

Wolfgang Becker

Die Improvisationen des Antonio Nuñez

Katalogtext anlässlich der Ausstellung „Antonio Nuñez – Pop-up. Kunstachse NRW. Brühler Kunstverein, Brühl und Hagenring e.V., Hagen, Deutschland, 2006

Wären die beweglichen Wesen auf dieser Erde nicht dazu bestimmt, das zu sehen, was sie zu sehen suchen, würden sie stattdessen alles wahrnehmen, was sie umgibt, so wären die Menschen der Gegenwart verdammt, von den Bildern der Warenwerbung beherrscht zu sein.

Aber die meisten schenken ihnen keine große Aufmerksamkeit. Antonio Nuñez gehört zu den wenigen, die die Bilder der Warenwerbung ausdrücklich suchen. Er benutzt sie, um sie in Kunstwerke aufzunehmen, und er plant, dass die Betrachter seiner Objekte dort, wo sie Kunstwerke suchen, irritiert auf Bilder der Warenwerbung stoßen.

Die Erscheinungsweisen der Printmedien als Zeitungen, Prospekte, Plakate, Verpackungen interessieren ihn dabei ebenso wenig wie die kombinierten Text- und Bildbotschaften. Wenn sie ihm nicht ohnehin als Bruchstücke, Abfall, Müll in die Hände fallen, so fragmentiert er sie selbst und schafft neue Wortverbindungen, in denen die Buchstaben ART ab und zu auftauchen. Was er findet, benutzt er nicht zu Collagen oder Assemblagen, er überträgt es in gemalte Bilder. Er liebt die Malerei. Er ist stolz, ein guter Maler zu sein. Die Malerei ist das erste, was der Betrachter in seinen Bildern sieht.

Aber ein Bild ist nicht nur eine Leinwand, die, über einen rechteckigen Keilrahmen gespannt, bemalt wird und an der Wand hängt. Für Nuñez ist jeder regelmäßig oder unregelmäßig umrissene Gegenstand, vorne oder hinten oder auf beiden Seiten bemalt, hängend oder stehend, ein Bild. Oder, anders herum, ein großes, rechteckiges gemaltes Bild könnte sich in viele Teile auflösen und in einen Raum stellen, und der Betrachter würde in diesem Puzzle das ursprüngliche Bild, die Botschaft des Künstlers und, weiter noch, die von ihr verunklärte, zerstörte Botschaft des Printmediums und, noch weiter, jene Botschaft rekonstruieren, die anonyme Graffiti-Schreiber den Printmedien auf den öffentlichen Anschlagtafeln hinzugefügt

haben. Das alles, was sich im öffentlichen Raum gebildet hat, hat sich der Maler Nuñez angeeignet, das alles gibt seine Malerei wieder.

Viele Bilder der Warenwerbung zielen auf die Kinder, weil sie in Muße leben, und jene, die noch nicht gelernt haben, nach den Bildern zu suchen, die sie brauchen. Die Botschaften sind bunt und heiter und laden ein, die Warenwelt heiter und spielerisch zu genießen. Viele Printmedien laden geradezu zum Spielen ein und suggerieren den Gebrauch von Schere und Klebstoff. Das Prinzip der Collage steht natürlich auch am Beginn der Arbeit von Nuñez, und der Raum, in dem er die bemalten Hölzer, Pappen und Leinwände, die Fragmente jenes imaginierten großen Bildes aufbaut, erhält sich die kindliche Unschuld dieses Spiels. Der Betrachter steht vor Miniaturformen von Pyramiden, Toren, Bumerangs, umgestürzten Hockern, Paravents, Mikado-Stellungen von Latten und Stäben, die zusammenzustürzen drohen. Dieser Raum ist durch und durch provisorisch, und dennoch behauptet jede „Vokabel“ in diesem „Text“ ihren Eigenwert. Sie würde ihn nicht verlieren, wenn die Kombination eine andere wäre, ja, man könnte sogar aus einigen „Vokabeln“ „Strophen“ bilden, um Teile jenes „Lautgedichts“ oder „fluxus-Konzerts“ vorzuführen.

Ich benutze Worte der Literatur und Musik, um deutlich zu machen, das die moderne Kompositionsform, der Nuñez folgt, sich in allen Disziplinen der Kunst gleichzeitig entwickelt hat. Sie enthält die Strategien der Improvisation und der Kombinatorik und räumt dem Zufall einen großen Platz ein.

Die Malerei des Antonio Nuñez ist amerikanisch. Sie ist nicht ein Kind europäischer Maltraditionen. Kein französischer oder deutscher Maler würde so malen, ohne zu riskieren, für einen Nachahmer amerikanischer Gruppenstile gehalten zu werden. Er könnte die Schulen des amerikanischen Kontinents kommentieren, um auf ihre Eigenarten, ihren Umgang mit den Motiven des öffentlichen Raumes ihrer Großstädte, ihre modernen Malmaterialien und –techniken, ihre junge Tradition eines abstrakten Expressionismus hinzuweisen. Nuñez, der erst seit 2001 in Europa lebt und arbeitet, kann sich zu seiner Herkunft bekennen. Er hat das renommierte Instituto Superior de Arte in Havanna absolviert und seine Karriere als kubanischer Maler begonnen.

Er wuchs in der Mangelwirtschaft des Sozialismus auf: die Botschaften der US-amerikanischen Werbeindustrien erreichten ihn und seine Nachbarn als Wunschträume, als Illusionen. Die Verbitterung und der Galgenhumor, die sie erzeugten, sind ein beherrschendes Motiv für seine nachhaltige Recherche in einer belächelnswerten, trivialen Ikonografie. Er besiegt und entwertet sie, wenn er sie als Spielmaterial der Malerei in den geistigen Raum der Kunst erhebt.