

VACUUM PACKED / ENVASADO AL VACIO

“Vivimos en un mundo en el que cada vez somos más conscientes de los productos materiales que consumimos, que llevan códigos de barras, fecha de caducidad y están perfectamente embalados, pero menos de la cantidad de cosas abstractas, inmateriales que consumimos diariamente y pasan a formar parte de nuestra realidad cotidiana.”

A partir de una iconografía claramente Pop y un lenguaje de mercado, la idea que defiende se sustenta en una re-contextualización de productos, iconos y paradigmas del mercado moderno y del mundo de las mass media, manipulando mensajes y significantes de ese universo impersonal, haciendo alusión a elementos intangibles de nuestra sociedad pero que forman parte ineludible de nuestra dinámica y estructura social. Así, hago referir, de manera subliminal, a aspectos inmateriales como aspiraciones, sueños, violencia, credos, sexo y otras formas de nuestra conciencia social que nos vende la sociedad y que de alguna manera rigen y signan la vida del individuo moderno.

A través de diferentes técnicas sobre lienzos de grandes formatos donde capto iconos y símbolos mediáticos de la sociedad, así como hombres y mujeres devenidos símbolos sexuales que personifican el espíritu de nuestra colectividad, moldeado por los intereses de una sociedad donde el bombardeo visual y sonoro se imponen. Son obras donde reflejo el sentido de una sociedad dominada por la imagen, la ilusión, la publicidad, el exceso de información visual y sonora, la necesidad vital de aceptación, de un like, los cuales recibimos en seductoras estéticas pero que subconscientemente son portadoras y conllevan sus potentes dosis de ideología.

De esta manera los retratos que propongo de la imaginería mediática urbana, son celebrities muchos de ellos, o simplemente personajes extraídos de la cultura publicitaria urbana y redes sociales, comparten la misma noción de belleza y banalidad, en una suerte de evocación moderna, que se apega a la exposición de

nuevos y modernos valores culturales, entregados al gusto por lo banal, la provocación, la manipulación, el deseo; subyacentes en el modo de ver la vida del individuo actual. Todas estas figuras, siempre en primer plano, transformadas por un mundo de sugerencias y pretensiones dictadas por la cultura popular urbana.

Los briks como apoyatura expresiva, los empleo como un símbolo por excelencia de la sociedad de consumo; son envases elaborados a partir de la idea de garantizar una eficiencia en cuanto a un mayor y mejor consumo a nivel mundial, se convirtió en un éxito de venta en todo el mundo debido a su eficaz uso del espacio, los materiales, poder de conservación y durabilidad del producto, así como el modo efectivo de su distribución y almacenamiento. Todos esos valores conceptuales redundaron en su selección como contenedor simbólico ideal para representar mi discurso pictórico.

También me asisto de algunos recursos técnicos como un cromatismo puro y contrastante, donde la mancha como el dibujo a gran escala, poseen el mismo protagonismo. Los retratos casi siempre los represento en primeros planos en actitudes, por lo general, sensuales, desafiantes, provocativas e insinuantes, lo cual concede a las piezas fuerte carga expresiva.

Es así que pretendo crear mi propio mundo de imágenes mediáticas, que al ser expuestas de esa manera, se convierten en productos, objetos, dispuestos a ser consumidos. Es una suerte de desacralización del arte, al convertirlo en aparente bien de consumo, disponible "a la venta" en las paredes (estanterías) de la galería (mercado).