



Instituto
de arte
contemporáneo

Margarita de Aizpuru comisaría: La Arquitectura de la felicidad de la artista Julie Rivera

Publicado 29-11-2011

Del 24 noviembre 2011 hasta el 4 marzo 2012.

Comisaria: Margarita Aizpuru

Lugar: Centro Andaluz de Arte Contemporáneo

Monasterio de la Cartuja de Santa María de Las Cuevas

Entradas por: Avda. Américo Vespucio, 2 | Camino de los Descubrimientos, s/n.
41092 Sevilla

Asistimos en nuestras sociedades occidentales contemporáneas a procesos de globalización urbana, a la conversión de los cascos históricos de las ciudades en espacios de consumo turístico y de ocio estandarizado, a una progresiva ampliación y extensión de la ciudad a esos espacios antes circundantes y paisajísticos, no urbanos, que son sustituidos por lo urbano estandarizado, homogeneizándolos y banalizándolos, creando repeticiones clónicas en zonas y lugares muy diferentes con independencia de su singularidad histórica y especificidad originaria sociocultural. Hoy más que de urbanización se habla de "urbanización" o banalización de los procesos de urbanización, y en vez de ciudadanos, de usuarios y/o consumidores, de objetos y servicios diseñados por equipos multidisciplinares, a las órdenes de los mercados y entidades que crean y programan las políticas económicas implantadas.

A partir de estas premisas y con una serie de vídeos de performances, fotografías y maquetas, Julie Rivera articula su proyecto expositivo titulado La arquitectura de la felicidad. Con esta ironía se centra en la lógica que rige los itinerarios, el uso de los espacios y el tiempo, e incluso los movimientos corporales y las miradas de los usuarios en los centros comerciales. En su organización interna, en la manipulación y estandarización de comportamientos, aletargados por grandes dosis de sugestión consumista, que se ofrece de forma ficcional y banal como sustituto de la plenitud y la felicidad. Así como en la generación de pautas de conducta que producen todo un estilo de vida, tanto en el interior de estos espacios como en sus alrededores, y en la extensión de sus fórmulas y estrategias

hacia los cascos históricos de las ciudades, a través de procesos de "urbanalización" y "brandificación", gestionando sus diferencias o "marcas" de autenticidad al igual que en los centros comerciales, pero en su versión híbrida con los parques temáticos, "reduciendo a la ciudad a una simple proyección de su imagen-marca, descargándola de toda su complejidad, y por tanto, mostrando su versión más digerible".

Margarita de Aizpuru

[Más información](#)