

Retrato crítico de cuatro emperadores del neocapitalismo

«Marcas ocultas», de PSJM, subvierte la publicidad en el Antiguo Instituto

Por J. C. GEA

Publicado en La Nueva España el 03 / 03 / 2006

La marca retrata el perfil más favorecedor de un producto o de una empresa, y lo difunde masiva -y muy eficazmente- a través de la publicidad. ¿Por qué no utilizar ese mismo recurso universal, transmisible y de fácil asimilación para cualquier público, para retratar los aspectos menos favorables de una empresa, más en concreto, de un cierto tipo de empresario de la era del capitalismo global? Ésa es la sencilla y contundente premisa de la que ha partido el colectivo PSJM para «Marcas ocultas» la exposición que estos días exhibe el equipo integrado por Pablo San José (Mieres, 1969) y Cynthia Viera (Las Palmas, 1973) en la Sala 1 del Antiguo Instituto Jovellanos.

Con las mismas mañas del creador publicitario -disciplina que Pablo San José conoce bien, por su trabajo anterior en una agencia del ramo- PSJM ha «escogido cuatro depredadores» y se ha propuesto «representar a estos nuevos amos del mundo retratando a cada uno de ellos con logotipos que destacan sus cualidades, pero de forma crítica», sin abandonar en ningún momento el principio arriba descrito: «la imagen de las corporaciones refleja su identidad». Una inversión completa del tradicional papel del artista que glorifica al poderoso a través de su retrato.

Seguramente a esos «cuatro depredadores» no les gustaría verse retratados en unas campañas publicitarias que ellos no han encargado. Los integrantes de esta demoledora galería de retratos son Kenneth Lay (ex presidente de la compañía de gas norteamericana Enron, a la que llevó a la quiebra mediante la especulación fraudulenta, dando lugar al mayor escándalo financiero de los últimos tiempos); Mikhail Khodorkovsky (magnate de la petrolera Yukos, confiscada por el presidente ruso Vladimir Putin); Larry Ellison (multimillonario profeta de la «nueva economía» y presidente de Oracle) y George Soros (otro de los voceros carismáticos del capitalismo global, financiero, filántropo y mecenas).

Cada uno de los «logos» concebidos por PSJM ocupa una gran caja de luz junto a textos tomados de la conocida página antiglobal www.redvoltaire.net o de textos como «Los nuevos amos del mundo», de Jean Ziegler, en los que se traza una breve semblanza crítica de los retratados. Así, Soros aparece como un rostro ambivalente entre el bien y el mal -un filántropo que hunde empresas en Bolsa o suministra armamento al Pentágono- junto al eslogan «Te lo damos todo»; la figura de una calavera y el signo del dólar se funden en el «logo» dedicado a Kenneth Lay, sobre la marca «Kenny Boy» -como llamaba al ex presidente de Enron su amigo personal George W. Bush- y junto al eslogan «Sin problemas»; un aplastante barril de petróleo y la expresión «Tu energía» representan el poder de Khodorkovsky, mientras que Larry Ellison queda reducido a un logotipo de tiburón, en honor a sus arengas a los ejecutivos recogidas en el libro de Ziegler: «No buscamos sólo vencer simplemente a un competidor, queremos destruirlo (...) Hay que continuar golpeándole, incluso cuando ya ha caído. Y si aún es capaz de mover el dedo meñique, le aplastamos la mano», exhortación resumida en un lacónico «Somos carniceros», que sirve de eslogan.

Además, PSJM -que prepara una exposición en el leonés MUSAC-, pone esos logos en movimiento y les da vida publicitaria a través de cuatro anuncios que se proyectan en la sala, y que rizan el rizo de la perversión / subversión del lenguaje del mercado en los que San José y Viera vienen desarrollando su trabajo.