

Operación superventas.

Este librito editado en 2012 por el Ayuntamiento de Tarrasa (Terrassa en catalán) se nos presenta con una potente imagen en la cubierta, donde se combinan Spiderman y El Pensador de Rodin, y una contracubierta llena de reseñas entusiastas firmadas por nombres que son parodias de grandes mandarines: Arthur C. Danto, Clement Creeper, Rosalind Santa Krauss, Carlos Pollero... Tal como indica su título, se trata de una exploración de las estrategias gracias a las cuales un producto cultural se convierte en un best seller, un blockbuster, un superventas... El libro, en edición bilingüe catalán/castellano, es lo que quedará para la posteridad tras el ambicioso ciclo de tres exposiciones montadas en la primera mitad de 2011 por la concejalía de cultura de esta localidad del Vallés Occidental dentro de la 10ª convocatoria del ciclo *Intererències*, que busca promocionar nuevos valores del panorama artístico en diálogo con la sociedad local. La aragonesa Pilar Cruz, miembro de AACA, fue la comisaria de esas tres exposiciones sobre los libros, discos y demás productos superventas del mundo cultural, así que figura su nombre como responsable del comisariado /textos. No sé si queda del todo claro que ella es la autora de los brillantes ensayos que contiene esta publicación, salvo el breve capítulo final escrito por Silvia Navarro y Gemma Lorenzo: Llama a engaño el hecho de que cada capítulo vaya encabezado por el nombre del artista con quien trabajó en la respectiva actividad de este ciclo, seguido de un subtítulo. Jordi Ferreiro no es autor del capítulo subtítulo "Otra historia, otra ocasión", sino un artista fascinado por *La historia interminable*, de Michael Ende, a quien Pilar encargó una performance y le hace una entrevista, tras contarnos los avatares de su materialización, citando a menudo la coletilla favorita del escritor alemán ("esa es otra historia, que debe ser contada en otra ocasión"). Núria Güell tampoco es quien ha escrito el capítulo siguiente, sino su protagonista, una

artista que quiso estudiar el éxito televisivo de Chikilicuatre y acabó creando una instalación con luz y sonido, anunciada con un divertido cartel. Lo mismo en el caso de Juan Lesta y Belén Montero, que reflexionan sobre el éxito musical ligado a los videoclips que tantos seguidores tienen en Internet (luego la coreografías de un avisado cantante coreano ha hecho mundialmente famosa su canción). Al artista conceptual Toni Tena le interesa el éxito de la novelita romántica de Federico Moccia, que los adolescentes italianos se han distribuido en fotocopias y que ha implantado la moda de que las parejitas pongan candados en los puentes, primero en Roma y luego en todo el mundo: en la entrevista con Pilar explica muy bien la relación de todo ello con la cinta adhesiva que encontraban los visitantes de la exposición... y se halla ya incluso en algunas obras del MACBA. Por último, el artista visual y diseñador gráfico Enric Farrés Durán, protagoniza un capítulo sin subtítulo, sobre los diseños de los discos y las técnicas publicitarias: a él se deben las geniales frases de la contracubierta de este libro. Una lectura a disfrutar en pequeños sorbos, para meditarla y disfrutarla con tranquilidad.