

Solo para las Masas

Hacia la Masa Gris

Por José Luis Corazón Ardura.

Publicado en www.sublimeart.net el 20 / 01 / 2005.

Galería Blanca soto
Hermosilla 102, Madrid

La última exposición colectiva que la Galería Blanca Soto presenta antes de abandonar su actual ubicación es un proyecto que PSJM ha organizado en torno a una idea conflictiva: saber hasta qué punto el arte último conecta con las masas. Si el público tiene como misión comprender qué pueda significar una vanguardia de carácter social, la diferencia entre el rebelde y el revolucionario estriba en la disposición a entregarse a la tarea de modificar el sistema desde dentro o simplemente a devastarlo. Por otro lado, los fenómenos de vanguardia siempre se produjeron en sociedad, al menos, ése es su medio, más tarde o más temprano. Si no, la desconexión en el triángulo formado por el espectador, el artista y los lugares de exposición pueden estar causados por la eficacia de la publicidad, verdadera herramienta que ha posibilitado que en la actualidad, por ejemplo, se formen largas hileras de un público masivo que espera pacientemente la entrada en museos como el Prado o el Thyssen. ¿Qué ocurre cuando las artes en buena medida se sirven de los mismos medios que otros productos comerciales para llegar al mayor número de individuos? ¿Por qué se acude en masa a estos lugares y no así a otros espacios como las propias galerías de arte?

La tarea de crear auditorios, llevando la cultura al público, si bien no deja de ser un procedimiento retórico, es también un esfuerzo por llevar al arte a la acción, es el caso del trabajo conceptual de Josechu Dávila -ya presentado recientemente en la misma galería-, donde se quiere hacer entrar de una manera irónica a los vecinos de una de las zonas privilegiadas de Madrid en forma cuantitativa y cualitativa en una obra de arte. Chus García-Fraile presenta una pintura que sin ser propiamente publicitaria -no hay marcas comerciales reconocibles-, al menos es efectiva por su carácter metafórico, señalando hacia la oscuridad del paso que ha de conducirnos a algún meeting point neutro como el propuesto por Pepe Medina (Usted está aquí) o en el caso del colectivo El Perro cuando muestra un video donde, utilizando vallas publicitarias, se invita al ciudadano a consumirse en el aburrimiento. Entonces el espectador, consciente de su carácter insatisfecho y negador, dirige sus mensajes hacia una sociedad donde no sabe si va a ser escuchado (PSJM), un

desafío al individuo que continúa girando como uno de los grandes discos imaginarios presentados por Pelayo Varela. Es en esta espera del gran público al cual parece dirigirse la exposición donde la utilización de mecanismos publicitarios se convierte en una acción aparentemente utópica y efectiva, un cierto naufragio como el representado por Avelino Sala encima de una tabla de surf, sabiendo que, aunque la ola no llegue hoy, quizá pueda hacerlo mañana, al menos, creando nuevos públicos y auditorios.

Sólo para las masas continuará próximamente en la Fundación Cristóbal Gabarrón de Valladolid, mostrando que si hay algo que pertenezca a la masa es precisamente su carácter grisáceo, una apuesta por la utilización irónica de nuevos medios audiovisuales y un planteamiento ciertamente conceptual donde se quiere hacer llegar la cultura al mayor público posible con una intención -más que divulgativa- rupturista, un riesgo necesario para revitalizar el mundo que vivimos sin caer en la complacencia del artista separado de su lugar social. Algo ya señalado por Antonin Artaud al referirse al arte dirigido al público de las sociedades contemporáneas: “Si la multitud actual no comprende ya Edipo Rey, por ejemplo, me atreveré a decir que la culpa la tiene Edipo Rey, y no la multitud”.