



Fotos: Edgar Hernández

Staphylococcus 2004, de YOSHUA OKON

Una mirada a la sociedad de consumo

La ironía, el humor negro y la crítica se mezclan en esta muestra de 22 artistas plásticos, en el Museo Carrillo Gil

ÉDGAR ALEJANDRO HERNÁNDEZ
comunidad@nuevoexcelsior.com.mx

¿Qué ocurre cuando la publicidad y el arte se encuentran?

Asi como la publicidad busca posicionar en la mente del consumidor un producto, el arte contemporáneo intenta que el espectador se lleve consigo una idea. De esta premisa nace *Próximamente...*; una exposición en la cual 22 artistas roban, plagian y manipulan el discurso publicitario, mercadológico y propagandístico para dar su punto de vista.

La lista de creadores, que se presentan a partir de la próxima semana en el Museo de Arte Carrillo Gil, está integrada por artistas jóvenes y consagrados como Fiona Banner, Ximena Cuevas, Alex Dorfsman, Daniela Edburg, Miki Guadamur, Rubén Méndez, Fernando Montiel, Txema Novelo, Jorge Ortega, Yoshua Okón, Adrián Procel, Iván Puig y Joaquín Segura, entre otros.

En la exposición, el espectador se encuentra con rótulos, fotografías, videos, tarjetas de presentación, playeras y carteles que se mimetizan con el discurso publicitario.

“Lo que une a la publicidad con el arte está justamente en el lenguaje. El uso de *slogans*, de la síntesis de ideas y de toda esa estética de los rótulos y de la televisión que conocemos bien, pero que se maneja con un sentido no de vender sino de dar a conocer una idea”, explica Ramírez.

Pero más allá del uso de los mis-



Muerte por Tupper Ware, de Daniela Edburg.

mos lenguajes, lo que busca este tipo de obras es dar un mensaje más irónico con una fuerte carga de humor que redimensione el discurso publicitario.

Un claro ejemplo es la pieza de

Jorge Ortega, en el cual rotula la frase “Lolita. La niña que todos quieren” con una tipografía similar a la que utiliza la cerveza Sol en su publicidad.

Daniela Edburg hace monta-

“Lo que une a la publicidad con el arte está justamente en el lenguaje. El uso de *slogans*, de la síntesis de ideas y de toda esa estética de los rótulos y de la televisión que conocemos bien”

LEONARDO RAMÍREZ
CURADOR

jes fotográficos que recrean escenarios que podrían anunciar productos de uso doméstico, pero la escenificación de sus personajes son en realidad sombríos y aluden a la muerte.

Con *Staphylococcus 2004*, Yoshua Okon recupera los rostros de todos los candidatos que en 2004 se promovían para obtener un puesto de elección popular y los une para crear una bacteria. Esta obra hace un comentario sobre el profundo estado de descomposición del sistema político.

A manera de descubrimiento, Alex Dorfsman presenta fotografías en las que la presencia en primer plano de anuncios publicitarios provoca cierta sensación de escenarios ficticios, a pesar de que las imágenes no son alteradas digitalmente.

Ramírez explica que incluso el título de la muestra, *Próximamente...*, hace alusión a la primera fase de las campañas publicitarias, cuando dan a conocer un artículo que todavía no se encuentra a la venta.

Próximamente... se inaugura el jueves 30 de marzo, a las 20 horas, en el Museo de Arte Carrillo Gil, ubicado en avenida revolución 1608, colonia San Ángel.