



Meses des el meridi, Institut Français de Barcelona, 2000.

Foto: Joan Pere Massana

Obra-societat

Davant una societat que consumeix menjar ràpid és difícil entaular-la, fer-li notar els aromes, textures, colors, contrastos davant un gust ampli, complet, funcional i complaent, tal com dirien els cuiners.

El colpejament constant de la publicitat i tots els seus recursos visuals implica un embriagament de formes, colors i missatges de comprensió ràpida, digerible i de continguts escuets que provoquen una resposta immediata del receptor.

Davant una educació visual (d'estructura abstracta) és difícil lluitar amb components abstractes⁵. Fins i tot la comprensió i seguiment d'aquest text és difícil que pugui competir (per l'interès del lector pel tema o per l'habilitat del qui escriu en plasmar les idees) en un món d'imatges en moviment constant i on es comença, es desenvolupa i s'acaba el discurs sense que hom hagi de fer cap esforç.

Una educació visual i auditiva que estimula la lectura literal, narrativa i descriptiva dificulta la percepció imaginativa de l'obra de Clavé, Tàpies, Sicilia, Boltansky, Llena o Perejaume, o bé es desperten els nostres sentits davant l'obra de Schoenberg, Nyman i Greenaway, entre molts altres.

És difícil, doncs, en l'art contemporani, destriar la palla abundant del gra; potser perquè ha plogut molt

i el fruit ha madurat poc; potser perquè hem innovat molt i hem paït poc.

El món contemporani ha digerit l'estètica de les avantguardes, però potser no ha sabut traspasar la seva pell. Alguns espectadors inclús, per enculturació estètica, se l'han fet propera en l'àmbit bidimensional, però no acaba essent més que un vestit, un vestit de diumenges, un pin cultural.

La societat de consum, en general, demana postals i cromos de "bodegons" postissos, flors de plàstic, païsatges pastorils i anatomies pseudofiguratives amb cromatismes més o menys "apastelats".

La societat de consum demana, en general, cuinetes de pa d'or sobre figures de marmolina, patines d'antiguitats que conjuntin pel contingut o per 1 embolcall (el marc o la peana), amb el sofà de casa o amb la tauleta del rebedor...

La societat, la gran majoria, demana consum ràpid, fàcil, econòmic i que vesteixi.

En un altre nivell social, vivim en una línia d'adquisicions i esponsoritzacions sota una certa bandera maçònica mal entesa, on l'endogàmia afectiva i econòmica ens recorda el marc social, cultural i econòmic de la funció i realitats artístiques fins arribats els principis del segle XX, i on una part de la societat protegia els seus artistes per interessos que no vénen ara al cas.