

Antonio Núñez: Leben, Verführung und Tod des Konsums

Im Flughafen von Amsterdam verweilen ein kenianischer Priester und ein Cherokee-Indianer vor den Auslagen eines Geschäftes für elektronisches Gerät. Unter der rustikalen Soutane des Zelebranten trug der Geistliche eine verschlissene Jeans. Der amerikanische Indianer, gekleidet mit einem einfachen Baumwollüberwurf, hielt seine bequemen schwarzen und handgewebten Beinkleider mit einem Gürtel zusammen, der von der selben Marke war wie die Jeans seines Begleiters. Beide betrachteten versunken ein Video: die Vorankündigung der neuen Saga Big Brother. Diese Szene findet sich in den Aufzeichnungen des holländischen Journalisten Jan Wreglar, der den Vorfall wie folgt kommentierte: „Falls ich noch Hoffnungen bezüglich der Bedeutung der Unterschiede hegte, so verlor ich an diesem Tag die Unschuld. Alles gleicht sich auf den Flughäfen. Alle Flughäfen sind gleich. Alle Flughäfen und Menschen sind gleich angesichts des Konsums.“

Die kubanische Stadt, in der Antonio Núñez Hernández geboren wurde, bezeichnete Nicolás Guillén in poetischer Weise als „lieblichen Landstrich der Hirten und Sombreros“. Die Städte der Welt, auf denen der Blick des Künstlers ruht oder durch die er schweift, sind weit davon entfernt, ein Paradies der Hirten zu sein. Von der Posthistorie spricht man mit einer mythischen Betonung. Als kehrten wir zurück in ein neues Zeitalter der Unschuld. Bedenkt man die Dinge aber genau, so stellt man fest, dass die Merkmale der sogenannten Post-Ära nicht aufhören, Vorzimmer für den Bau einer neuen Geschichte zu sein. Und wie der Künstler weiss, schliesst jede Schöpfung einen Prozess der Kritik und des sich Absetzens von den vorhergehenden Formen mit ein. Post ähnelt zu sehr der vorgeschichtlichen Gleichförmigkeit, nur dass auf der Treppe, die uns zu diesem Zustand geführt hat, jede Stufe die Schwere der folgenden Verluste trägt. Noch einmal beginnen heisst nicht, zum Ausgangspunkt zurückzukehren, sondern hinaufzusteigen. Wiederaufbauen kann nicht bedeuten, Trümmer zu retten, sondern eine neue Möglichkeit des Bildes zu entdecken. Antonio Núñez Hernández hat bewusst diese dialektische Wahrnehmung ergriffen, indem er sich einem der in der Post-Ära fabrizierten Mythen gegenüberstellt: der Verführung durch den Konsum.

“La gran casa” (Das große Haus) stellt, über seine installative, plastische und grafische Körperlichkeit hinausgehend, einen klaren, geistreichen und bissigen visuellen Versuch dar, mit dem Nuñez das Verbraucherverhalten in der Konsumgesellschaft und den Konsum als das A und O im Lebensplans des zeitgenössischen Menschen entlarvt. Es geht darum, den Prozess, der den Homo Sapiens dazu führt, sich in einen Konsumenten zu verwandeln, von einer originellen Perspektive aus verstanden, aufgegriffen und vermittelt zu haben. Aber gleichzeitig – und darin sehe ich den wertvollsten konzeptuellen Vorschlag des Projektes – stärkt Núñez die entgegengesetzte Möglichkeit: die Zerstörung der Stereotypen. Beide Aktionen stimmen nicht nur im räumlichen Diskurs der Installation überein, sondern auch in ihrer engen materiellen Darstellung, indem sich das Raffinierte und das Handwerkliche, die Einzigkeit und die Vielfalt des Bildes, die Darstellung von “Kitsch” und dessen Gegensatz, die chaotische Anordnung der Elemente und ihre symbiotische Integration überlappen. Diese diskursive Transparenz wird erreicht, ohne den Betrachter konzeptuell zu überfallen, vielmehr wird die Visualität eingefügt, zu der ihn seine kulturellen Erfahrungen und vor allem seine kritischen Bezüge anregen.

Um zu diesem Ergebnis zu gelangen, musste Núñez Phasen durchlaufen, dass die Grafik in seiner Installation überwiegt, rührt sicherlich von einer sorgfältigen Untersuchung der Sprache der Massenmedien und der Werbung. Er musste auch den Drang nach dem Spielerischen beiseite lassen, der seine vorherigen Stationen prägte, wie beispielsweise in der Ausstellung **“Las verdades de Pinocchio/Die Wahrheiten des Pinocchio”** im Aachener Ludwig Forum und in der Galerie 23 y 10 im Jahr 2001 und in seinem Beitrag zur Gruppenausstellung **Coquito con mortadella**, die 1998 von der kubanischen Ludwig Stiftung organisiert wurde. Aber nicht deshalb erlag er dem Transzendentalismus. Es geht darum, dass Núñez in diesem Fall die Risiken der Spiele der Vernunft begriffen hat, ausgehend von einer handwerklichen Reife, die ihm erlaubt, Ideen und kritische Ansichten aus der Natur seiner Kunst heraus zu vermitteln.

Der kolumbianische Soziologe Carlos Fajardo bezeichnete die globalisierenden Koordinaten des Konsums als begünstigende Faktoren für “die Simplifikationen, das Paradigma der Abkürzungen, die maßlose Leidenschaft für die neuen Technologien der Cyberkultur, die virtuellen Realitäten, das Internet, die Ästhetik des Video-Clips, das Syndrom des “Zappings”, den Anspruch des ästhetischen Plagiats, diese hybride und nostalgische Runderneuerung der Produktionen der Vergangenheit und den Impuls zur Nachahmung der Arroganz und körperlichen Gesundheit auf den Laufstegen”.

Vor vielen Jahren erschrak T. W. Adorno in heller Voraussicht, wenn auch von einer elitären Position aus, vor den möglichen Konsequenzen der Expansion der Kulturindustrie. Im Jahr des hundertsten Geburtstages von Adorno möchte ich denken, dass Núñez mit **La Gran Casa — The Big House**, dem deutschen Denker eine kritische Huldigung darbringt. Mit dem Unterschied, dass Núñez, Eco umschreibend, weder apokalyptisch noch integrierend ist, sonder ganz das Gegenteil.

Virginia Alberdi Benítez
Havana, September 2003

(anlässlich der Ausstellung “La gran Casa – The Big House” im CSNP “Nationalrat für Bildende Künste” zur 8. Biennale von Havanna)