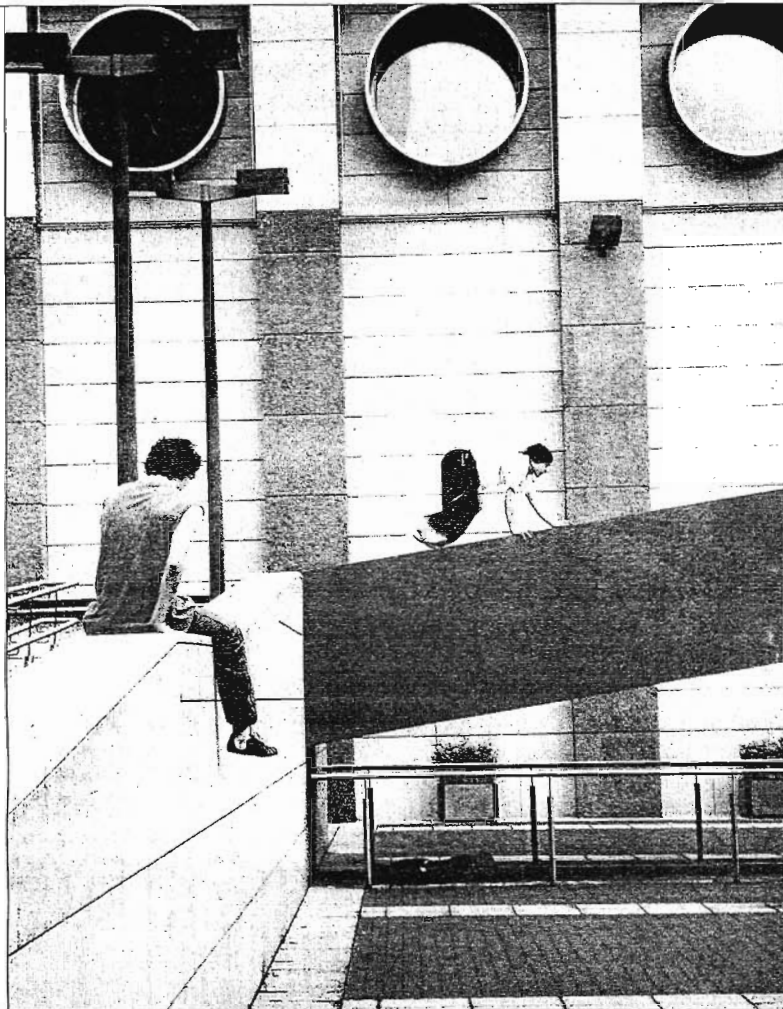


"Parkour en la plaza interior del Artium. María Salazar, Consonni. 2010"

CONSONNI



## ARTE Y ESPACIO PÚBLICO

# DE PICNIC EN EL ARTIUM

Un picnic abierto a todos los habitantes de Gasteiz presentará este domingo los resultados preliminares del proyecto "Plaza, salón urbano", con el que la productora de arte Consonni busca convertir la plaza interior del Artium en un verdadero espacio público, dinamizando así la conexión del museo con la ciudad.

Jaime CUENCA

El proyecto "Plaza, salón urbano" trata de proponer fórmulas para activar los usos públicos de la plaza interior del centro-museo Artium, claramente desaprovechada en la actualidad. El procedimiento ideado por Consonni conjuga la intervención artística con procesos de análisis y reflexión participativa, fomentando un debate entre los agentes urbanos implicados

en torno al significado y los posibles usos del espacio público, así como su relación con el museo. Con esta finalidad, la arquitecta Tania Magro Huertas ha dirigido una primera fase de investigación, en la que se analizó el espacio del Artium desde la perspectiva histórica, urbanística y de actividad social, y se coordinaron varios talleres de participación ciudadana enfocados a diversos colectivos. Asociaciones de mayores y de personas con discapacidad intelectual, comerciantes de la zona y organizaciones feministas, entre otros grupos del entorno, han podido hacer valer sus rei-

vindicaciones respecto a la plaza o reimaginar su vínculo con ella, debatiendo, desde sus propias perspectivas y necesidades, sobre el concepto de espacio público. Este domingo 21 Consonni presentará los procesos de trabajo de esta primera fase por medio de un picnic, abierto a todos, en la plaza interior del Artium. En los próximos meses, se concretará la segunda fase del proyecto, consistente en una intervención artística que partirá de los resultados de la investigación y los talleres para proponer la transformación de este espacio falto de vida en un verdadero salón urbano.

Esta expresión, que cifra gráficamente el propósito del proyecto, lo expone también al peligro de una malinterpretación: hacer propio el espacio público no puede significar privatizarlo. Es, de hecho, todo lo contrario. El salón representa el núcleo íntimo de nuestra vida privada. De ahí que convertir una plaza en salón urbano pudiera entenderse como un llamamiento a colonizar el espacio público con las exigencias y los modos del privado. Esto no implicaría, sin

embargo, hacer nuestro ese espacio público, sino destruirlo como tal. En el "Libro de los pasajes", Benjamin describe la metrópolis moderna como un enorme interior habitado por las masas: las calles son la vivienda del colectivo y el pasaje (la incipiente galería comercial) es su salón. El interior doméstico del XIX tenía para Benjamin algo de paralizante confort, que atrapaba al individuo en una sobrecargada comodidad de cojines y tapetes. La extensión del interior a la ciudad como un todo refiere a una atmósfera de ensoñación mítica que adormece al colectivo bajo el fetiche de la mercancía. Para Benjamin, el pasaje es el lugar donde la mercancía convoca en turno suyo —para frustrarlo— el anhelo de los ciudadanos por una vida mejor; el lugar donde los posibles agentes de una utopía política devienen consumidores de modestos paraísos de escaparate. Al transformar el espacio público de la ciudad en mera pantalla para los deseos de una identidad privada, se le hurta su función como catalizador del potencial político de la ciudadanía. Esta estrategia por la que se neutraliza lo público, entendiéndolo como lugar de exhibición de lo privado, goza de muy buena salud. Los *talk shows*, los *realities*, las redes sociales virtuales... la escena diseñada para teatralizar las narrativas privadas de autorrealización y sufrimiento, como detecta Eva Illouz, crece cada día.

El museo puede convertirse en una instancia más de este proceso cuando el arte se concibe como una "tendencia" cuyo consumo garantiza una posición aceptable en el mercado de identidades privadas. Pero se olvida así que el arte ha cargado siempre con la misión de vincular el sentimiento privado con el juicio público (al menos, desde el nacimiento de la estética moderna). En esto se distingue la innovación artística de la creación de tendencias de consumo: en que la primera aspira a ser reconocida, mediante el juicio de críticos, público y demás agentes del mundo del arte, como integrante de una tradición compartida. Este reconocimiento, advierte Groys, sólo puede darse sobre la base de un código común que la obra de arte modifica y acata al mismo tiempo. El arte es, por tanto, necesariamente discursivo y no puede contentarse nunca con la sola exhibición de un yo privado. Incluso los artistas que parecen limitarse a mostrar sus fobias y querencias personales, no lo hacen sino como parte de una estrategia que apela al juicio público: aspiran a ser reconocidos como artistas y no como individuos. Así, cuando no degenera en "tendencia", el arte produce una comunidad de discusión que es análoga al foro político y puede prepararlo (como ocurrió, por ejemplo, en la Francia del XVIII).

El museo se constituye como un cruce entre lo privado y lo público, en cuanto toma cierto material que es significativo de una personalidad y lo expone al juicio del mundo del arte. Recordar esta función es capital para que el museo no pierda su específico lugar en la sociedad. Con el proyecto "Plaza, salón urbano", el Artium muestra una encomiable conciencia de sus propios fines. Un museo puede pasar sin grandes números de visitantes, pero no es nada sin público, y el público hay que crearlo dotándolo de herramientas de juicio y discusión. Consonni ha sabido encontrar los medios adecuados y la ciudad, por ahora, responde.