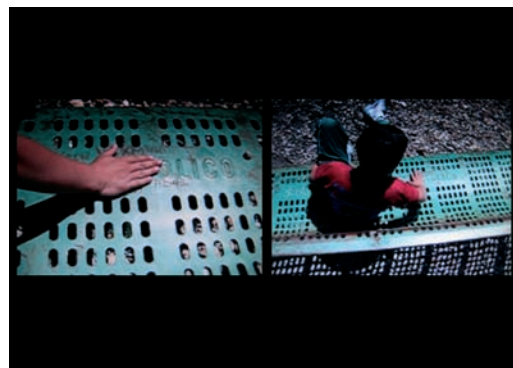


BANCO

TEXTO MONTAÑA DE LA HORRA

ESPECIAL
EXPOSICIÓN

Asunción Molinos
Título: Banco:
Técnica: Video



La campaña de marketing que tenían las cajas de ahorros españolas en la década de los años ochenta era regalar bancos. No sé si ironizaban con del doble sentido de la palabra, algo así como el banco regala un banco. Fuera como fuese, esos bancos se colocaban en plazas y parques para el reposo de sus ciudadanos. El banco se convertía en un objeto de todos, se creaba un lugar común. En el video que nos presenta Asunción Molinos, un niño juega con la publicidad que lleva impreso el banco: Caja de Ahorros del Círculo Católico. El niño dice la frase en alto para después repetirla eliminando una letra, de la primera a la última. En el proceso del juego el niño llega al esperado: culo católico. Para el humor de un niño, este momento es inmejorable, para los adultos que vemos el video, nos invade la ternura. El hecho es que el video es biográfico, este juego lo creó la artista para combatir el aburrimiento. Su cómplice, una amiga para compartir la risa que se esconde a los adultos. Pero en el video, el niño está solo, así que el único cómplice es el espectador.

Con esto, he de remitirme a Gadamer cuando dice en Verdad y método, “el juego es un quehacer comunicativo en el sentido de que no conoce propiamente la distancia entre el que juega y el que mira el juego”, y sigue, “el concepto de juego se ha introducido precisamente para mostrar que, en un juego, todos son cojugadores. Lo mismo debe valer para el arte, ya que no hay ninguna separación de principio entre la propia confirmación de la obra de arte y el que la experimenta”.

En el video, además del juego del que nos hace cómplices, en la imagen podemos ver señales de otros tiempos: con llaves los jóvenes del pueblo rayaban sobre la pintura del banco los nombres de los grupos musicales con los que se identificaban. Fijándote encuentras referencias a Iron Maiden, Metallica o AC/DC. Es un registro de esa gente viviendo en ese pueblo. Esto no pertenece a la historia oficial, es una historia íntima, de la cual sólo podía ocuparse el arte.

Esta obra, así como el trabajo general de Asunción Molinos se podía enmarcar dentro de lo folclórico en tanto en cuanto se refiere a la identidad de un pueblo. En este ámbito, destaca el trabajo de Pilar Albaracín en artes plásticas, o en el terreno cinematográfico Pedro Almodóvar. Sin embargo, las diferencias son abismales: Pilar Albaracín utiliza símbolos del inventario español más básicos: el toro, los lunares o la bailaora. La lectura de su obra es muy rápida y clara: crítica los valores de la identidad de España a través de signos muy evidentes. Utiliza el folclore para hacer crítica social.

Almodóvar parte de la exageración del modelo folclórico para reclamar una manera de ser. Los personajes más característicos de Almodóvar están bajo el concepto que desarrolló Susan Sontag en sus “notas sobre lo camp”, cuando dice, “El camp lo ve todo entre comillas. No será una lámpara sino una “lámpara”; no una mujer sino una “mujer”. Percibir lo camp en los objetos y las personas es comprender el Ser-como-Representación-de-un-Papel. Es la más alta expresión, en la sensibilidad, de la metáfora de la vida como teatro”.

La obra de Asunción Molinos, se aleja de estos parámetros del folclore español para trabajar cuestiones íntimas aprovechando la casualidad de nacer un pueblo (con todo lo que esto conlleva) para asumir una identidad.