

SÓLO LOS DOMINGOS MAR.07

# una noche en el museo

## (o lo que vio Betty Boop)

**Otto Berchem.** *Going Public*, 2001, 5'

**Francisco Camacho.** *Manifestación Bruselas y Visita al Louvre*, 2006, 5' y 7'

**Asli Cavusoglu.** *Stendhal Syndrome*, 2005, 0.06"

**Hubert Czerepok y Steve Rushton.** *Museum*, 2002, 17'

**Patricia Esquivias.** *Speed-Up Dawn*, 2006, 1'30"

**Mario García Torres.** *A Brief History of Jimmie Johnson's Legacy*, 2006, 5'

**Juozas Laivys.** *Not Very Needed Anymore*, 2006, 4'

**Adriana Lara.** *ART FILM 1: Ever present- yet ignored*, 2005, 7'30"

**Omer Krieger.** *Change*, 2004, 2'34"

**Marton & Larre.** *Turning Point*, 2006, 5'

**Laurel Nakadate.** *American Gothic*, 2006, 5'

**Sislej Xhafa.** *Skinheads Swimming*, 2002, 4'

Duración total aproximada: 66'

Domingos 4, 11, 18, 25 de marzo y 1 de abril a las 13 h.

Salón de actos. Entrada por Santa Isabel, 52

Acceso libre, aforo: 140 localidades

<http://museoreinasofia.es>

**SÓLO LOS DOMINGOS** es una serie dedicada a la recreación contemporánea que se presenta ocasionalmente a lo largo del año como un suplemento dominical del Departamento de Audiovisuales

“Desde la noche en que Betty Boop se quedó encerrada en el museo (*Betty Boop’s Museum*, 1932) y los esqueletos, súbitamente revividos, comenzaron a bailar más furiosamente de lo que sus antiguos cuerpos habrían podido imaginar –haciendo que el vigilante de sala Ben Stiller soñara con ellos 74 años más tarde (*Noche en el Museo*, 2006)–, el museo ha sido objeto de numerosos intentos de reactivación e intervención desde medios temporales como el cine y el vídeo. Cuando el vídeo entra en el museo –como pieza de exposición o herramienta de un espía– el tiempo eterno del museo tiende a rendirse a cortes rápidos, fugas de tiempo real y cronologías alternativas, ya vengan de Hollywood o de la industria del arte. Por ello, el modo en que el vídeo traslada la noche al museo es a la vez literal (por la oscuridad de la sala donde se proyecta) y metafórica (como espacio-tiempo carnavalesco que abre nuevas posibilidades de habitar y experimentar la cultura). El destino del vídeo es convertirse en parte del museo y al mismo tiempo transformarlo.

Aunque todavía existen más vídeos en museos que museos en vídeos, es quizás inevitable que, cuando se abrazan, entren en el mismo complejo de ‘infotainment’. Una buena ilustración de ello es la carrera por el Louvre de Jean-Luc Godard en *Bande à part*, de 1964, y su llegada al Centre Pompidou en 2006 (*Voyage(s) en utopie*). El sempiterno intento de superar el museo es el punto de conexión clave de *Una noche en el museo (o lo que vio Betty Boop)*, una compilación que propone trotar por el museo en cuanto que lugar físico y zona de protocolos establecidos. Comenzando por el museo como institución histórica (Marton & Larré, Patricia Esquivias, Asli Cavusoglu), se extiende por la escultura pública (los *sketches* de Otto Berchem y los exorcismos poéticos de Juozas Laivys); los monumentos cinematográficos-históricos y los sitios sacados de cuadros (los *skinheads* de Sislej Xhafa en la Fontana de Trevi y la danza de Laurel Nakadate frente a la casa de *American Gothic*); la aséptica sala de exposiciones y sus rituales (Adriana Lara), el museo como sistema de orden y disciplina (Francisco Camacho), el museo como empresa comercial (Hubert Czerepok y Steve Rushton, Omer Krieger) y la visita al museo como protocolo cultural establecido (Mario García Torres).

La resignificación de la cultura del museo y el posible mal uso de obras y discursos, códigos y escenarios, son métodos que utilizan los/las artistas invitados a este ciclo. Casi todos los vídeos contienen un fuerte elemento performativo y algunos se han filmado en museos en los que jamás se proyectarán. No obstante, ¿es que Betty Boop se perdió un final feliz?”

Raimundas Malašauskas

Comisario: Raimundas Malašauskas.

Agradecimientos: A todos los artistas.

Departamento de Audiovisuales: Dirección y programación: Berta Sichel . Coordinación: Raquel Arguedas, Céline Brouwez y Emilia García-Romeu. Administración: Eva Ordóñez. Proyección: Ángel Prieto.

Gestión cultural: Canopia. Diseño gráfico: Florencia Grassi, El vivero. Imprime: Rumagraf S.A.