

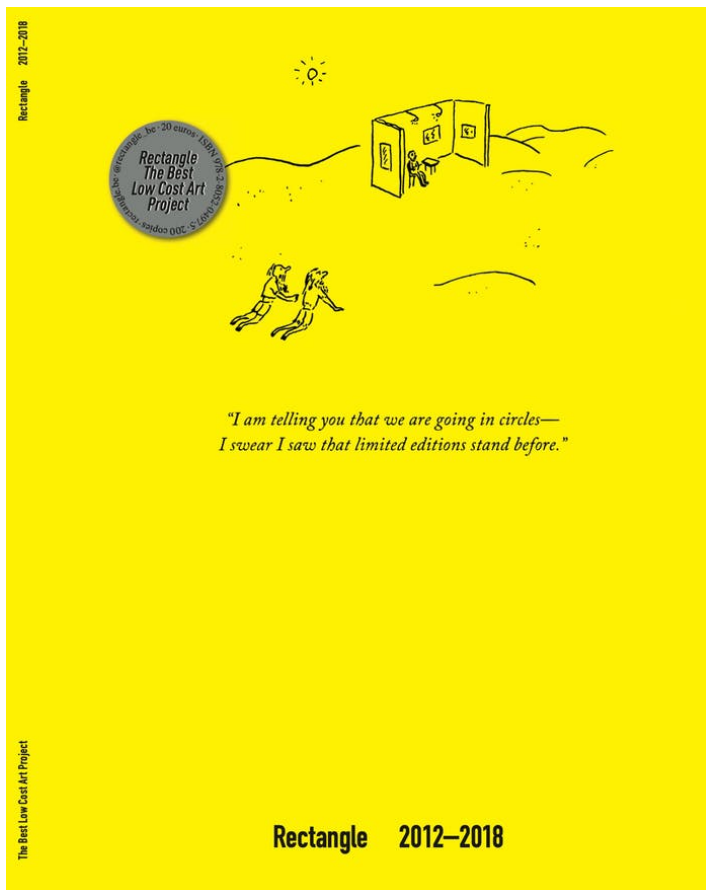
Rectangle 2012-2018

Pieter Van Bogaert

PRAKTISCHE INFO

Rectangle 2012-2018. Een uitgave van Rectangle, Brussel. Design: Studio Bookworm, 128 pagina's, 20 euro. ISBN 978-2-8052-0497-5. www.rectangle.be

De titel op de cover van dit boek, onder Pablo Helguera's *Artoon* met twee vermoeide en verloren reizigers in de woestijn, klinkt als een In Memoriam: *Rectangle 2012-2018*. Het lijntje op de rug van het boek klinkt als een advertentie: *The Best Low Cost Art Project*. Het is beide en toch weer niet. Dat leert de flaptekst achterop het boek.



Rectangle startte in 2012 als kunstproject van vier jonge Brusselaars met een bijzondere interesse in het omkeren, het onderuit halen van de beeldtaal in de publieke ruimte. Ze bouwden een billboard op een dak in Sint-Gillis. Tot 2017 presenteerden ze daar elke twee maanden nieuw werk. Vandaag doen ze het nog altijd, maar zonder eigen ruimte en zonder regelmaat, met een nomadisch bord.

Dit zijn de namen van de vier: Cédric Alby, Jérémy Boyard, Pierre-Pol Lecouturier en Xavier Pauwels. De billboard zetten ze op het dak van de studio van Boyard, in de Emile Ferronstraat, met een uitstekend perspectief vanuit de Bosniëstraat. Ze doen dat op de Brusselse manier. Eerst zoeken ze zich een weg door het kluwen van officiële instanties op verschillende niveaus om uiteindelijk toch maar te besluiten het zonder die instanties te doen. Ze voelen geen enkele tegenwerking. Integendeel. De Vlaamse bibliotheek naast de deur komt spontaan met het voorstel het project te subsidiëren.

HART

Boyard zorgt voor het derde: *Do or Dry*, een gespiegeld beeld van een gewapende Indiaanse krijger. Vanaf dan volgen beelden van geïnviteerde kunstenaars als Martin Belou, Melanie Bonajo en vele anderen. Hun beelden zijn enigmatisch. Ze geven zich niet zo maar prijs. Ze blijven altijd twee maanden hangen. Ze zijn uniek.

Al die eigenschappen staan haaks op het traditionele reclamebord. Dat is duidelijk in een oogopslag, zeer herkenbaar, vluchtig, en het verdwijnt even snel als het verschijnt. Ook de kost van een professioneel reclamebeeld staat in schril contrast met het budget van Rectangle. De vier initiatiefnemers betalen elk vijftig euro per maand. Met nog wat extra steun (van die bibliotheek naast de deur en later ook van de Vlaamse Gemeenschap) komen ze zo aan een budget van 350 euro per presentatie.

Rectangle is niet alleen een subversieve toe-eigening van de publieke ruimte. Het is ook een omkering – een commentaar, zo u wil – van (of op) het commerciële galeriecircuit. Wat de galleries aan de binnenkant tonen, brengt Rectangle naar buiten (nu ja, ze gebruiken de binnenkant van Boyards atelier ook wel voor presentaties tijdens de vernissage van de billboards op het dak). Wat normaal gericht is op een select kunstpubliek, keert zich hier naar bewoners en passanten van de buurt.

En nu is er dus deze publicatie als catalogus van werk dat er niet meer is. Daarmee zet Rectangle de volgende stap: van het efemere naar de eeuwigheid. Van de buurt naar de wereld. De beelden in dit boek komen in niet chronologische volgorde. Ze spelen met de codes van de consumentencultuur (Guillaume Petrantto), van de visuele cultuur (Peter Scott, Fresh White, Benoît Platéus), van een cultuur van verlangen (Philippe Durand) of van het onverwachte (Nicolas Bourthoumieux).

Nog niet zo lang geleden publiceerde Le Salon een boek, een naslagwerk, als tijdsbeeld van een levende Brusselse kunstscene. Met dit boek voegt Rectangle daar een nieuw hoofdstuk aan toe. Rectangle, dat op dit moment trouwens verder werkt met een reizende billboard onder de vleugels van Château Nour, een samenwerking met Clovis XV, Komplot, Mosso en SUPERDEALS: allemaal deel van diezelfde Brusselse kunstscene. Die institutionele en Brusselse context wordt deskundig gekaderd in het boek met bijdragen van Tom Viaene en Sam Steverlynck.

HART

Contemporary Art Fair

25 – 28 June
Tour & Taxis

art30th
BRUSSELS



2000 Antwerpen, België
+32 470 860 275
redactie@hart-magazine.be

[instagram](#)
[facebook](#)

partners:

