futur: avui modela universos possibles.”
Estètica relacional. Nicolas Borriaud. 2006.

A l'obra d'art a l'era de la producció cultural se li confereix, accidental i passivament, una responsabilitat clarificadora quan tractem de comprendre el significat de “cultura” i els seus límits.

Estandardització i democratització cultural són conceptes que s'instal·len en l'imaginari col·lectiu com a il·lusions creades per a una societat en la qual realment la cultura és de (i no per a les) masses.

A *The Stunning Gallery*, la cultura popular, l'art del poble, recodificat, s'instal·la a una galeria d'art.

Un passeig sensorial, físic, immersiu en el silenci visual simulat ens condueix a una experiència relacional a través d'estímul visual i tàctils. La realització artística, segons el teòric Nicolas Borriaud, “apareix avui com un terreny ric en experimentacions socials, com un espai parcialment preservat de la uniformitat dels comportaments”.

The Stunning Gallery presenta una galeria d'art buida, sense contingut aparent a primera vista. A partir d'una visió una mica més enfocada i concreta, un s'adona de modificacions estètiques en l'arquitectura, diguem que de l'accessori, de la pròpia galeria. Descobrim intervencions que customitzen, personalitzen un espai expositiu. El contingut esdevé la “marca” de l'artista en el contenidor mateix, en comptes de la petjada dins d'ell.

La galeria es presenta com un espai obert al diàleg sobre aquesta premissa hipotètica de l'art com a salvació relacional.

Mitjançant l'estètica del “tuning” automobilístic s'intervindrà amb pintura iridescent una barana, es personalitzaran un parell de focus de la galeria amb llum de temperatura de color freda i potent emulant uns fars de xenon, es personalitzaran reixetes de ventilació de l'aire condicionat, etc. Tals modificacions es realitzaran substituint els elements originals de la galeria (per exemple: un focus) per d'altres iguals o molt semblats, que es tractaran posteriorment amb efectes plàstics propis del tuning. Així mateix, els vidres de la galeria es tintaran (o bé se substituiran o, si això complica la producció, es folraran amb un film perfectament adaptat), la porta del bany o d'una oficina de la galeria es reemplaçarà per una porta d'obertura “insòlita” i, sobretot, molt poc pràctica, pròpia del tuning, com és l'obertura vertical. Es duran a terme unes poques intervencions afegint elements a la galeria, com per exemple la inserció d'un neó de llum negra longitudinal al perfil del sòcol d'una paret o d'un aleró a la cartel·la d'una finestra. Totes les modificacions substitueixen els elements propis de la galeria o s'afegeixen a ella de manera que, en finalitzar l'exposició, els elements originals es tornen a instal·lar i els modificats surten a la venda a través d'una *microsite*, subdomini de la web, en paral·lel a la web de la galeria.

A partir d'aquesta intervenció “mínima” s'estén una invitació al diàleg reflexiu sobre “la cultura de l'estètic” i la significació personal de l'esperit crític que ens diferencia com a éssers individuals.

En el moment actual de desenvolupament capitalista, la producció de productes culturals representa un valor necessari en el conjunt de l'economia. La cultura es tradueix doncs en valor econòmic. Però quin valor li atribueix la societat al fet cultural?

Tremendament difícil de definir, més de fitar, “la cultura” s'ha modelat progressivament cap a expressions de “la forma”, en les quals impera la practicitat de descodificació, la celebració estètica basada en l'entreteniment en detriment de la reflexió i l'aportació d'un esperit crític de l'individu per al seu acostament a la comprensió d'un món. Avui dia sembla valorar-se realitats culturals que ens reconfortin, enfront de les que poguessin establir un discurs que ens confronti amb aquestes mateixes realitats.

L'accés a la informació, els mitjans de comunicació, la reproductivitat tècnica, faciliten sens dubte l'expansió i propagació de la cultura. La indústria cultural es converteix de fet en la cultura en si mateixa en un món tecnificat, dirigit a la massificació i a la posada en pràctica de les formes capitalistes de valor i de circulació econòmica. El producte de consum cultural ve facilitat fins a tal punt que l'escollim.

De la mateixa forma que un propietari d'un automòbil el “tuneja” per personalitzar-lo i així diferenciar la seva experiència de consum de la del veí, *The Stunning Gallery* utilitza un fenomen de la cultura popular, una tradició urbana, per activar un diàleg personal sobre els productes culturals i el seu consum.