

ReUsa Barcelona

Exposición de Valentino Menghi

"...Un par de calcetines son menos adaptos a hacer un cuadro de madera, clavo, trementina, aceite y tejido"

Robert Rauschenberg

Para entender a fondo el trabajo de Valentino Menghi se debe uno sumergir en la memoria, de cuando, de pequeños se podía recrear en cualquier lugar el contexto adecuado para jugar. Cada objeto encontrado nos sugería timidamente una función nueva de aquella que solía cubrir, así nos permitía improvisar situaciones divertidas, con poco.

La sociedad consumista tiene la costumbre de dar una función específica a los objetos, es más, intenta especializarla para incrementar la posibilidad de adquisición del consumidor. Una visión inequívoca de la realidad que inhibe las facultades creativas existentes en el ser humano. Una unión perfecta entre casualidad e ingenio permite, desde sus orígenes, que este curioso animal evolucione, escapándose siempre con pocos medios; aún así hoy podemos definirnos como una sociedad de "compradores de servicios", aniquilados hasta tal punto que ya no sabemos cambiar una bombilla. El trabajo de Valentino Menghi sugiere a todos sus posibles usuarios de relacionarse en modo activo y creativo con el mundo que nos rodea, mirando la realidad a través de los ojos de un niño, madurando un sentido crítico individual, pero sin abrumar con retóricas vinculadas al sistema social dominante.

Si bien puede parecer de interés actual, la utilización de residuos para realizar obras de arte, encuentra sus antecedentes y afinidad con Futurismo, Dada, Arte Povera, Minimal Art, Informale materico¹.

En los años sesenta, en aquella delirante metrópolis que era y es Nueva York, había un teatro de un ferviente clima cultural (o más bien, contracultural), en el cual los artistas encontraban en la calle los materiales para realizar sus obras². Hablamos de una acción de recuperación y reutilización artística cuyos frutos llegaron a las puertas del Moma, en 1961, donde Lawrence Alloway acuñó el término "Junk Art". Tal movimiento encuentra ilustres exponentes contemporáneos (entre ellos John Chamberlain, Ha Schult, Tim Noble y Sue Webster) que han encontrado un lenguaje suyo y verdadero en el material descartado. La basura es realmente la otra cara (trágica) de la mercancía³, aquello que ha perdido el aura dorado y perfecto estudiado hasta el último detalle por los agentes de publicidad para vender un producto y a ellos mismos, los residuos se muestran con la sinceridad más total e indefensa. La idea de realizar símbolos publicitarios con material recuperado, como hace Menghi, en su exposición *ReUsa Barcelona*, no es una simple provocación, pero una profunda reflexión

¹ Lea Vergine, *Quando i rifiuti diventano arte. TRASH, Rubbish, Mongo*, Skira, Milano, 2006

² Ted Botha, *Mongo. Avventure nell'immondizia*, Isbn Edizioni, Milano, 2004

³ Lea Vergine, *op.cit.*

sobre el ciclo de la mercancía, que aquí, a través de la obra de arte, abandona su carácter unequivoco para entrar en un nuevo ciclo que reta las reglas de la sociedad del “usa y tira”.

Queda para los mas agudos aprovechar la posibilidad de cruzar este umbral, sensibilizados por los actualisimos temas ecológicos, para poder reinventar y reinventarse el sistema rancio y peligroso que domina nuestra sociedad, en el cual el producto y su *packaging* tienen una vida breve. Y puede ser que la perspectiva de Guido Viale, de poder ver los desperdicios como un recurso y no solo como un peso⁴, sera realizable.

¡Larga vida a los materiales! Podría ser el eslogan adecuado. Y no sólo eso. Aquí se trata de elevarlo al recinto noble del arte, jugar con ello, enmascararlo sin ocultar su origen modesto, para hacerlo resultar eterno (porque así es el arte).

Nila Shabnam Bonetti

⁴ Guido Viale, *Governare i rifiuti*, Bollati Boringhieri, Torino, 1999