



Instalaciones *pop-up* interactivas y arte joven en destacados espacios publicitarios

Porsche da relevancia a los artistas

Stuttgart. Porsche proporciona un lugar destacado a los artistas: con la serie de exposiciones “The Art of Dreams” y la “Global Gallery”, el fabricante de automóviles deportivos ofrece a los artistas nuevas vías para dar a conocer sus obras a un público amplio.

“The Art of Dreams” (“El Arte de los Sueños”) está concebida como una serie de instalaciones artísticas interactivas en las ciudades. Las obras se centran en el motivo de los sueños vistos desde diferentes ángulos. El artista francés Cyril Lancelin comenzará con “Remember your dreams” (“Recuerda tus sueños”). Esta pieza de gran tamaño podrá verse del 15 al 24 de octubre en el Palais Galliera Musée de la Mode de la Ville de Paris.

La “Global Gallery” (“Galería global”) permite a artistas emergentes presentar sus obras digitales en conocidos espacios publicitarios de todo el mundo, como Times Square, en Nueva York. El proyecto comenzó el 9 de octubre y tiene una duración total de ocho semanas. Porsche colabora con la renombrada Galerie König, que se centra especialmente en los jóvenes talentos.

“Porsche es sinónimo de materializar los sueños y no solo en la fabricación de coches deportivos, también en el ámbito social. Queremos inspirar a las personas y ofrecerles un apoyo concreto para que hagan realidad sus sueños”, afirma Robert Ader, Director de Marketing (CMO) de Porsche. “Los últimos proyectos con artistas son una expresión de este compromiso. Participamos igualmente en el mundo del arte digital

y en instalaciones físicas. Al fin y al cabo, los ámbitos de la estética, el diseño y la fuerza innovadora encajan perfectamente en Porsche”.

“The Art of Dreams”: instalaciones *pop-up* interactivas

“Remember your dreams”, del artista y arquitecto francés Cyril Lancelin, es una instalación a gran escala (longitud/anchura/altura: 10/12,4/7,6 metros) compuesta por elementos llenos de aire. Como entorno surrealista, la obra inmersiva invita al espectador a salir de su realidad cotidiana y recordar sus sueños. Porque solo quien conoce sus sueños puede realizarlos. En el marco de “The Art of Dreams”, Porsche encarga obras de arte que abordan el tema de los sueños. Con ello, la empresa quiere inspirar y transmitir optimismo, además de contribuir a la dinamización de las comunidades. La serie de exposiciones continuará en varias metrópolis culturales. La próxima etapa de “The Art of Dreams” será una exposición pública en Milán, en la primavera de 2022. Las agencias Gravity y Peak apoyan a Porsche en el proyecto.

“Global Gallery”: arte en espacios publicitarios destacados

En todo el mundo, los paneles digitales de gran formato para publicidad se están convirtiendo en espacios de exposición para artistas emergentes. Esta es la idea de la “Global Gallery”, en la que Porsche colabora con la Galerie König. Desde el 9 de octubre, cinco ciudades de América del Norte, Europa y Asia forman parte de este inusual evento artístico durante ocho semanas. Los espacios publicitarios del concurrido cruce de Shibuya, en Tokio, y las icónicas pantallas de Times Square, en Nueva York, son algunos de los lugares utilizados. También en Berlín, Madrid y Seúl, los artistas emergentes pueden hacer realidad sus sueños y poner sus obras al alcance de un público amplio. En la “Global Gallery” se exhibirá el arte digital de Andy Picci, Auriea Harvey, Banz & Bowinkel, Ben Elliot, John Yuyi, Jon Burgerman, Jonas Lund, kennedy+swan, Manuel Rossner, Nicole Ruggiero y Junuwana.

Las obras de arte virtuales se pueden adquirir como bienes digitales, los llamados Non-Fungible Tokens (NFT), a través de misa.art/gg. El mercado *online* está gestionado por la Galerie König y se considera la primera plataforma del mundo de NFT para el arte tradicional y digital. “Flow”, una cadena de bloques (*blockchain*) respetuosa con el medio ambiente, proporciona la base tecnológica. De este modo, la oferta atrae principalmente a una nueva generación de compradores de arte. La página web también ofrece información sobre los artistas y su obra.

Con la “Global Gallery”, Porsche continúa su campaña “[Dreamers. On](#)”. En lugar de la clásica comunicación sobre vehículos, la campaña se centra en los sueños de la vida. Pretende dirigirse a nuevos grupos objetivo estratégicos, apoyarles en la consecución de sus sueños y afianzar el propósito de marca “Driven by Dreams” (“Conducida por los Sueños”). El primer proyecto se puso en marcha a finales de julio de 2021, con el programa de tutoría interactiva *online* “The Art of Drive”. Personalidades conocidas como St. Vincent, alias de Annie Clark, relataron allí en breves *posts* cómo cumplieron su sueño e inspiraron a otras personas en el proceso. En los próximos meses se podrán ver más actividades “Dreamers. On” en una plataforma *online*. Las agencias de comunicación Proximity y PHD están colaborando con Porsche en este proyecto.

Compromiso: cultura para un público amplio

En el marco de su estrategia de sostenibilidad, Porsche apoya proyectos culturales desde hace años y persigue el objetivo de ofrecer al mayor número posible de personas un acceso gratuito a la cultura. Por ejemplo, el fabricante de vehículos deportivos es un socio *premium* de la Orquesta Gewandhaus de Leipzig y el principal patrocinador del Ballet de Stuttgart. Porsche Deutschland GmbH también es socio de la Elbphilharmonie de Hamburgo, desde julio de 2021.

Más información, vídeos y material fotográfico para descargar en alta resolución en la página de Porsche Newsroom en español: newsroom.porsche.es

Contacto:

José Antonio Ruiz
Jefe de Relaciones Públicas y Comunicación
Porsche Ibérica
joseantonio.ruiz@porsche.es