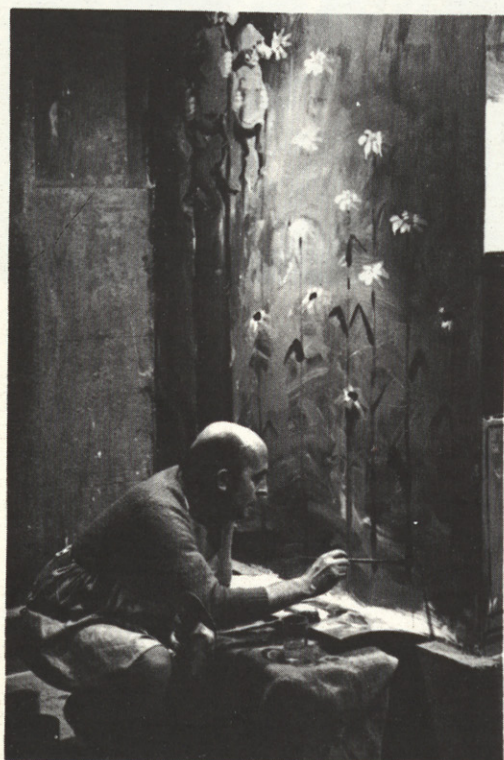




VALLAS EN MADRID



Seis pintores, el maestro Viola, los hermanos Algora, Fausto de Lima, Máximo de Pablo y Datas, han pintado una valla de una obra en Madrid, en la calle de Velázquez.

La noche del martes 13 de junio, empezaron su trabajo y, por la madrugada estaba concluido. Seis murales bien trabajados. Bien cocidos. Nada de salir del paso.

De este "insólito acontecimiento callejero" como lo calificó el "ABC" dio cuenta toda la prensa de la capital.

Veamos, un poco los antecedentes.

Un promotor, Feriando Alvarez Alba, inicia las obras de su nuevo establecimiento y, naturalmente, tiene que colocar la valla de obra; así que piensa que ésta pueda ser el soporte del "primer escaparate".

Las vallas de las obras son elementos que se ponen y se quitan. Duran tanto como la obra misma. Aparecen y desaparecen en el paisaje urbano.

Por tanto dado su carácter perecedero, si se emplean como soporte de obras pictóricas, estas mismas, quedan sujetas también al propio efímero carácter. Ya no se pueden comprar ni vender, no tienen realmente "propietario" y en consecuencia, estas obras de arte dejan de ser objetos de arte sometidos al régimen de mercaderías.

En cierto modo aparecen como purificados del "marchandismo". Son como figuras de nieve o castillos en la arena. Son un poco de todos por un tiempo.

Así pues, por estas circunstancias, el tipo de acuerdo entre promotor y artista tiene distinto significado que el de la compra de una obra de arte, y —naturalmente— es mucho más asequible porque no existe propiamente transacción comercial.

El promotor proporciona al paisaje urbano oportunidad de exhibir para los ciudadanos, algunos aspectos de las artes plásticas contemporáneas. Esto ayuda mucho.

La gente —en muchos casos— no tiene tiempo o no tiene ganas de ir a las Salas de Arte. De este modo se va encontrando con el arte, por la calle, con naturalidad.

Desde el coche, esperando el autobús, andando, percibe espontáneamente las más actuales muestras pictóricas y se va familiarizando con ellas.

Poco a poco se le va "quitando importancia al arte", y se le va haciendo más asequible al hombre de hoy.

Todo esto, en razón de la gran cantidad y tamaños de las vallas de las obras, puede llegar a tener una fuerte influencia en el aspecto del paisaje urbano.

Puede, desde luego, todo esto enfocarse desde un punto de vista publicitario, que —sin duda— lo tiene. Será también publicidad para el Arte, para el artista y para el promotor, pero, en definitiva, el beneficio será, para el hombre de la calle. Para el ciudadano.

Curro INZA

