

# RENZINA

OPIONS CULTURALS



NÚMERO 8 | 3€  
OCTUBRE 2006

John Banville  
Todd Solondz  
Mercury Rev  
Carlota Subirós  
Clàssics de terror  
Enric Vila  
Chus García-Fraile  
Greg Dulli  
Jet

Marc  
**Recha,**  
observant el paisatge



740.000 €. Cortesia ADN Galeria

Les últimes pintures de **Chus García-Fraile**, que es poden veure a la Galeria ADN de Barcelona, reflexionen a l'entorn del concepte de segona residència, entesa com la màxima aspiració per a miríades de consumidors que voldrien ingressar en un cert estrat social on, tal vegada, tampoc no trobaran la felicitat.

(Text: Neus Miró)

## La clau i l'euro

Una obra de Chus García-Fraile reflecteix i reflexiona sobre les condicions que caracteritzen la nostra societat occidental i contemporània, també denominada "societat del benestar", pel que fa a la prioritat del consumisme. La seva darrera obra es pot veure fins a finals d'octubre a la galeria ADN de Barcelona, però enguany també ha participat en diversos esdeveniments i exposicions col·lectives, com Madrid Abierto o a la mostra *Para todos los públicos* a la Sala Rekalde.

A Madrid Abierto, al febrer d'enguany, va participar amb una intervenció sota el títol de *Post it*. La proposta consistia a amplificar i fer públic un gest i un element que forma part de la vida quotidiana de milers de ciutadans i que, per tant, produïa un reconeixement i una reflexió immediates. Va col·locar una mena de post-its gegants a les façanes d'edificis públics i històrics de Madrid, amb els colors habituals d'aquestes enganxines: groc, blau, rosa fort..., on es podien llegir les notes que normalment s'hi escriuen, del tipus: "comprar: azúcar, pan, cds, 2 bombilla", "No TV", "pensar en positivo", "ir al gimnasio", "fumar menos", etc.

La intervenció, que en certa manera recordava o es feia ressò d'algunes obres ubicades en l'espai públic per part dels artistes en els anys 80, incorporava una crítica envers la publicitat omnipresent, així com a alguns dels valors que fonamenten la nostra societat. Les notes, que es podien llegir en els post-its gegants, reforçaven idees que es vehiculen no només a través de la publicitat, sinó a través del mitjà de comunicació, dels tan llegits i mal anomenats "llibres d'autoajuda", etc. Feien referència a tot allò que porta associat un cert nivell social, o distinció. Els sistemes de difusió dels valors que la societat incorpora han estat tan eficaços que fins i tot ocupen un lloc destacat en el nostre àmbit personal i quotidià.

Les obres exposades a la galeria ADN amb el títol de *Se Vende* són una sèrie de pintures i metacrilats que fan referència a un altre objecte de disseny i amb un alt valor social: la segona residència de manera concreta i l'habitatge en general.

És clar que ja fa temps que l'habitatge ja no és una necessitat sinó un luxe, i a més a més, un clar signe d'estatus social: el barri on vivim, el tipus de vivenda,

etc., són elements que configuren el lloc que ocupem en la societat. Aquests valors associats a l'habitatge fortament arrelats a algunes societats occidentals—que no totes—han traspassat fronteres de manera efectiva a través dels mitjans de comunicació, les sèries televisives... De tal manera que pobles i països que possiblement no necessiten en absolut el fet de posseir una vivenda i molt menys seguir les pautes constructives del nostre, el sector de la construcció i l'immobiliari es converteix en un dels sectors amb més creixement i amb suport per part dels governs. Un cas paradigmàtic és el del Senegal. En principi, molts dels immigrants que arriben a Catalunya i a la resta de l'Estat espanyol provenen d'aquest país africà; doncs bé, l'altre dia una notícia en el TN del migdia afegia elements de comprensió al fet migratori. A Terrassa s'estava celebrant una fira immobiliària per als residents senegalesos. A la fira hi havia una gran oferta de cases que podien anar pagant amb el que guanyaven aquí, i que els garantia un lloc concret on tornar quan es jubileessin o decidissin tornar. Un dels entrevistats comentava les facilitats de pagament, el fet fins i tot que fossin més

Les obres exposades a la galeria ADN amb el títol de 'Se Vende' són una sèrie de pintures i metacrilats que fan referència a un altre objecte de desig i amb un alt valor social: la segona residència de manera concreta i l'habitatge en general

econòmiques per a aquells que vivien fora, i sobretot el prestigi social que adquirien en la comunitat d'origen en posseir una casa.

Si la vivenda atorga aquest estatus, la segona residència ja es considera com el somni de tots els mortals, més enllà del cotxe, el televisor, el mòbil, etc. L'apartament, el xalet, la caseta amb jardí són l'escenari perfecte per a una vida igualment perfecta i exitosa. Cal afegir que la segona residència és aquella situada en el temps d'oci, és a dir, aquella on s'hi va per no fer res, però on s'acaba fent el mateix que en la primera vivenda, però més de pressa, o sigui, que un acaba, en definitiva, més estresat.

Chus García-Fraile converteix aquestes segones residències en el tema de les seves últimes pintures, on es mostren com a icones del desig, la darrera icona pop. L'artista reproduceix les façanes d'aquestes segones residències mitjançant un procés que parteix de la fotografia i que acaba en pintures o metacrilat. Tant pintures com metacrilats reproduïen minuciosament les façanes, però ho fan píxel a píxel. Aquesta aparença pixelada magnífica encara més la seva pertinença al reialme dels somnis; les segones residències semblen estar a mig camí, en la pantalla de l'ordinador, entre el projecte i la realitat. Les cases apareixen de manera freda, totalment despersonalitzades, despullades d'emocions o possibles vivències; totes, però, porten com a títol el preu, un import en euros, que en definitiva és el que interessa per donar-li valor o no.

A la galeria també es pot veure el vídeo *Mercado Continuo*, del 2004, on de fet Chus García-Fraile reitera la seva crítica envers una societat de consum que crea incessantment necessitats del no-res. En aquest treball es mostren tot d'objectes que cauen del cel, assecadors de cabells, aspiradores, TV, etc. talment com si fossin bombes. No es veu com arriben a terra, o damunt de què o qui cauen. El bombardeig d'objectes és constant, com ho és la publicitat d'aquests objectes en la nostra realitat quotidiana, malgrat que tots sabem que finalment mai no cauen del cel.



485.000 €. Cortesia ADN Galería.



495.000 €. Cortesia ADN Galería.