

ARFB)

GRANDE SUPERFICIE

—

CICLO PRISMA

—

CURADURÍA: PAOLA PEÑA

—

SALA DE EXPOSICIONES

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ

SEDE CHAPINERO

—

21 DE JUNIO AL 3 DE AGOSTO

INAUGURACIÓN: 21 DE JUNIO DE 2018

NABISCO

AIR

DE LA APERTURA ECONÓMICA AL MERCADO DEL DESEO

Curaduría: Paola Peña¹

Lejos de circunscribirse a las relaciones interpersonales, la seducción se ha convertido en el proceso general que tiende a regular el consumo, las organizaciones, la información, la educación, las costumbres. La vida de las sociedades contemporáneas está dirigida desde ahora por una nueva estrategia que desbanca la primacía de las relaciones de producción en beneficio de una apoteosis de las relaciones de seducción.

La era del vacío, Lipovetsky, 2006

«Bienvenidos al futuro», la famosa frase del expresidente Cesar Gaviria, quedó para la historia como una especie de hito. «Bienvenidos al futuro» significaba dar un paso para integrarse a la nueva economía global, ese paso era la apertura económica. Gaviria quería decir que el futuro era neoliberal, pero el nuestro era un neoliberalismo tercermundista con todo lo que esto implicaba. Desde ese momento el discurso ya no sería antimperialista, sino antiglobalización. Por supuesto, el arte daría cuenta de esta coyuntura, algunas veces para señalar las consecuencias más negativas de las nuevas políticas

económicas materializadas en múltiples fenómenos sociales, otras veces para ironizar o evidenciar transformaciones en algunos fenómenos culturales.

La década de los noventa fue una década que tuvo hitos importantes para la sociedad colombiana, uno significativo y poco mencionado es la llegada del Internet. El acceso a información hizo más amplia la cultura visual de la época, la visualidad surgida de ese momento generó unos códigos que enriquecieron las formas de hacer arte. El contacto permanente con la televisión y la práctica del *zapping* eran solo el comienzo de lo que, posteriormente, los computadores e Internet afianzarían con la infinita cantidad de redes e información expresadas en el hipervínculo. Estos desarrollos tecnológicos, sumados al auge de la comunicación móvil, marcaron un cambio generacional que es visible en la gramática visual y también en la práctica misma del arte.

En este contexto de cambio donde los procesos de globalización permeaban múltiples espacios de la vida cotidiana, en el imaginario de muchos colombianos las marcas y ciertos estilos de vida asociados al «american life» eran la

¹ Docente, investigadora y curadora independiente.

aspiración. Los noventa profundizaron transformaciones sociales que favorecieron nuevas formas de consumo. Las generaciones de artistas que crecieron bajo la influencia de las pantallas, los nuevos ídolos, el marketing y la publicidad, utilizaron la apropiación, la estética del reciclaje, la hibridación como estrategias de renovación, tanto en las formas como en los medios, para señalar las transformaciones culturales que estaban experimentando por cuenta de la globalización.

De allí que sea la obra de Fernando Uhía la que nos permite articular la narrativa que propone la muestra. La obra de Uhía es un claro ejemplo de la generación que vivió la apertura económica, sus obras son el resultado de una nueva sensibilidad, justamente, refiriéndose a sus pinturas de *Readymade estilísticos* (1995), el artista afirma:

empecé a integrar en mis pinturas esas cosas que habían sido importantes para mí —como las marcas de ropa o comida—, a mezclarlas con imágenes de obras maestras y, al mismo tiempo, con frases de críticos de arte nacionales. Me acuerdo siempre que tenía en mente que esas pinturas debían parecerse a la pantalla de un computador cuando está abierto en una página de buscador de internet, metiendo en un solo plano diferentes ámbitos, lo que para mí era muy simbólico: todos juntos, viviendo una fantasía arribista. (Uhía 2011, 143)

Esa referencia a la superposición de imágenes e información es muy importante pues anunciaba uno de los rasgos que caracterizaría a la nueva sociedad pantallocrática, en la que «la vida entera, todas nuestras relaciones con el mundo y con los demás pasan de manera creciente por multitud de

interfaces por las que las pantallas convergen, se multiplican y se conectan entre sí» (Lipovetsky y Serroy 2007, 23). Desde este momento, ya no sería posible ignorar que vivimos en una sociedad global interconectada por el desarrollo acelerado de nuevas tecnologías. Los soportes tecnológicos configurarían nuevas formas de comprender el mundo e interactuar en él, generando, a su vez, nuevos procesos de significación. En esta nueva era de la información el ciberespacio aparece como campo expandido de la vida cotidiana, modificando la relación espacio-tiempo de manera irreversible.

Desde luego, hoy más que nunca seguimos participando de la economía global. Ciertamente, las aspiraciones y necesidades en la contemporaneidad han mutado hacia otras formas culturales que se traducen en sofisticadas formas de consumo de difícil evasión, que nos han obligado a transitar de un mercado de productos para instalarnos en un mercado del deseo. El deseo como motor del consumo, es lo que se ha descrito como una nueva fase en la historia del individualismo occidental, y se relaciona con la instauración de un *proceso de personalización* que legitima nuevos valores que privilegian la libertad personal, la complacencia del placer y el reconocimiento de lo singular. En definitiva, la consolidación de la realización personal y el disfrute máximo de la vida como aspiraciones sociales supremas, donde se instaura un respeto desmedido por la singularidad subjetiva. Esta reivindicación del individuo y el goce, no son negativas *per se*, sin embargo, no están exentas de nuevas formas de control y homogenización dado que la transformación de estilos

de vida está unida intrínsecamente a la revolución del consumo. Un tipo de consumo —de información, de tiempo, de ocio, de placer, de conciencia, etc.— que llega a la esfera privada de forma refinada, permeando todos los espacios de la vida cotidiana, convirtiéndose en uno de los rasgos característicos de las sociedades contemporáneas. Este proceso, de corte global, trae consigo una nueva manera de organizarse y orientarse, un nuevo modo de gestionar comportamientos, no ya a través de la coerción, sino de la seducción.

El consumo es más que simple acumulación o espectáculo², se identifica con la sobremultiplicación de elecciones que la globalización hace posible, no se trata solo de productos, también es un consumo de símbolos. Esto explica fenómenos que parecen no tener relación, pero que, analizados detenidamente, hacen parte de transformaciones que están vinculadas: desde la flexibilización laboral; el auge de las tecnologías de la información; la consolidación de plataformas como Netflix o redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter; hasta el auge de industrias como el porno o redes como Tinder; la masificación de la información y su rápida banalización. Desde el avivamiento de la reivindicación de lo local, lo regional, lo autóctono, la vuelta a la naturaleza, la revaloración de lo *vintage*; hasta la masificación de filosofías de autoayuda y pensamiento positivo, de prácticas como el yoga, la bioenergía, la meditación y todo tipo de actividades enfocadas a encontrar tu

propio yo, solo por mencionar algunos de los fenómenos visibles.

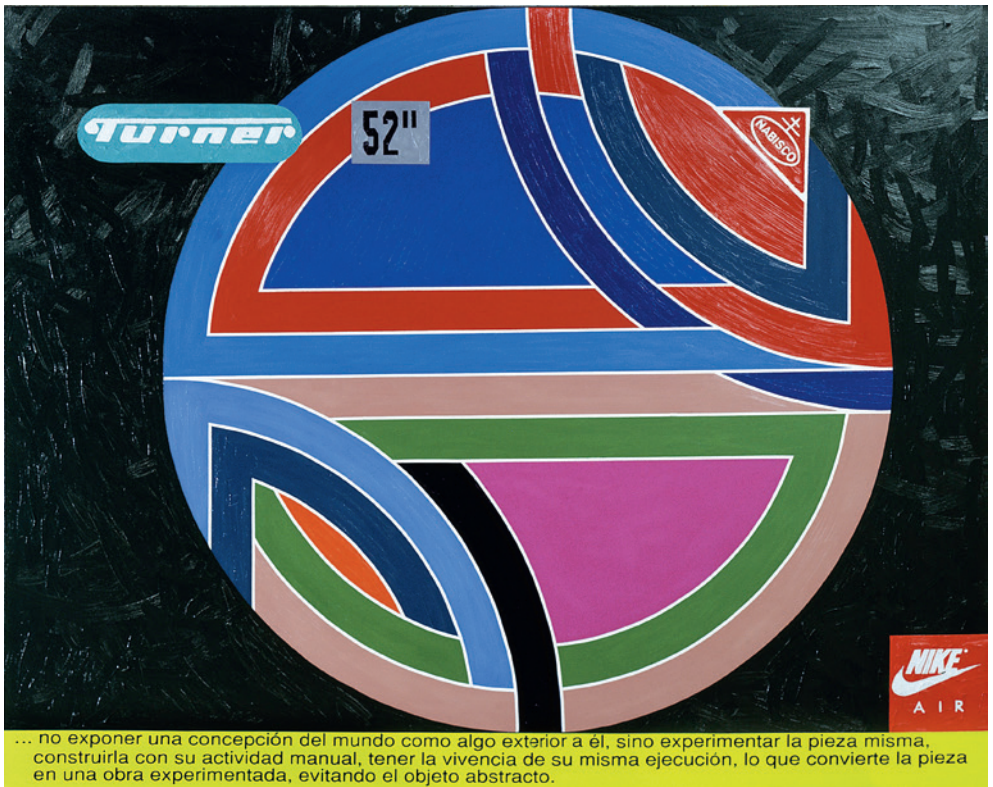
Frente a este contexto, el arte contemporáneo ha sido especialmente sensible respondiendo con obras que de forma incisiva dan cuenta de esta nueva situación. Algunas de las obras de artistas como Jaime Ávila, Miler Lagos, Juan Peláez, Gabriel Zea, Mariana Murcia, Lorena Espitia, Sebastián Carrasco, Don Nadie, Esteban Gutiérrez, Sofía Reyes, Milena Bonilla, Juan Obando, Alix Camacho y Daniel Salamanca nos permiten ver un cambio generacional donde aparecen otras preguntas, una visualidad renovada y una nueva estética. Esta exposición propone evidenciar cómo estos fenómenos, que empiezan con la apertura económica, han mutado de diferentes maneras, cada vez más sofisticadas, transformado la forma de relacionarnos y de consumir, pero también la forma de hacer y pensar el arte. La muestra hace énfasis en las consecuencias de la globalización en el plano de la cultura, entendiéndola como un ámbito cambiante, que abarca un conjunto de procesos sociales de producción, creación y consumo de la significación de la vida social, que están en permanente interacción y confrontación.

Referencias

Uhía, Fernando. 2011. «He intentado hacer una profesión de lo paradójico. Fernando Uhía conversa con Carmen María Jaramillo, Julián Serna y Gustavo Quintero», en: *Ready Zombie: Fernando Uhía y los 90*. Fernando Uhía (compilador). Bogotá: Ediciones Uniandes.

Lipovetsky, Gilles y Jean Serroy. 2007. *La pantalla global: Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.

2 En su clásico libro *la Sociedad del espectáculo*, Guy Debord ya anunciaba, de algún modo, la generalización de la seducción.



Fernando Uña, *Readymade estilístico #3* (Frank Stella con texto de Luis Fernando Valencia), 1995, óleo, vinilo luminiscente y letras autoadhesivas, 160 x 200 cm.



Mariana Murcia, *Guardar como*, 2017, iPhone 5S, carcazas, acrílico, vidrio, bronce, aluminio, mármol, piedra, granito, prensa de acero, 60 x 12 x 10 cm.



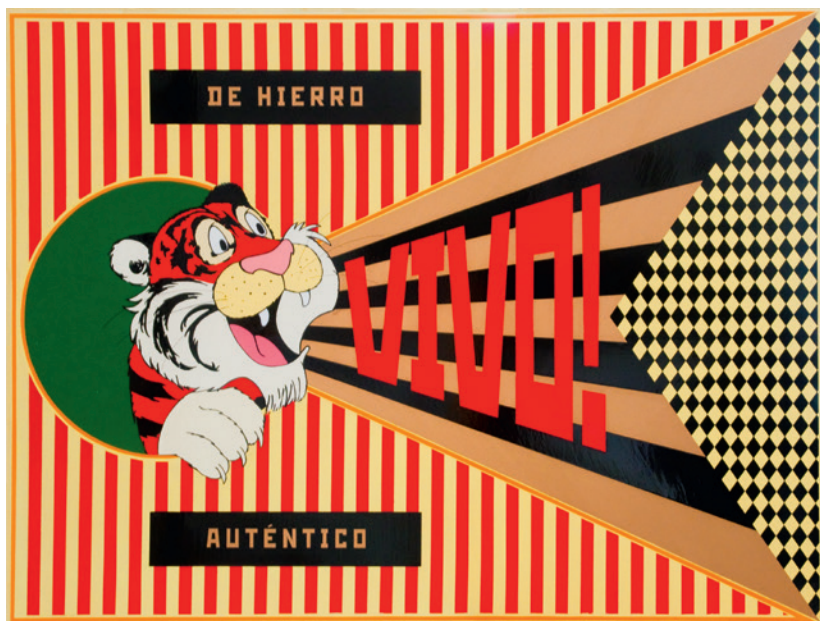
Gabriel Zea, *#igram #tbt*, 2018, grabado en mármol, 7 x 14 cm.



Miler Lagos, *Morita*, de la serie *Arqueologías del deseo*, 2012, fotografía digital, 55 x 67 cm.



Miler Lagos, *Gaicho Pink*, de la serie *Arqueologías del deseo*, 2012, fotografía digital, 88 x 110 cm.



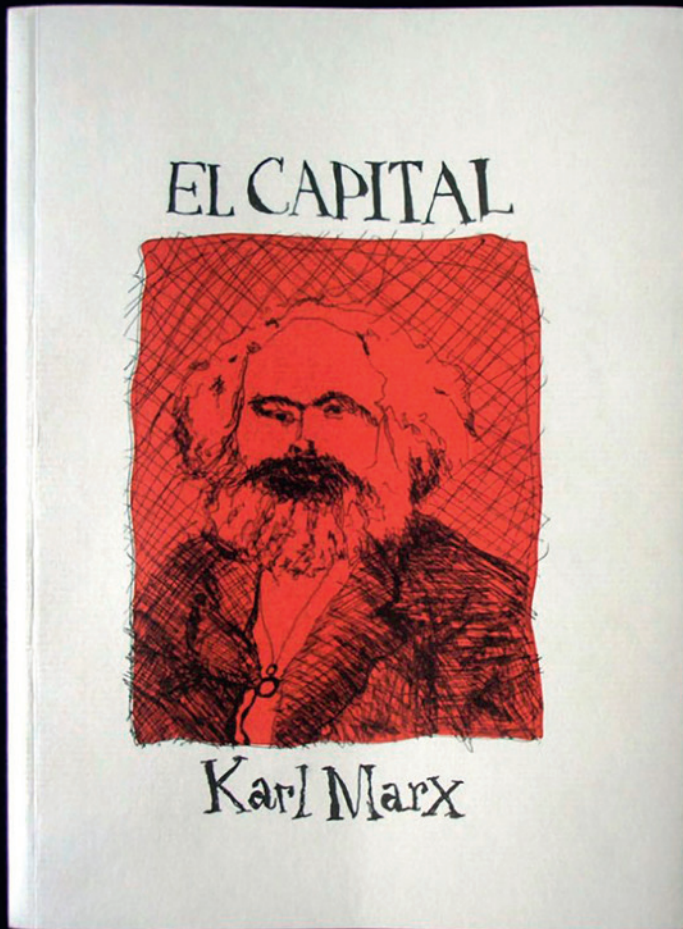
Jaime Ávila, BOGOTÁ. *Un metro cúbico*, del proyecto *Cuarto mundo: diez metros cúbicos*, 1999-2003, fotografía impresa, mil cubos de cartón de 10 x 10 x 10 cm c/u.



Lorena Espitia, *El imperialismo y todos los reaccionarios son tigres de papel* (díptico), 2010, esmalte de poliuretano y acrílico sobre madera, 90 x 120 x 10 cm.



Daniel Salamanca, *Citas, recuerdos y destinos*, 2009, acrílico sobre lienzo y maletín de viaje intervenido, 135 x 250 cm.



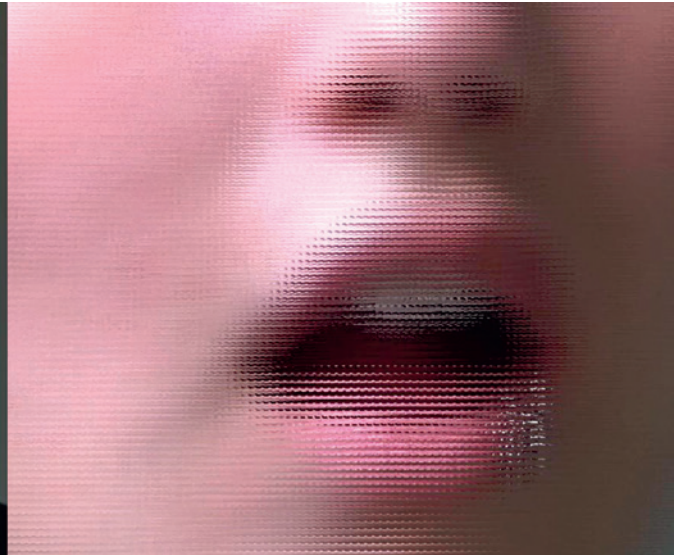
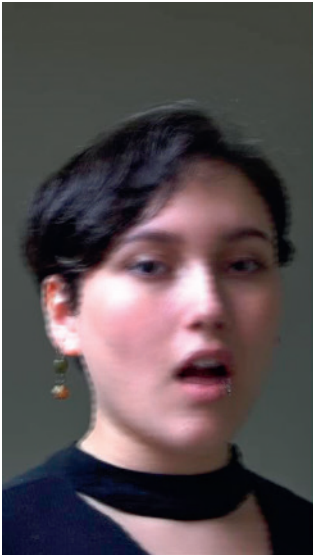
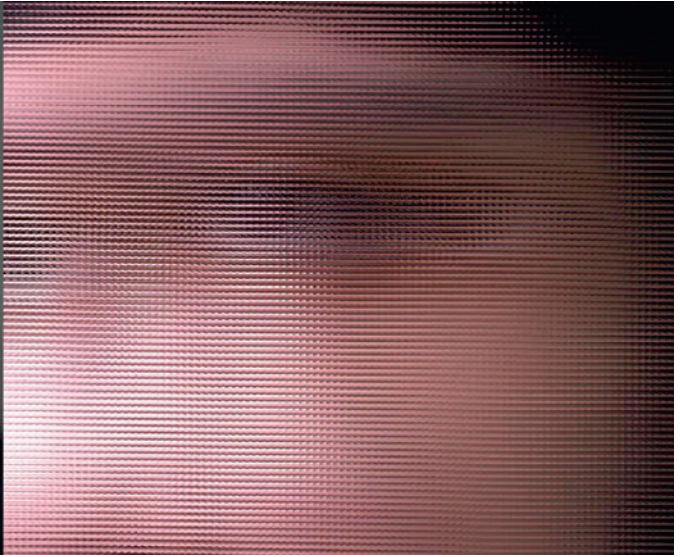
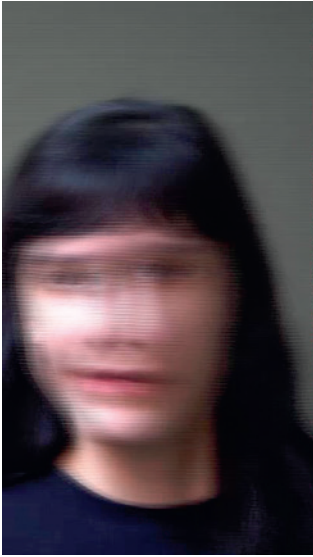
Milena Bonilla, *Capital / Piracy, El Capital/Manuscrito siniestro*, 2008 - 2014, versión de bolsillo (clase media), 16,3 x 22 x 2,5 cm.



Sofía Reyes, *Nuevas ansiedades*, 2017, escrita y editada por Sofía Reyes, música por James Hamond, 11:10 minutos, 4k.



Don Nadie, *EXISTO*, 2017, aviso, caja de luz, diámetro 90 cm.



Esteban Gutiérrez, *Distorsión (4 mujeres)*, 2018, video vertical HD y código informático, sonido estéreo, sonido: Gary Salomon, 30 minutos.



Juan Obando, *A Bird Without a Song*, 2016, video vertical HD, 4:54 minutos, pantalla LCD, MDF y plexiglass, 94,5 x 46,5 x 11,5 cm.



Juan Peláez, de la serie *Image Bank (Marx Kaliningrado)*, 2013, captura de pantalla de gettyimages.com, madera y vidrio, 190 x 260 cm.



Sebastián Carrasco, *FIXER* (parte del proyecto *I-Kreate*), 2018, video monocanal, 7 minutos.

Turner

52"