

**María del
Pilar
Chauca
García**

EL FLASHMOB, RESPUESTAS ARTÍSTICAS HOY

Las sociedades contemporáneas atraviesan un clima de insatisfacción que amenaza con convertirse en crónico.

El sistema está obsoleto. En 2011 podía leer en una manifestación del 15-M¹ “El sistema está fallando”. Simulando un fallo informático, la pancarta mostraba una captura de pantalla de ordenador en la que se podía leer “esperar” o “cambiar el sistema”. El juego de palabras simbolizaba el sentir popular frente a la clase política. Definitivamente, los ciudadanos, hastiados y unificados frente a un enemigo común, habían tomado la plaza buscando el cambio. Se vivieron momentos convulsos que nos hicieron recordar el compromiso del poder para con el pueblo y las fracturas históricas que había sufrido la humanidad; algunas paralelas como la Revolución francesa o las más cercanos, temporal e ideológicamente, movimientos estudiantiles del

¹ El 15-M fue un movimiento ciudadano de índole pacífica creado a raíz de la manifestación del 15 de mayo de 2011, en repulsa al sistema político español. Bautizados como “Los indignados” por una de las últimas publicaciones del desaparecido en 2013, Stéphane Hessel, que animaba a levantarse contra la indiferencia, consiguieron reunir a ciudadanos de toda índole con vocación de cambio en pro de una sociedad nueva alejada del bipartidismo político y los intereses económicos. Disponible en: [http://www.euroxpress.es/doc/INDIGNAOS .pdf](http://www.euroxpress.es/doc/INDIGNAOS.pdf) [consultado el 15-6-2015]

Mayo del 68². En su cuarto aniversario, la fórmula, que fue exportada a otros países y gozó de gran repercusión, sigue viva en otros frentes a pesar de haber perdido la cobertura mediática que la respaldó como grupo³. Pero indiscutiblemente, la iniciativa fue el acicate para el nacimiento de nuevos partidos políticos.

El mal funcionamiento institucional había originado que la sociedad, insatisfecha y excluida de él, comenzara a significarse bajo una demanda colectiva, incomodando y despertando conciencias. Sin embargo, los populismos contemporáneos, históricamente menospreciados y desterrados a actuar como agentes alternativos al orden social, son necesarios tanto para el germen democrático como para su control de calidad; para Laclau garantizan su supervivencia, "el populismo, lejos de ser un obstáculo, garantiza la democracia, evitando que ésta se convierta en mera administración"⁴.

Aquel escenario supuso una ruptura trascendental en el ámbito democrático occidental o al menos esa fue su intención. Sin embargo, la sociedad llevaba tiempo sufriendo una crisis derivada de los conflictos políticos, económicos y culturales. Abocada a tomar otros rumbos que se alejaran de los tradicionales, esta situación ha desembocado en una situación de gran

² Conocido también como el "Mayo francés", el Mayo del 68 consistió en una serie de protestas iniciadas por grupos estudiantiles de izquierda contrarios a la sociedad de consumo, llevadas a cabo en Francia y especialmente en París durante los meses de mayo y junio de 1968.

³ La activista Ada Colau, días antes de proclamarse alcaldesa de Barcelona, recordaba en la emblemática plaza de Cataluña, el espíritu del 15-M cuando decía sentirse emocionada al estar en la plaza que fue lugar de encuentro para "Los indignados" cuatro años atrás. Disponible en: http://www.eldiario.es/catalunya/Colau-invoca-espiritu-convertirse-alcaldesa_0_389862202.html [consultado el 14-6-2015]

⁴ El filósofo y politólogo argentino Ernesto Laclau, recientemente fallecido en 2014 adopta una postura reivindicativa del populismo. En 2005, con motivo del lanzamiento de su libro *La razón populista*, otorgaba una entrevista para el periódico *La Nación* en la que pronunciaba estas palabras. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1680569-cuales-eran-las-principales-ideas-de-la-obra-de-ernesto-laclau> [consultado el 5-6-2015]

incertidumbre y desorientación social. Ha supuesto una transformación en la que la Era Digital ha sido decisiva.

La transformación digital, punto y aparte en el paisaje humano

El proceso de globalización que la Era Digital ha traído es irreversible y paradójicamente, contrario a la idea posmoderna que reafirmaba las diferencias, la multiculturalidad y los lenguajes híbridos. El ser humano crece en un lugar contradictorio y por lo tanto, inestable. Mientras lucha por conservar su identidad y marcar la diferencia, los medios de canalización digitales han propiciado la homogeneización de las identidades culturales bajo unos parámetros planetariamente comunes.

Un ejemplo conocido por todos lo tenemos en el resurgir del mercado artesanal. Llevamos asistiendo de un tiempo hasta hoy al renacimiento del sector tanto en mercadillos y ferias locales como en tiendas *online* tipo “etsy.com” o el caso español “artesanum.com”. El artista, convertido en emprendedor, en la mayoría de los casos debido a la crisis económica, pelea por ofrecer piezas únicas capaces de competir con las grandes superficies. El trabajo *handmade*⁵ está de moda y las tiendas *online* también. En otros tiempos era impensable acceder a una tienda de tal magnitud como lo es hoy Internet, gracias a las nuevas tecnologías es posible. Sin embargo, el tan aplaudido uso democrático del medio se ha traducido en prácticas abusivas de reproducibilidad y copia fácil. Lo que supuso una oportunidad se ha

⁵ Popularmente conocido como DIY, *Do it yourself* (hazlo tú mismo), el fenómeno *handmade*, traducido del inglés como “hecho a mano”, comprende desde confeccionarse la propia ropa, tejer, hacer ganchillo o diseñar abalorios hasta tareas de reciclaje o cultivar tu propio huerto. En definitiva, trabajos artesanales de antaño que estaban prácticamente olvidados y que ha desembocado en un universo paralelo de talleres y cursillos expres, que también busca beneficiarse. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20140131/54400639606/la-industria-del-hazlo-tu-mismo.html> [consultado el 15-6-2015]

tornado en inconveniente; los productos o servicios que antes se denominaban "únicos e irrepetibles" han perdido su denominación de origen. Pero esto no sucede solo en el sector artesanal, ni tampoco responde exclusivamente al factor digital; en otros ámbitos como el gastronómico, la moda o el turismo se repiten la misma historia. Los bares ya no son bares, ahora todos quieren llamarse "gastrobares", la moda es *low coast* y el turista cultural, crucerista. El otro día podía leer en un periódico local respecto a la inauguración de un mercado *gourmet* en Málaga "Si no logramos una estrategia identitaria nos estaremos equivocando porque el turista está harto de la globalización y ver lo mismo en cualquier ciudad del mundo. Debemos apostar por los productos y las recetas de la tierra"⁶. El mercado está saturado y la burbuja comienza a inflarse como ya lo hicieran otras. Conceptos como la "Glocalización"⁷ o lo que es lo mismo, la adaptación de patrones globales a las peculiaridades locales del entorno, se presentan como el paradigma del siglo XXI.

Como adelantábamos en el epígrafe, la tecnología no solo ha supuesto una innovación técnica, los dispositivos de información y los tipos de comunicación han dado un giro de 180 grados; se trata de la nueva revolución industrial, "cargada de enormes oportunidades, pero también de importantes desafíos"⁸. Se ha creado de manera espontánea otra cultura, una donde cualquier aficionado con cámara en mano actúa momentáneamente

⁶ Disponible en: <http://www.diariosur.es/malaga-capital/201506/17/nuevo-mercado-merced-busca-20150617222140.html> [consultado el 19-6-2015]

⁷ El término "Glocalización", que resulta de las palabras "globalización" y "localización", fue desarrollado en Japón en la década de los 80 a raíz del proceso de adaptación de las técnicas agrícolas al lugar de aplicación. Roland Robertson fue uno de los primeros sociólogos en examinar la Globalización y plantear su sustitución por el término Glocalización, desdibujando de este modo los límites entre lo local y lo global.

⁸ Disponible en: http://economia.elpais.com/economia/2014/12/19/actualidad/1419006216_471179.html [consultado el 16-6-2015]

de fotoperiodista experimentado⁹, el ciudadano de a pie, como contendiente en foros de discusión tipo redes sociales, *Twitter* o *blogs* y las relaciones sociales han mutado de presenciales a virtuales; transformando por completo el paisaje humano al que estábamos acostumbrados.

De este modo, tanto profesionales como aficionados tienen acceso a las mismas herramientas de información, creando y compartiendo contenidos culturales. Algo sumamente peligroso si desconocemos la procedencia, ya que pueden carecer de veracidad. Pero útil si tenemos en cuenta que el antiguo comprador que se limitaba a consumir, se ha transformado en lo que se conoce como “prosumidor”¹⁰, esto es, uno que consume, crea contenido, participa activamente en la red opinando y compartiendo experiencias y principalmente, exige. Su comportamiento, pues, señala tendencias emergentes; circunstancia que ha obligado a la empresa a salir de su zona de confort, a anticiparse al cambio si es necesario¹¹.

La globalización nos ha situado en un lugar fronterizo, híbrido¹². La sociedad transita del modelo tradicional al moderno a una velocidad de vértigo, tanto que la adaptación se torna obligatoria y en ocasiones frustrante.

⁹ Tanto es así que desde plataformas como Medialab Prado, un centro cultural del Área de las Artes, Deportes y Turismo del Ayuntamiento de Madrid, se imparten talleres como el de “Periodismo al alcance de tu mano”. Disponible en: <http://medialab-prado.es/article/periodismo-al-alcance-de-tu-mano> [consultado el 16-6-2015]

¹⁰ La palabra “prosumidor” debe su origen a la fusión de las palabras “productor” y “consumidor”.

¹¹ Existe en el mercado editorial una publicación del 2010 de los autores Antoni Gutiérrez-Rubí y Juan Freire, miembros del proyecto Prácticas y culturas digitales de la UNIA, Universidad Internacional de Andalucía, que reflexiona sobre las tendencias de transformación estimuladas por la cultura y los medios digitales. Disponible en: <http://www.gutierrez-rubi.es/32-tendencias-de-cambio-2010-2020/#2> [consultado el 5-6-2015]

¹² García, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

Respuestas artísticas actuales

Recientemente, han aparecido en escena prácticas artísticas de género reivindicativo que no hacen sino confirmar la crisis por la que atraviesa la sociedad actual, periódicos cíclicos por otra parte. El *Flashmob* es una de ellas. Otros que han adquirido gran popularidad y que suelen confundirse con éste, son los *lipdubs*, lo que vendría a ser una versión del "videoclip". En un plano secuencial un colectivo perteneciente a una institución como una empresa privada, universidad, escuela o cadena de televisión, escenifica un *playback* en el que cada integrante hace lo que mejor sabe hacer; su cariz es divertido y positivo, sin complicaciones técnicas.

La investigación del fenómeno *Flashmob* comienza en 2012¹³. Como hemos mencionado en otras ocasiones, el vacío investigador y la relevancia del tema han sido motivos suficientes para su puesta en valor. Sin embargo, su notabilidad no responde a la forma sino al medio del que se sirve, propio de nuestro tiempo, el de la Era Digital. La incursión de las nuevas tecnologías ha propiciado que la sociedad no requiera contar con el apoyo de los que eran hasta entonces los medios de comunicación masivos, prensa, radio o televisión, para establecer una cadena de comunicación, coordinarse y actuar de manera conjunta. Basta con que alguien llame a la manifestación para que comience el efecto "bola de nieve". Por lo tanto, la Era Digital no solo ha transformado los lenguajes, ha facilitado la emancipación.

Un *flashmob*, traducido literalmente del inglés como "multitud instantánea", *flash*-destello, *mob*-multitud, consiste en una acción colectiva, convocada por un soporte digital como el móvil o Internet, que tiene lugar en un

¹³ Chauca, M. P. (2012). *El Flashmob: antecedentes y perspectivas como práctica escénica comprometida sociopolíticamente*. (Trabajo Fin de Master inédito, realizado bajo la dirección de la doctora Carmen González Román. Facultad de Filosofía y Letras, Departamento de Historia del Arte, Universidad de Málaga)

espacio público. En origen, su duración era corta y su naturaleza espontánea, sin embargo, el filón que algunas marcas le han visto los han convertido en acciones coreografiadas en manos de campañas publicitarias. Con todo, su intención sigue siendo la de realizar algo inusual que incomode o llame la atención del espectador.

El papel de Internet como vehículo de comunicación es lo que diferencia a este tipo de acciones del resto; con todo, para Isabel Marcillas “el *flashmob* no pretende tanto la integración tecnológica en el espectáculo como su uso en beneficio de la difusión de éste”¹⁴; el método que emplean para su poder de convocatoria y difusión es propio de su tiempo, su carácter participativo e improvisado lo acercan a las primeras “actividades participativas” del precursor del *Happening*, Allan Kaprow. También comparte semejanzas con el movimiento Fluxus por su noción renovada del arte, la falta de pretensiones o la incursión del arte en lo cotidiano o con la fusión de arte y vida del Situacionismo.

Como decíamos, sus antecedentes directos los encontramos a mediados de los 50 cuando el Expresionismo abstracto, la pintura *all over* y “de acción” invaden la escena contemporánea. Con la aparición del uso de materiales de desecho de los *action-collages* o sus hermanos, los *assemblage*, el foco de atención se traslada de la técnica al método. La reunión de elementos heterogéneos supone un factor revolucionario y liberador para el artista, que se desliga de la que tradicionalmente se concebía como composición armónica. Kaprow posibilita que el espectador “habite” la obra, influenciado por los trabajos de John Cage y Jackson Pollock, coloca la tela en el suelo y

¹⁴ Marcillas, I. (2013). *Flashmobs: la transformación de la dramaturgia a través de las redes sociales*. Madrid: Editorial Verbum, 7 en Romera, José (2013). *Teatro e Internet en la primera década del siglo XXI*. Madrid: Editorial Verbum, 235-249. Disponible en: http://www.academia.edu/7353190/Flashmobs_la_transformaci%C3%B3n_de_la_dramaturgia_a_trav%C3%A9s_de_las_redes_sociales [consultado el 25-5-2015]

comienza a pintar sobre ella traspasando la frontera entre espacio pictórico y espacio real. John Dewey le hace reflexionar sobre la experiencia, la ruptura de la idealización del arte y su exclusividad. La presentación en octubre de 1959 de *18 Happenings in Six Parts* es considerado como uno de los episodios más relevantes del arte contemporáneo, en él anima a participar al público con guión en mano. Los primeros *happenings* se caracterizaban por ser eventos sin estructura (principio, nudo y desenlace), lo que hacía desembocar en finales abiertos sujetos al factor azar, algo que corre el riesgo de desaparecer en su símil *Flashmob*. Se constituían de pocos integrantes, convertidos en participantes de la propia *performance*, y la mayoría de las veces tenían lugar en espacios cotidianos y anticonvencionales como apartamentos, almacenes, aparcamientos, desvanes o algunas galerías de arte; los *flashmobs* suceden en otros alternativos también al circuito artístico como son la calle o la ciudad, convertida en escenario, "espacios sociales que no estaban dispuestos a su recepción"¹⁵ en definitiva. Kaprow pensaba en el arte como experiencia y lo buscaba en la vida cotidiana, creía en el arte como medio de comunicación y en la provisionalidad de las formas; es precisamente el carácter efímero el que estimula este tipo de manifestaciones artísticas. Era un adelantado a su tiempo, un artista experimental que jugaba a imaginar algo que nunca se hubiera hecho antes por un método nunca antes utilizado. Algunos escritos como el de "La cola meneando al perro" sobre los diez supuestos que definían a la actividad participativa comparte paralelismos con las directrices que sigue un *flashmob*; el primero "no es presentacional", el segundo "no tiene público", el tercero "no se encuentra en un lugar determinado", el cuarto "no tiene comienzo ni final definitivos" y sobre todo el último supuesto "no será

¹⁵ José Antonio Sánchez enumeraba las estrategias llevadas a cabo a lo largo del siglo XX para transgredir las normas del teatro, en la puesta al descubierto de los mecanismos empleados, la incorporación física del espectador, la renuncia del virtuosismo y el traslado de la representación teatral a este tipo de espacios. Sánchez, J. A. (2008). *El teatro en el campo expandido*. Barcelona: MACBA, 9 Disponible en: http://www.macba.cat/uploads/20081110/QP_16_Sanchez.pdf [consultado el 1-6-2015]

reconocida como un género artístico respetable” son algunos de ellos. Su imprevisibilidad formal, espacial y de tiempo, sumado al nuevo tratamiento que se le concede al público lo aleja del teatro convencional y lo acerca a prácticas artísticas actuales como el *Flashmob*, demostrando el uso contemporáneo que se hace del trabajo de Allan Kaprow; en palabras de la comisaria de la exposición “Allan Kaprow. Otras maneras”, Soledad Gutiérrez, celebrada en Barcelona en 2014, existe “plena vigencia en el momento actual de Allan Kaprow, quien ya para su primer *happening*, en 1959, apelaba a la financiación de los ciudadanos, como hoy se hace con el micromecenazgo (...)”¹⁶.

Tenemos constancia del primero en 2003 en la ciudad de Barcelona, al tiempo que comenzaron a producirse en su lugar de origen, EEUU. Sin embargo, dada su poca repercusión e importancia, podemos considerar que en España comenzaron a gestarse en 2009 con motivo de la cumbre del G-20 en Londres. Desde entonces la cantidad de *flashmobs* que se reproducen a diario es sorprendente y la reiteración una constante; si Kaprow ha sido el más versionado de la historia, a los *flashmobs* les sucede algo parecido, acciones como la “guerra de almohadas”, los “desfiles de zombies” o los bailes multitudinarios se han repetido frecuentemente a nivel internacional. Se han hecho eco del fenómeno desde organismos institucionales a importantes marcas publicitarias o particulares. Por lo tanto, el abanico es completamente variopinto, *flashmobs* de índole social que responden a campañas de concienciación serias y comprometidas conviven en el espacio urbano con otros de los más superfluos, disparatados y comerciales. La repercusión de estos últimos ha sido la encargada de abrir el debate respecto a la extinción del carácter social del fenómeno a manos de estrategias de marketing. Según Blanca Fernández Quesada “(...) el arte es concebido

¹⁶ Disponible en: <http://tuotrodiario.hola.com/noticia/2014031397897/la-vigencia-contemporanea-de-allan-kaprow-en-una-exposicion-en-barcelona/> [consultado el 5-6-2015]

como agente social, que responde a las necesidades concretas de aquellos que lo habitan.”¹⁷. Aunque no sepamos con exactitud cuales son sus perspectivas, es manifiesto que le han robado la componente romántica de la que toda reivindicación presume. Sin embargo, Sergio Colomo Ruiz apuesta porque “Las manifestaciones artísticas que vinculan a los ciudadanos en la interacción gracias a las herramientas digitales en la construcción del paisaje urbano, debe ir más allá de una convocatoria política o publicitaria; la apuesta debe ser por la acción desinteresada, la búsqueda de respuestas sinceras, reales, con la intención de excitar el espacio (...)”¹⁸. Pero si en algo coincidimos es en las afirmaciones que hace Cristóbal Cobo Romaní sobre las expectativas que ofrece, en este sentido dice “Es de esperar, que la combinación: tecnología, sociedad civil y conocimiento global en red, ofrezca nuevas perspectivas al modelo de sociedad que hoy se está diseñando”¹⁹.

Con todo, la utilización del espacio público como soporte creativo no es una novedad, las intervenciones urbanas son un ejemplo de juegos escénicos que dialogan con el espacio, creando conflictos y provocando reacciones entre los transeúntes. Las gigantescas piezas escultóricas del reconocido escultor norteamericano Richard Serra, premio Príncipe de Asturias 2010, por las que el espectador puede transitar; las serie que viene desarrollando Braco Dimitrijevic desde los años 70 de transeúntes anónimos o sus espacios sobredimensionados; o el caso más cercano de Joan Brossa, adelantado a su tiempo no sólo por sus poemas visuales urbanos sino por sus acciones

¹⁷ Fernández, B. (2003). *Nuevos lugares de intención: Intervenciones artísticas en el espacio urbano como una de las salidas a los circuitos convencionales. Estados Unidos 1965-1995*. Universidad Complutense de Madrid, 13 (Tesis doctoral) Disponible en: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/H/1/H1016501.pdf> [consultado el 20-6-2015]

¹⁸ Colomo, S. (2012). La acción ciudadana y las herramientas digitales en el proceso de percepción y transformación del paisaje urbano. *Revista de Investigación Arte y Sociedad*. Disponible en: <http://asri.eumed.net/8/herramientas.html> [consultado el 15-6-2015]

¹⁹ Cobo, C. (2006). Las multitudes inteligentes de la era digital. *Revista digital universitaria*, 7, 6, 13-17. Disponible en: http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art48/jun_art48.pdf [consultado el 20-6-2015]

espectáculo, denominadas ahora píldoras teatrales, son algunos ejemplos representativos. Las acciones convocadas por fotógrafos que reúnen multitudinarias concentraciones de gente también pueden considerarse intervenciones culturales. Los guiños de humor igualmente están presentes, las intervenciones de figuras de cerámica en miniatura de la *Art For Thought's*²⁰ o el caso local de Málaga, donde de la noche al día fue apareciendo mobiliario urbano pintado en dorado, rozando en este caso el vandalismo²¹, son un ejemplo.

El *Flashmob* y otras manifestaciones artísticas anteriores se caracterizan por actuar en una escena subterránea fuera del circuito, algo que obliga a su autogestión. Son instrumentos alternativos a la institución artística convencional. En este sentido, refiriéndose a EEUU, Blanca Fernández Quesada afirma que “Desde los años sesenta, la producción artística en el espacio urbano, fuera de galerías o museos, recoge la idea de que el arte existe más allá de los circuitos artísticos tradicionales, del mercado y de las instituciones culturales; y de que este arte ha de ser diferente del arte moderno que ha dominado las décadas anteriores donde la ciudad es otro espacio de exposición para el arte.”²². Más aún, “la ciudad es la herramienta de trabajo”²³. Este tipo de cuestiones nos hace plantearnos hasta qué punto el museo puede o debe recoger manifestaciones artísticas de este tipo, si los entendemos como agentes de cambio social y desarrollo. ¿Qué sucede con propuestas como las del *graffiti*? Su componente vandálico y grotesco recuerda a la acción tribal que caracteriza el *Flashmob*. ¿Dónde tienen cabida? La *performance* ya tiene cabida en el museo y con éxito. En junio

²⁰ Disponible en: <http://www.arteycallejero.com/2013/04/arte-callejero-con-figuras-de-ceramica-ironia-en-miniatura-para-el-viandante-atento/> [consultado el 20-6-2015]

²¹ Disponible en: <http://www.diariosur.es/malaga-capital/201503/28/misterio-papeleas-doradas-extiende-20150328103850.html> [consultado el 15-6-2015]

²² Fernández, *Nuevos lugares de intención: Intervenciones artísticas en el espacio urbano como una de las salidas a los circuitos convencionales. Estados Unidos 1965-1995*, 9.

²³ Ibid.

de este año podía asistir a una en el recién inaugurado CAC de Velez Málaga y la calidad y contribución a la exposición "Días para contar" fueron importantes. El Diario Sur de Málaga, por su parte adelantaba que la *performance* del artista Marc Montijano del día 27 de junio en las salas del Museo Pompidou fue un éxito de visitas²⁴. No sabemos si por la gratuidad del evento, la novedad o ambas cosas, pero el placer de la experiencia es indiscutible y la apuesta también, porque en palabras del director artístico del Museo Thyssen-Bornemisza, Guillermo Solana, "el gran público solo quiere ver lo que conoce y solo conoce cuatro cosas"²⁵. En la entrevista que concedía por haber cumplido una década a cargo del Museo, Solana reflexionaba así sobre la inesperada reacción del público. Otras opciones al museo son ya una realidad, como la del proyecto Calle²⁶ del ilustrador barcelonés Jorge Fernandez Cuadal en marzo de este año. Con las colecciones "Aristas geométricas" y "Barcelona prohibitiva", el artista llevaba a cabo una campaña reivindicativa en su interés por recuperar el espacio público, convirtiendo una exposición permanente en una galería portátil a modo de manifestación; encomiable.

Pero el espacio desubicado y de tránsito que repasaba Marc Augé y que está presente en este tipo de acciones y obras efímeras como lo son las *performances*, los *flashmobs* o los *graffitis* no escapan de la especulación. El cotizado grafitero de seudónimo Banksy, reconocido por obras tan conocidas como "Niña con el globo", protagonizó en 2014 una de las polémicas más sonadas al respecto. Ocho de sus obras callejeras fueron extraídas de los muros de origen para exhibirse en Londres y subastarse a

²⁴ Disponible en: <http://www.diariosur.es/culturas/201506/27/pompidou-malaga-llena-desnudos-20150627213739.html> [consultado el 28-6-2015]

²⁵ Disponible en: http://cultura.elpais.com/cultura/2015/06/01/actualidad/1433183666_172483.html [consultado el 2-6-2015]

²⁶ Disponible en: <http://graffica.info/calle-el-diseno-como-un-medio-para-la-accion-y-protesta-reivindicativa/> [consultado el 11-5-2015]

unos precios desorbitados sin la autorización del autor. Lo que plantea varias incógnitas sobre los derechos de autor, autoría compartida, los marcos de la legalidad y su des-ubicación en el museo, centro o galería. Al respecto, la iniciativa del colectivo de artistas *CelloGraff*²⁷, soluciona una de las quejas que más despierta el *graffiti*, la de su signo permanente, sustituyendo la pared por grandes hojas de celofán, el recurso es efectivo.

Conclusiones

Quisiéramos destacar dos características importantes y sintomáticas del *Flashmob*. Una es la de la inmediatez, propia de nuestro tiempo y otra, la relación de ésta y otras manifestaciones artísticas con la vida cotidiana.

La instantaneidad está presente en nuestra vida diaria. Mecanismos de comunicación como el twitter, los mensajes de texto, desplazados ahora por el whatsapp, o el microteatro hasta la comida rápida o los acondicionadores de un minuto, señalan como el signo *express* ha reducido nuestra vida a una velocidad apabullante. Sin embargo, a pesar de suponer una contribución, el sabor que tiene lo efímero, en ocasiones también asusta.

Respecto al binomio vida cotidiana y arte, es interesante rescatar la visión que aportan Gilles Lipovetsky y Jean Serroy sobre lo que califican como “cultura-mundo”²⁸ y que guarda relación con el poder que lo efímero y lo inmediato ha adquirido hoy. Para estos pensadores franceses la desorientación cultural de la que adolece la humanidad ha hecho infiltrarla en todas las actividades de la vida cotidiana. Autores como Mario Vargas

²⁷ Disponible en: <http://www.arteycallejero.com/2013/06/graffiti-sin-muros-la-propuesta-del-colectivo-cellograff/> [consultado el 20-6-2015]

²⁸ Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2010). *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. España: Anagrama.

Llosa²⁹ han definido la metamorfosis experimentada por la cultura como el cambio hacia un agente banal, de entretenimiento. Se trata de una etapa compleja en la que la definición tradicional y coherente de cultura ya no existe.

Pero la investigación no estaría completa sino advirtiéramos de la necesidad que existe hacia un estudio y análisis sobre la tipología en EEUU, su lugar de origen, en Hispanoamérica por su compromiso social y reivindicativo y en España, como caso local. El objetivo del texto ha sido establecer un planteamiento respecto al fenómeno que suponga una toma de contacto con el mismo, su puesta en valor y en conocimiento, y fundamentalmente, comenzar el debate abriendo nuevas líneas de desarrollo. Sería significativo y, creemos, aún lejano, comenzar futuras investigaciones sin definiciones básicas de lo que es un *flashmob*, no obstante, el ciudadano común o desconoce por completo el fenómeno o no logra identificarlo.

²⁹ Vargas, M. (2012). *La civilización del espectáculo*. España: Alfaguara.

REFERENCIAS

Chauca, M. P. (2012). *El Flashmob: antecedentes y perspectivas como práctica escénica comprometida sociopolíticamente*. (Trabajo Fin de Master inédito, realizado bajo la dirección de la doctora Carmen González Román. Facultad de Filosofía y Letras, Departamento de Historia del Arte, Universidad de Málaga)

Chauca, M. P. (2012). El Flashmob: antecedentes y perspectivas como práctica escénica comprometida sociopolíticamente. *Revista de Investigación Arte y Sociedad*.

Cobo, C. (2006). Las multitudes inteligentes de la era digital. *Revista digital universitaria*.

Colomo, S. (2012). La acción ciudadana y las herramientas digitales en el proceso de percepción y transformación del paisaje urbano. *Revista de Investigación Arte y Sociedad*.

Fernández, B. (2003). *Nuevos lugares de intención: Intervenciones artísticas en el espacio urbano como una de las salidas a los circuitos convencionales. Estados Unidos 1965-1995*. Universidad Complutense de Madrid. (Tesis doctoral)

Freire, J. y Gutiérrez-Rubí, A. (2010). *2010-2020. 32 tendencias de cambio*. España: Laboratorio de tendencias.

García, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

Hessel, S. (2011). *¡Indignaos!* Barcelona: Destino.

Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de España.

Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2010). *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. España: Anagrama.

Marcillas, I. (2013). *Flashmobs: la transformación de la dramaturgia a través de las redes sociales*. Madrid: Editorial Verbum, 7 en Romera, José (2013). *Teatro e Internet en la primera década del siglo XXI*. Madrid: Editorial Verbum, 235-249.

Sánchez, J. A. (2008). *El teatro en el campo expandido*. Barcelona: MACBA

Vargas, M. (2012). *La civilización del espectáculo*. España: Alfaguara.