

¡¡Nuevo!! Cuadro con sofá.

Por Miguel Cereceda.

Publicado en el catálogo de la exposición "Deluxe". Junio 2002.

¿Cómo es que la pintura no ha muerto todavía? A pesar de sus proclamadas y reiteradas defunciones la pintura sigue viva y coleando, campando por museos y galerías. ¿Porqué no ha desaparecido definitivamente como práctica artística? Se trata sin duda de un fetichismo mercantil más corrosivo de lo que pensábamos.

Se cuenta que Marcel Duchamp visitando una exposición industrial, al contemplar una gigantesca hélice de barco, proclamó por primera vez la muerte de la pintura. Pero nadie sabe con certeza lo que dijo. También hay quienes piensan que el cuadrado negro de Malevitch suponía el fin del arte. Y así pareció proclamarlo el propio Malevitch. Pero ni siquiera la desgarradora ironía Merz de los collages de Kurt Schwitters consiguió acabar con la pintura. Ni tampoco las exposiciones de vacío de Yves Klein, a pesar de su empeño en venderlo en forma de "zonas de sensibilidad pictórica inmaterial". Como tampoco terminó la pintura después de los Ultimate Paintings de Frank Stella. Ni siquiera la transformación conceptual del arte en idea consiguió erradicarla por completo.

Por más que los artistas se negasen a convertir su trabajo en un objeto mercantil fetichizado, por más que transformasen sus obras en performances, en instalaciones, en ambientes o en intervenciones paisajísticas, no sólo la pintura terminaba resistiendo todos los embates, sino que incluso, las mismas obras supuestamente invendibles terminaban comercializándose, en forma de documentos, fotocopias, grabaciones o fotografías, reintegrando una vez más el arte en el mercado.

Pero la pregunta específica acerca de la pintura permanece: ¿como es que a pesar de los embates y las reiteradas ofensivas a que ha sido sometida, la pintura permanece todavía?

Se trata sin duda de un problema específico en el mercado del arte en general, que no puede reducirse a la mera e inespecífica fetichización burguesa de la mercancía. Tiene que haber por tanto alguna otra razón de tipo estructural.

PSJM ha reflexionado mucho sobre este problema: ¿porqué el burgués sigue comprando pintura como objeto decorativo? En un primer intento de abordar la cuestión PSJM realizó cuadros puramente ornamentales y decorativos por encargo, con un diseño industrial adaptable, capaz de satisfacer las distintas necesidades decorativas del moderno hogar burgués. PSJM no es tan ingenuo que piense que puede acabar con el fetichismo mercantil del arte, rompiendo con su carácter comercial o mercantil. Por el contrario, intenta romper el

fetichismo aurático de la obra, introduciéndola deliberadamente en el circuito más ordinario de la mercancía: el de la producción industrial, la publicidad y la venta comercial. Pero con ello tampoco consiguió resolver el enigma de la pervivencia de la pintura.

Una ulterior reflexión le llevó a la convicción de que el problema era en realidad el de las paredes que quedaban en blanco encima de los muebles y que, por un cierto horror vacui era necesario cubrir o exorcizar de alguna manera. Particularmente a este respecto, dentro del mobiliario burgués, el sofá era el mueble que dejaba sobre sí un incómodo espacio en blanco que era necesario llenar. Ese espacio era precisamente el que ocupaba la pintura. Si la pintura no ha muerto todavía, se debe sin duda a la existencia del sofá. Por eso ahora el ataque contra el fetichismo mercantil del arte desarrollado por PSJM se centra en un nuevo producto: el cuadro con sofá. Si PSJM ha dado en el clavo, esperamos verlo pronto en las mejores ferias de arte y también en las mejores ferias del mueble.