

Nuestra obra trabaja en el campo de la paradoja

Entrevista con PSJM

Por Ángel Antonio Rodríguez

Publicado en El Comercio el 21 / 05 /2005

El grupo 'PSJM', que forman Pablo San José y Cynthia Viera, presenta una singular propuesta multidisciplinar para unir teoría, creación y gestión

La galería gijonesa Espacio Líquido presenta estos días una original exposición del colectivo 'PSJM', que opera desde Madrid y está formado por Pablo San José (Mieres, 1969) y Cynthia Viera (Las Palmas de Gran Canaria, 1973). Bajo el título 'Arte democrático', plantean cuestiones acerca de la obra ante el mercado y el consumidor, defendiendo su integración en la vida.

'PSJM' fue iniciado en 1998 por Pablo San José, que hace dos años incorporó a Cynthia Viera para su conversión a 'marca de arte avanzado'. Su estrategia parte de la transformación del objeto en producto consumible, experimentando con estrategias comerciales. San José se encarga de la teoría y creatividad y Viera del 'marketing' y la gestión.

Su primer éxito vino con la obra 'Situación crítica' en la muestra comisariada en 2003 por Harald Szeemann para el PS1-MOMA de Nueva York. Después inauguraron dos exposiciones individuales en Madrid ('Hi-Standard' y 'Sólo para las masas', galería Blanca Soto, 2003 y 2004). Esta exposición gijonesa comenzó en el Gabinete Literario de Las Palmas de Gran Canaria, pasó por el Centro Municipal de las Artes de Alcorcón y de Gijón viajará a New York, a la Ethan Cohen Gallery.

—En los dos últimos años, el proyecto 'PSJM' ha funcionado con una eficacia inusual
¿La unión hace la fuerza?

—Depende de lo que unas. En nuestro caso creemos que sí, nuestra singular fórmula de equipo mixto está dando buenos resultados. El arte siempre es una producción colectiva (creación, distribución, recepción) pero en la apuesta radical por la forma colectiva de producir vive también la idea de eliminar el concepto de 'genio' y, en nuestro caso, sustituirla por el aura de una marca comercial.

—¿Cómo valoráis la respuesta del público?

–Siempre construimos nuestras obras sobre dos niveles de lectura. Queremos que el público poco informado sobre arte contemporáneo pueda disfrutar formalmente de las piezas expuestas y que el entendido goce de las referencias históricas y juegos conceptuales que nosotros les proponemos.

–¿Qué subraya especialmente esta exposición?

–Se plantea como una intervención radical en el espacio. Modificamos suelo y paredes con recursos cromáticos y lumínicos creando un entorno adecuado para la presentación de los productos. Hay cuadros, instalaciones y esculturas, donde el límite disciplinar se ‘deconstruye’. Presentamos también ‘La Calle en Casa’, donde aplicamos un proceso de descontextualización de ciertos elementos urbanos para llevarlos al interior del espacio protegido del arte y también al hogar burgués. Con la edición de pegatinas de ‘graffitis’ se trata de comercializar el ‘underground’ y ofrecerlo como objeto decorativo, simulando el mecanismo del sistema para asimilar su contracultura y convertirla en un producto bajo la coartada de la pluralidad.

–¿En esa transformación del objeto en producto, cuánto hay de crítica y cuánto de alabanza al mercantilismo?

–Nos alineamos con posturas contemporáneas como las del teórico-arquitecto Rem Koolhaas, criticando desde dentro. Pero no cuestionamos el mercado en general, sino el sistema elitista del arte, en el que unos pocos acceden a la compra. Esto, paradójicamente, lo hacemos produciendo obras críticas, vendidas de forma exclusiva. La esquizofrenia es un síntoma más de nuestro tiempo y ‘PSJM’ pertenece a la época en que vive. Nuestra obra trabaja en el campo de la paradoja.

–Al parecer, hay nuevas propuestas de ‘PSJM’ en marcha...

–El 31 de mayo presentamos en la galería Blanca Soto un proyecto producido para Forward. Estamos coordinando también la exposición ‘El barco del arte’, comisariada por Miguel Cereceda, que se inaugura en julio en Bilbao.