“Fantasía. De lo espiritual a lo genital”

Daniel Enrique Nuñez Riaño

20151016031

Facultad de Artes-ASAB

Universidad Distrital Francisco José de Caldas

Facultad de Artes ASAB

Proyecto curricular de Artes Plásticas y Visuales

“Fantasía. De lo espiritual a lo genital”

Modalidad: Creación-Interpretación.

Trabajo de grado para optar por el título de

Maestro en Artes Plásticas y Visuales

Daniel Enrique Nuñez Riaño

20151016031

Director

Humberto Rojas Casas

Bogotá D.C

2022

AGRADECIMIENTOS

A el universo por irradiar sus buenas energías.

A mi madre porque por medio de sus enseñanzas, me mostró las bondades de la espiritualidad. A mi padre que con su ejemplo y trabajo me despertó del letargo de la desesperanza. A mis hermanos bondadosos, batalladores y creyentes de los buenos hábitos del conocimiento. A mis hijos. Gracias a ellos entiendo el mundo desde su generación. A mi familia materna y paterna por su cariño y sacar de mí una sonrisa. A mi pareja Yulieth, que me permitió entender que el mundo no gira a mi alrededor. A mi amigo de infancia, Pedro Pablo, que en cada conversación me explota el cerebro. Al maestro Valbuena, por su guía en el camino del arte y su amistad. A los lugares en donde algún día estuve, porque están chuleados como sueños realizados. A las personas con las que me he tomado unas cervezas, porque me abrieron el espacio para conocer un poco más a la humanidad.

Índice

AGRADECIMIENTOS 3
INTRODUCCIÓN 5
FANTASÍA, DE LO ESPIRITUAL A LO GENITAL 5
CAPÍTULO I 6
SIN SALIR DE CASA 6
CAPÍTULO II 10
TODOS LOS INDIVIDUOS SON IGUALES EN SU INDIVIDUALIDAD 10
CAPÍTULO III 14
TODO ESTÁ CONSUMIDO 14
CAPÍTULO IV 17
TODO CAMBIA, NADIE CAMBIA 17
CAPÍTULO V 21
DIME QUIÉN ERES Y TE DIRÉ CON QUIÉN ANDAR 21
CAPÍTULO VI 24
CORONA DE ORO – CORONA DE ESPINAS 24
BIBLIOGRAFÍA 27
ANEXO 1……28
ANEXO 2……31

INTRODUCCIÓN

FANTASÍA, DE LO ESPIRITUAL A LO GENITAL

En el año 321, el emperador romano Constantino I decretó que el domingo era el día de descanso. Todo tenía sentido: dedicar este día al culto religioso, el día de la adoración. Constantino, antes de la batalla del puente Milvio, había experimentado una epifanía donde observaba de cerca al sol y una cruz con un escrito que decía: *In hoc signo vinces* ("Con este signo vencerás"). (para el pueblo romano de ese entonces el *Sol Invictus* era considerado su dios)

Constantino I, además de dedicar este día al culto del dios de los cristianos, pensaba también en la economía del imperio, ya que el domingo era el día de pago para muchos de los trabajadores romanos, además era el día de mercado.

También para los judíos, cientos de años antes del imperio romano, un día de la semana tenía esta misma relevancia y fue fundamental en su desarrollo, tanto espiritual como económico. En contraste con los romanos, ese día era el sábado, (Sabbat) momento de descanso y adoración al Señor. A la fecha esto se mantiene dentro de los ritos religiosos judíos y cristianos, ya que, en la historia bíblica, en la creación del universo en el séptimo día Dios descansó. En la actualidad, en la mayoría de los países del mundo, el domingo es un día feriado y por ende, momento de descanso.

CAPÍTULO I

SIN SALIR DE CASA

Una persona en edad productiva, (finales de la generación X[1] e inicio de la generación de los Millennials) después de una semana de plena actividad y producción, espera con ansiedad que llegue el fin de semana. Con el fruto de su trabajo puede disfrutar de las maravillas propuestas por la publicidad, la cual ofrece esparcimiento, recreación y ocio como merecimiento a su esfuerzo; e individualidad como recompensa a su alto desempeño, representado en mayores ingresos, con los cuales puede disfrutar de interminables recorridos por las decenas de centros comerciales que tiene la ciudad, lugares atiborrados de seres en busca del local comercial más llamativo donde dejar su dinero.

Dinero que compró su tiempo y el cual ahora intercambia por productos. La otra opción es quedarse en casa y tener un maravilloso día de "no hacer nada". Encender el televisor para ver la extraordinaria programación de alguna de las cadenas nacionales, donde el gancho puede ser un gran partido de fútbol, seguido por un clásico de comedia de los noventas como *Tontos y más tontos*.

La primera tanda de comerciales dispara al inconsciente como punzada, en lo más profundo de la mente: la más incisiva de ellas, "Coca-Cola la mejor compañía para tus comidas". Inmediatamente, el potencial consumidor se imagina cuál sería el mejor acompañamiento para la bebida. En ese momento el sujeto se siente como atraído por un imán y, sabiendo que los anuncios publicitarios de los fines de semana durarán no menos de veinte minutos, decide ir a comprar una hamburguesa, por supuesto acompañada de la provocadora bebida. Se sienta al borde de la cama y mientras se coloca los tenis escucha en su interior una voz que le pregunta:

[1] De acuerdo con Vilanova y Ortega (2017) La generación X está formada por todas las personas nacidas entre los años 1965 y 1980, aproximadamente. Es considerada como una generación de transición, puesto que han vivido el surgimiento del Internet. Por su parte, los 'Millennials' son personas que nacieron entre los años 1985 y los 2000. Es la generación con la mejor educación y el primer acontecimiento global de la historia, cuyo día a día está marcado por las nuevas tecnologías.

— ¿Para dónde vas?

A lo cual inmediatamente se responde:

— A traer una Coca-Cola y una hamburguesa.

Entonces la voz le susurra:

Por medio de una aplicación en tu teléfono móvil la puedes pedir a domicilio.

Entonces el sujeto actúa, y lo hace.

En el tiempo prometido por la plataforma, el pedido llega. Minutos después, luego de un par de mordiscos y unos cuantos sorbos a la bebida negra, el sujeto es consciente de que no debió haber tomado Coca-Cola, que hubiera preferido un jugo natural, incluso agua, además, a él nunca le había terminado de gustar la Coca-Cola.

Ahora se siente como los protagonistas de la película que ve.

Nada es gratis. Ver una película completa en un canal de televisión abierta (en Colombia RCN o CARACOL), se paga con tiempo. En promedio tiene una duración de hora y cincuenta minutos, pero toma de su tiempo cuatro horas adicionales, tiempo distribuido entre el noticiero, los comerciales del noticiero y los de la película, ya que por lo general la primera parte del film se transmite antes del noticiero y la segunda parte después de este.

Por otro lado, es una falacia que un sujeto sea consciente de la manera en que en treinta segundos un anuncio publicitario puede convertirlo en un zombi del consumismo. Ya que antes de que este allá tomado la decisión de comprar, el mercado de consumo ha estudiado profundamente sus debilidades y por ende se le ataca por el lado más vulnerable.

Grandes empresas productoras de toda clase de elementos y servicios, trabajan incansablemente de la mano de los gurús en estudios de mercados, enfocando su voracidad en comprender el comportamiento del consumidor y en diseñar estrategias especializadas de acuerdo con sus preferencias personales.

Hace unos años podíamos asegurar que un psicólogo era un profesional con estudios sobre el comportamiento humano, que se especializaba en la salud mental en distintos campos, como el aprendizaje, las emociones y la conducta humana, además de la parte cognitiva y los trastornos. Se pensaba que, como fin, la psicología debía hacer sentir al sujeto tratado como una persona capaz de superar retos y conductas que lo hicieran un ser más llevadero para sí mismo y para la sociedad. Pero el gran poder que tiene el consumismo irracional ha hecho volcar a esta ciencia especializada en la salud mental a un enfoque traidor hacia sus propios principios y se ha valido de la vulnerabilidad del ser humano para trabajar al servicio de quien terminará por destruir la poca voluntad que nos queda.

Esta profesión ha encontrado un nuevo enfoque que, mancomunadamente con la tecnología, crea procesos de persuasión para los individuos, haciendo que estos piensen que su emancipación y, sobre todo, su individualidad está sujetas al consumismo desbordado.

La tarea no ha sido fácil. Miles de millones de dólares y las mejores mentes han creado estrategias para que el individuo sienta que es insuperable, pues tiene la posibilidad de consumir productos y servicios que para la mayoría de personas con aspiraciones semejantes, serían difíciles de obtener. También se especializan en establecer un falso sentimiento de pertenencia, cuando el sujeto imagina que al contar con los mismos elementos como, por ejemplo, equipos celulares o, en el caso de los colombianos, una moto, una marca de tenis y hasta una cuenta en una plataforma como Netflix, conseguirá una mayor aceptación entre sus conocidos.

En EE. UU. la encuestadora Piper Sandler (2022) reveló que para el primer semestre del 2021 el 87% de los jóvenes contaba con un celular IPhone. Cuando leí dicho informe pude deducir que este estudio seguramente había sido realizado en alianza con la compañía Apple, ya que hablaba de la calidad y exclusividad de estos teléfonos móviles, además de hacer referencia a otros de sus productos que pueden encontrarse hoy en día en el mercado. Pero, realmente, el trasfondo del gran aumento en sus ventas no se debe a la maravillosa tecnología con que cuentan o a la innovación de sus productos ya que al compararlos con los de la competencia, estos últimos prestan relativamente mejores servicios, incluso diseños más futuristas.

En realidad, todo va más allá y como lo mencioné anteriormente se debe al deseo del individuo por destacar, por figurar y de esta manera no sentirse solo ante la inclemencia de otros que lo juzgan o aceptan de acuerdo a sus posesiones.

CAPÍTULO II

TODOS LOS INDIVIDUOS SON IGUALES EN SU INDIVIDUALIDAD

Hablar de *individualidad* es como caminar sobre una delgada cuerda floja mientras es zarandeada en los extremos por los espectadores, esperando morbosamente que el funámbulo pierda el equilibrio y caiga estrepitosamente en las fauces de sus propias interpretaciones, vivencias y anhelos.

Para un colombiano es innegable que en las últimas décadas tres temas controversiales han generado polémica en cualquier encuentro fortuito, ya sea entre amigos, familiares o colegas, y no son recomendables en una conversación con desconocidos. Estos son: la religión, la política y el fútbol. Seguramente la *individualidad* sería el término que, en lo que llevamos del siglo XXI, causaría las mismas polémicas y las tediosas, pero interesantes, discrepancias que los anteriores temas generan.

Este incomodo término, al cual se le dedican cientos de conferencias y miles de páginas en las cuales se relata el resurgir del ser del individuo del siglo XXI, deja un vacío al tratar de establecer, casi por imposición, que el beneficio que nos permite una sociedad de consumo es el de otorgarnos plena libertad para adquirir cientos de productos y experiencias tales como viajes, formación educativa, relaciones, música y cuidados médicos que nos facilitarán la vida.

También, y por regla, estos bienes adquiridos nos darán más tiempo para trabajar por mayores ingresos, los cuales nos permitirán los medios para comprar mejores productos, con mayor tecnología, y así podremos acceder a una mejor calidad de vida. Esto, sin percatarnos de las consecuencias que genera en el individuo este afán por diferenciarse de otros seres que, al igual que él, pretenden que lo que ven y escuchan en las redes sociales y la publicidad sea completamente cierto. Todo esto no es más que una estrategia para enaltecer el ego y así conquistar a un nuevo consumidor que, falto de control y determinación, se entrega a perpetuidad en obediencia al servicio de los intereses del establecimiento.

Para el comercio del siglo XXI la *individualidad* es sólo un término del cual se ha apropiado la publicidad y el mercadeo, haciéndolo pasar por el concepto imperativo, basado en los deseos progresistas para el desarrollo social y personal de las metrópolis occidentales y occidentalizadas. Esta clase de individualidad va de la mano con el *consumismo*, el cual cuenta con su propio lenguaje.

La globalización y el acceso libre a internet nos han hecho creer que estamos capacitados para tomar decisiones conscientes respecto al aprovechamiento de este lenguaje a nuestro favor y, por ende, a usarlo como el medio más eficaz en beneficio de nuestra propia felicidad. Obviamos que la individualidad es propuesta por entes sin rostro, y que esta es la manera más generalizada de crear consumismo.

Aunque ellos nos permiten acercarnos a la punta del iceberg, la cual es conocida con términos como *mass media* y *social media*[2], saben muy bien que es muy poco probable que el consumidor habitual desee investigar qué hay bajo el vasto entramado con el cual han hecho sentir al individuo dueño de su libertad.

Hemos sido llevados sin notarlo por caminos inciertos y esto ya se veía desde hace algunas décadas. En el Boom de la metafísica y el positivismo, donde hacían creer al sujeto que no tenía limitaciones, y que, si otros con menos capacidades lo podían lograr porque nosotros no. El primer paso: El optimismo.

Los *mass media*, o medios de comunicación de masas, suelen definirse como canales no personales de difusión de mensajes al público general. Son principalmente la prensa escrita y digital, la radio y la televisión. Utilizan herramientas para almacenar y entregar información o datos a un público objetivo amplio mediante la publicidad, medios digitales, medios electrónicos, hipermedia y medios de comunicación de masas, entre muchos otros. Los *social media*, o redes sociales, son canales de difusión de mensajes que permiten una interacción entre el medio y el usuario, lo que ha hecho que se extienda lo que se conoce como narrativa transmedia. Este es un tipo de relato que se desarrolla mediante diversos medios y plataformas de comunicación en el que el usuario cumple un rol activo. Internet ha sido determinante en la evolución de la publicidad de los medios masivos ya que permite, a través de disciplinas como la analítica web, conocer los intereses de los usuarios y sus hábitos y generar segmentos de manera muy precisa para ofrecer anuncios personalizados (Aritmetics, s.f.).

2

ACTITUD POSITIVA EN VIVO.

No olvidó su nombre completo: Jorge Enrique Duque Linares. Cada jueves, sobre las 10:00 p. m. presentaba su monólogo lleno de consejos e historias de autosuperación inverosímiles. Viene a mi cabeza una en particular, la del origen de la palabra "sincero". Contaba este hombre que durante el periodo del Renacimiento se cometían fraudes cuando a las personas que deseaban encargar un busto o una estatua, en lugar de recibir una pieza en bronce, se les entregaba una escultura en cera la cual en su superficie tenía una pátina que la hacía pasar por metal. Por esta razón el comprador advertía al escultor diciéndole: "sin cera". De allí, que a una persona formada en valores se le considere una persona "sincera".

Durante toda la transmisión, Jorge Enrique promociona sus libros y conferencias para grupos empresariales. Fuera de esto, el programa era entretenido y divertido. Además, dejaba la espinita del empoderamiento de nuestras vidas, que no duraba mucho porque al siguiente día la vida se hacía real. Duque Linares bien puede ser el ejemplo a pequeña escala del método con el cual el comercio mundial nos eleva para luego dejarnos caer. De algo tenía que vivir el psicólogo del positivismo y de algo viven los millonarios del mundo: de nuestro miedo a la muerte. Adquirimos cosas que no necesitamos porque creemos inconscientemente que al tenerlas nuestra vida no terminará hasta que las consumamos, y día a día se repite el proceso. Al igual que experimentamos a diario el pánico al fracaso haciéndonos dependientes de cualquier alternativa que resalte nuestro ego ante la sociedad, como cuando en casa nos celebraban aprender una nueva palabra o dar los primeros pasos.

Erich Fromm escribe sobre cómo desde la cuna creamos dependencias y difícilmente podemos vivir sin ellas. Por lo cual, luego del hogar de infancia, buscamos espacios donde seamos acogidos. Entonces, tenemos la esperanza de que el mundo nos reciba con los brazos abiertos y nos dé su protección. Sin embargo, con el paso del tiempo experimentamos una autoestima decadente, al vernos imposibilitados de alcanzar la felicidad plena.

Por otra parte, si las condiciones económicas, sociales y políticas, de las que depende todo el proceso de individuación humana, no ofrecen una base para la realización de la individualidad en el sentido de que se acaba de señalar, en tanto que, al propio tiempo, se priva a los individuos de aquellos vínculos que les otorgaban seguridad, la falta de

sincronización que de ello resulta transforma la libertad en una carga insoportable. Se identifica entonces con la duda y con un tipo de vida que carece de significado y dirección. Surgen así poderosas tendencias que llevan hacia el abandono de este género de libertad para buscar refugio en la sumisión o en alguna especie de relación con el hombre y el mundo que promete aliviar la incertidumbre, aun cuando privan al individuo de su libertad (Fromm, 1977, p. 58).

En el momento en que el individuo se detiene para determinar qué camino tomará para el resto de su vida, ve frente ante sus ojos dos alternativas. Finalmente se decide por el camino más iluminado, el de las luces, el de los colores, el de los destellos y reflectores. El camino de al lado, por el que pocas personas deciden transitar, es incierto. Por eso, el ser humano resuelve encaminarse por el sendero conocido, el del consumismo. Si todo el mundo lo está transitando, tal vez sea el ideal.

CAPÍTULO III

TODO ESTÁ CONSUMIDO

Es inimaginable pensar en la historia de la humanidad sin dioses. Desde sus orígenes el hombre estableció un vínculo con seres superiores, omnipotentes y omnipresentes. Encontraron en ellos la ayuda para su supervivencia, además de atribuirles la explicación de todo suceso incomprensible que pudiera alterar su seguridad y, por ende, su existencia.

En Mesopotamia, en agradecimiento a estas deidades protectoras, les eran ofrendadas lo mejor de las cosechas y de sus animales. Jamás se pensaría como tributo brindar maleza o animales enfermos a quienes eran tan bondadosos, protectores de la muerte y guías de sus destinos. Con el pasar de los siglos, los emperadores romanos, con el poder absoluto sobre sus súbditos, se declararon seres ungidos por los dioses, ellos en sí eran deidades en la tierra y exigían a sus pueblos ser tratados como tal.

En el siglo XXI este suceso continuó. En Corea del Norte, Kim Jong-un fue nombrado heredero de los poderes políticos de su padre en 2010, a los 27 años de edad. Actualmente se proclama como un dios al mejor estilo de los emperadores romanos, dejando al pueblo norcoreano sin posibilidades de elección, debido al fuerte régimen de censura. Además, Corea del Norte es un país de puertas cerradas hacia el resto del mundo, y aunque el Estado considera a su nación de convicciones ateas, su líder goza de los privilegios de ser él la misma religión.

En pleno siglo XXI parecería inverosímil encontrar un país que continúe bajo la doctrina del endiosamiento a un mandatario. Nos hartamos de considerar que somos seres libres. Hoy más que nunca el planeta se ha globalizado; vivimos una nueva era, con nuevas necesidades. La era del Dios que durante 2000 años dominó las principales religiones ha terminado y el internet llegó para tomar su lugar, para ser el nuevo *Dios*.

Gracias a internet el acceso al conocimiento es infinito. Cualquier respuesta o verificación, cualquier duda o recomendación, cualquier síntoma o pronóstico y cualquier motivación o

desengaño es válido: "¿en realidad existió Jesús?, ¿fue Jesús el hijo de Dios?, ¿Jesús era el mismo Dios?

Hace unas décadas estas preguntas se consultaban en los libros y para los asuntos relacionados con la religión la Biblia tenía todas las respuestas. Durante siglos la Biblia fue el texto en torno al cual millones de personas guiaron su vida y la de sus familias, bajo los más éticos principios. Fue la guía para desconsolados y el consejero en situaciones complejas. La luz en el camino en cuanto a propósitos de perdón, amor y felicidad eterna.

En cierto momento la religión se apropió de los conceptos de la Biblia y con ella ejerció poder. Utilizó el temor de las personas para manipularlas y tergiversar sus letras en beneficio propio. El mundo avanzó, las personas que solo conocieron la religión nunca pudieron entender a los que se quedaron con los principios bíblicos, creían que ambas doctrinas eran lo mismo. Sin embargo, estas personas tenían algo en común, necesitaban encontrar respuestas a lo desconocido, al miedo, a la muerte.

"¿Qué pasa después de la muerte? ¿Qué hay más allá de las estrellas?" Nos hacemos las mismas preguntas que nuestros antepasados, pero con la certeza de que quien las responde es más confiable que ellos. Antiguamente dependíamos de alguien que sirviera de puente para la interpretación de escritos, que resolviera nuestras dudas respecto a los enigmas de la vida y la razón de la existencia humana, pero hoy tener un dispositivo móvil con internet es suficiente para reafirmar nuestro conocimiento erudito en toda clase de materias.

El ego de pertenecer a esta sociedad tecnológica y de avances futuristas nos hace pensar en que estamos cientos de años delante de nuestra generación antecesora. Nuestra individualidad se ha construido alrededor del método científico y de todos los avances, creaciones y descubrimientos que la ciencia ha hecho en las últimas décadas. Teniendo estos conceptos claros ya no hay margen de error, y ante cualquiera podemos hablar con libertad y sin temor a equivocarnos, porque ya otros dieron las respuestas a cuanta duda asaltaba nuestro entendimiento. Ya no hay necesidad de filosofar sobre nuestra existencia, ni sobre lo que sucede a nuestro alrededor, ya todo está dicho.

No necesitamos de dioses que nos protejan y resuelvan nuestras incertidumbres, somos capaces por sí mismos de resolver cualquier pregunta, por difícil que sea: ¿Por qué el cielo es azul?, ¿porque el agua del mar es salada? Para saber el clima que hará mañana, no hay que esperar al noticiero de la noche. No hay que hacer antesala ocho días a la cita con el veterinario para que nos diga porque el perro de la casa se arrastra en dos patas por el piso. Hoy es internet quien nos aclara las dudas y a la velocidad de un rayo lo podemos consultar en cualquier momento y lugar.

¿Qué pasaría si hoy a un adolescente se le dijera que desde mañana internet dejará de existir? ¿Sería lo mismo que decirle a un católico que Dios no existe?

Pareciera que, al develar los secretos del universo, ya no es importante creer en algo que no se ve. Sin embargo, tenemos un nuevo dios. El nuevo dios fue creado por los hombres y como los hombres es imperfecto, pero como los dioses es enigmático. Confiamos en que él sea nuestro liberador. Dejamos en sus manos nuestro miedo a lo desconocido, porque tememos que algún día las redes sociales no nos vuelvan a decir lo que debemos hacer con nuestras vidas. En el siglo XXI, el internet es dios.

CAPÍTULO IV

TODO CAMBIA, NADIE CAMBIA

Rene Magritte en su serie de obras "La traición de las imágenes" destaca por una en particular: *Ceci n'est pas une pipe* (Esto no es una pipa). El cuadro solo cuenta con un elemento: una pipa pintada en la parte central del lienzo, acompañada por una frase que es la misma que le da su título. La característica especial de esta obra es que Magritte logró crear un elemento de distracción, al relacionar tres interpretaciones de este:

1. Una pipa pintada, efectivamente no es una pipa real.

2. Una pipa pintada, puede representar una pipa real. Entonces lo que se ve es una pipa.

3. Lo que está pintado, puede ser un elemento similar a una pipa y por eso, la frase en el cuadro lo aclara" (Magritte, 1929).

Esto mismo sucede al tratar de entender el complejo mundo detrás del consumismo. Lo vemos como algo práctico en nuestros intereses de individualidad, sin percatarnos de que nos entregamos sin ninguna resistencia a un nuevo tipo de esclavitud. Si bien no dentro de las rejas, sí tras los listones de oro de los códigos de barras, con todas sus ocultas estratagemas que conducen al individuo a la incertidumbre, la necesidad y la insatisfacción.

Pensarnos únicos nos ha llevado a buscar una identidad que relacionamos con la individualidad. Pero esta ha tenido cambios a lo largo de la historia, como algunos otros sucesos en los anales de la humanidad.

El individualismo tuvo épocas de relevante importancia y otras en que desaparece por siglos. En búsqueda de sus orígenes habría que ir en el tiempo hasta el 400 a. C., momento en que se dan los primeros pasos de la Escuela Cínica por parte de Antístenes, discípulo de Sócrates. Su ideología se basaba en la libertad absoluta del individuo; aquí la virtud es el único bien y el placer es considerado su antónimo. Se establece que para alcanzar la sabiduría debemos despojarnos de las necesidades materiales y comodidades artificiales en las que las personas mundanas encuentran felicidad.

Luego, en la Edad Media, se dan los primeros pasos para determinar la importancia del ser humano como individuo y el teocentrismo pierde importancia, abriendo las puertas a la interpretación personal de lo espiritual. Esta idea madura durante la Edad Moderna, donde obtiene su cúspide bajo el concepto de antropocentrismo, marcando un antes y un ahora en la idea actual de "individualidad".

Un poco más cerca a nuestro tiempo se le da un gran giro a este término ya que durante la revolución industrial lo espiritual pierde aún más fuerza, ocupando un segundo plano en el desarrollo trascendental del individuo y dejando atrás la importancia del paso del ser humano por la Tierra, así como su aspiración de trascender a una vida eterna en los cielos. Para ese entonces se adopta un sistema de trabajo menos colectivo. Ahora dejan de ser los miembros de la familia o los vecinos los compañeros de labor y son reemplazados por la máquina.

Asumir que la Revolución Industrial fue simplemente uno de los avances más significativos en la historia de la humanidad respecto a la economía y por ende conlleva a un mejor estilo de vida, es sesgar de alguna manera la importancia del ser humano como individuo.

Thompson (1989) destaca que durante la revolución industrial en Gran Bretaña:

La vida claramente no mejoró para la mayoría de los británicos. La experiencia de la conmiseración les sobrevino de 100 formas diferentes […] Para el trabajador agrícola, la pérdida de sus derechos comunes y los restos de la democracia de la aldea. Para el artesano la pérdida de su condición de artesano. Para el tejedor la pérdida de los medios de vida y la independencia. Para el niño, la pérdida del juego en el hogar. Para muchos grupos de trabajadores cuya ganancia real aumentó; la pérdida de seguridad y ocio y el deterioro del entorno urbano (p. 15).

La sorprendente retórica con la cual el consumismo crea dependencias vitalicias en nuestra sociedad actual, y su gran discurso de promesas de libertad e individualidad, me recuerda a la novela de ficción titulada "Un mundo feliz". Huxley (2003) describe a una comunidad utópica del futuro. Un nuevo mundo es aceptado por los humanos creados en laboratorios, donde cada persona felizmente cumple una función en este engranaje para que la colectividad marche perfectamente. En este lugar, fueron eliminados todos los asuntos que han hecho

perder la tranquilidad al ser humano, entre ellos el hambre, la enfermedad y la falta de bienestar, e incluyendo las facilidades tecnológicas y la liberación sexual sin consecuencias. Pero también se dejaron en el olvido otros aspectos que nos han identificado como personas: el amor, la religión, la filosofía, el arte, la diversidad de las culturas y la familia.

En el nudo de la novela, su personaje principal, Bernard Marx, es consciente de que las cosas no marchan por buen camino ya que en este lugar es bien vista la promiscuidad y el consumo de sustancias psicoactivas. Bernard abandona su promiscuidad y deja de consumir constantemente Soma (droga usada por los pobladores cuando sienten depresión), esto lo hace ser considerado un traidor por parte de su creador.

Huxley (2003) a través de su libro visibiliza un posible futuro próximo. Futuro que estamos viviendo y en el cual avanzamos a pasos agigantados. En este punto entendemos que es imposible vivir en tiempos donde términos forjados durante las diferentes etapas de la era del capitalismo como mecanización, energía eléctrica, producción en masa, línea de montaje, informática, automatización e inteligencia artificial no estén presentes en las decisiones que tomamos, o en los actos que realizamos, y en cada una de las relaciones interpersonales que a diario sostenemos.

¿Pero acaso esto tiene algo de malo? ¿Acaso el objetivo de la especie humana no es la superación constante del individuo? El problema aquí es que los objetos han adquirido un mayor valor que la misma vida humana, por ende, las personas son tan desechables como el teléfono celular que salió al mercado el semestre pasado.

El término «utopía» solía hacer referencia a un objetivo codiciado, soñado y lejano, hacia el que el progreso debería, podría y habría de dirigirse para al final conseguir que los que van en su búsqueda, lograran que el mundo se adapte mejor a las necesidades humanas. No obstante, en los sueños contemporáneos la imagen del «progreso» parece estar distanciada de la noción de mejoras compartidas para empezar a significar supervivencia individual. Cuando uno piensa en el progreso, ya no tiene en mente un impulso por ir hacia delante, sino permanecer en la carrera por todos los medios. La conciencia del progreso le hace a uno cauteloso, le fuerza a agudizar los sentidos: al oír hablar de que «los tiempos están cambiando», nos preocupa si nos estamos quedando atrás, si estaremos cayendo por la borda

de un vehículo que acelera sin parar, si no encontraremos asiento en la siguiente ronda del «juego de las sillas». Cuando uno lee, por ejemplo, que Brasil es «el único destino soleado este invierno», sabe que el próximo invierno debe evitar por todos los medios ser visto allá donde la gente con aspiraciones similares a las suyas debía ser vista el *pasado* invierno. O bien lee que debe «deshacerse del poncho», que tan de moda estaba la temporada anterior, pues los tiempos están cambiando y ahora le dicen que, si se pone un poncho «parecerá un dromedario». O bien uno aprende que se ha acabado eso de combinar un traje de rayas con camiseta por debajo lo que causaba «furor» y «era ir a la última» la temporada pasada, porque ahora ya no se le ocurre «a nadie» vestirse de ese modo. Y así, una y otra vez. El tiempo pasa volando, y el truco consiste en mantenerse a flote con las olas. Si uno no quiere hundirse, debe seguir haciendo surf, y eso implica cambiar de vestuario, de muebles, de papel pintado, de aspecto y de hábitos –cambiar uno mismo, en definitiva– tan a menudo como le sea posible (Bauman, 2015, p.145, 146).

CAPÍTULO V

DIME QUIÉN ERES Y TE DIRÉ CON QUIÉN ANDAR

El sistema lo sabe todo, al sistema le damos todo. Su lema cumbre es: “Dime quién eres y te diré con qué andar”. En esta nueva sociedad del siglo XXI, donde todo vale, la que “con un clic se obtiene el universo”, donde la televisión e internet son “enteramente gratuitos”. Y para la diversión ya no es necesario gastar energías corriendo detrás de un balón (no es cuestión de nostalgia). Es tan sencillo como tomar un celular y adentrarse en cualquier aplicación donde los demás hacen las cosas por ti. Bromean, bailan, viajan, hasta se ríen contigo y de ti. ¿Cómo va el sexo? Suficiente con la pornografía. ¡Por supuesto! no es una invención de los últimos años. Hay evidencia desde el paleolítico. Y, el papiro erótico de Turín o su auge cinematográfico en los años setenta. Pero ahora, ahora también es gratis. Tres palabras en el buscador de Google y *ya está*. Millones de fotos y videos a la orden del día.

Por supuesto son resultados condicionados por dos factores: el primero: si quieres más, pagas y, como con cualquier vicio, te enganchan. El segundo es que en tiempos de redes sociales (ahora) nada se da sin recibir todo a cambio. Y es allí donde el contacto físico está perdiendo toda importancia. Un ejemplo es el que se da en algún sector de la sociedad occidental, e incluso en la población joven del Japón, que ha condicionado el sexo a lo estrictamente individual, bajo argumentos ciertamente válidos y por supuesto justificables.

Pero, dentro de lo que percibimos como libertad e individualidad se encuentra otra capa, una que llena ese vacío que sentimos con miles de distractores, los cuales nos mantienen en un estado de felicidad condicionada, al mejor estilo de los juegos de azar.

En el mundo de la globalización, Oriente ya no es a quien hay que excluir de las conversaciones decadentes y de autodestrucción emanadas del consumismo irracional y el vacío espiritual. Por lo menos en Japón se habla últimamente de los "hikikomori", jóvenes que viven en sus habitaciones y para quienes es suficiente una pantalla y una conexión a internet. Ellos se apartan del contacto social, influenciados por la tecnología moderna y crean una conexión entre esta y la soledad, que está mediada por grandes complejos de personalidad y problemas psicológicos. Un asunto que, tratándose de la sociedad japonesa, puede tener

origen en su aspecto cultural, influenciado por el culto a la vergüenza, sus estrictas reglas sociales o las altas expectativas de los padres hacia sus hijos. Condiciones que ha hecho que este sector de la comunidad se sienta incompetente frente al mundo y su voracidad.

Este fenómeno, evidenciado en Japón, se replica en el mundo occidental, sobre todo en la población más joven, pero sin excluir a personas de diferentes edades y condiciones sociales que ven cada vez más lejana la posibilidad de encajar en la sociedad, y en ocasiones se sumen en un viaje sin retorno

¿Quién puede defender lo que desprecia?, y si el concepto lo identifica, ¿porque no aceptar el lado negativo del mismo?

El primer paso para no ser parte del *sistema* es reconocer que hacemos parte de ese repudiado y "estigmatizado" término que identifica al capitalismo, al cual en voz alta se subestima, pero bajo la mesa le abrimos las piernas para dejarnos manosear por él. Somos vilmente ilusionados como en un truco de magia, donde nos piden sacar una carta la cual luego será identificada. Creemos ser más listos que el amigo, aprendiz de mago. Al momento de escoger la carta, nos vamos por la menos probable de ser adivinada, pero siempre, por un motivo incomprensible, ese novato en trucos circenses termina sabiendo cuál es: ¿superpoderes?

Creemos decidir lo correcto, luchamos por nuestra independencia personal, la autonomía económica, la autodeterminación sentimental, el libre albedrío espiritual y por la libertad sexual, y constantemente, como con el amigo ilusionista, la existencia toma el camino no deseado. Iniciamos un viaje lleno de entusiasmo, motivaciones, una sonrisa que crece inocente llena de expectativas, pero con el tiempo solo nos colmamos de soledad, angustia y depresión.

Después de recorrer el largo sendero, nos miramos al espejo para entender lo que sucedió. Entonces la sonrisa se desvanece. La respuesta ya no es retórica, es cruda, nos sentimos simples, limitados. Tantos años, tantos sueños, la inmadurez que nunca aceptamos, ese sentimiento de emancipación, de independencia, de individualidad, solo fue un espejismo producido por los medios de comunicación y sus estrellas inalcanzables, utilizando como medio cualquiera de los campos que nos podamos imaginar. La música, las artes, la

farándula, la ciencia, la fenomenología, lo místico, la petofilia[3], la misantropía que pasa por filantropía. El objetivo ellos sí lo han cumplido, al cautivarnos, para luego ser engañados y despojados de nuestra libertad.

[3]La petofilia o petophilia es un trastorno psicológico que se reconoce como un amor desmedido a los animales. Se trata de un apego tal que las personas que lo padecen ven su vida condicionada por ese exceso de cariño. Su fuente de satisfacción solo proviene de las mascotas y pasan más tiempo con ellas que con su círculo social, canalizando sus emociones y frustraciones en ellos (Mucientes, 2017).

CAPÍTULO VI

CORONA DE ORO – CORONA DE ESPINAS

Desde hace un par de años se ha puesto de moda un género cinematográfico al cual no somos indiferentes. El apocalipsis. Sin duda despierta nuestra curiosidad y da rienda suelta a la imaginación, que se esfuerza en saber cómo podría ser el fin de la especie humana.

Por tal razón parece increíble que en plena era tecnológica de laboratorios clínicos, con recursos ilimitados, se les pudiera escapar un virus que pusiera en jaque la economía mundial. Hoy, después de dos años de pandemia, observamos entre velos, que el asunto del nerviosismo en las grandes potencias mundiales no eran las vidas humanas, sino establecer un nuevo orden económico y político para el planeta.

Durante el 2019 se produjeron protestas en distintas partes del mundo en contra de los gobiernos locales, además de miles de manifestaciones para establecer nuevas políticas hacia el cambio climático. Es en ese momento que los gobiernos potencias detuvieron el mundo bajo la excusa de la salud pública. Debido a esto, aumentó el recrudecimiento de la pobreza en el planeta.

Ahora llega una especie de Tercera Guerra Mundial con el conflicto entre Rusia y Ucrania. Y, como si esto no bastara, se anuncia una recesión económica mundial que duraría no menos de dos años. Ya no se trata de personas con fortaleza mental que de cada crisis hacen una oportunidad. Este momento de la historia narrará que fuimos acorralados y reducidos, pero nunca nos enteramos de ello.

La ONG británica Oxfam (Sánchez, 2022) dio a conocer una investigación sobre quiénes fueron los más afectados con la crisis del COVID 19 y quiénes fueron los ganadores. En su estudio, el 99 % de la población mundial se vio afectada de alguna manera en relación al virus. También se midió la nueva fortuna de las diez personas más ricas del mundo y se encontró que en dos años pasaron de tener 700.000 millones a tener en sus arcas cerca de 1.5

billones de dólares, siendo este el mayor crecimiento económico en un mismo periodo de tiempo.

La técnica que los gurús del mercado de consumo han elaborado en favor de sus patrocinadores es completamente exitosa. Entendieron que todo se basa en segmentar en grupos poblacionales, debilitando al conjunto para de esta manera hacer vulnerables, por medio de técnicas de persuasión, a sus individuos.

No es necesario dominar por medio de la fuerza bruta, de regímenes autoritarios o totalitarios y represivos. El control sobre las masas ha cambiado de discurso, pero no de bando. Esto es notorio en la publicidad, donde se enaltece al individuo, mostrándolo capaz de alcanzar todas sus metas. Nunca cohíben y pareciera que están de nuestro lado resaltando nuestra libertad. Las redes sociales están dispuestas a recibir cualquier clase de opinión, cuentan con maravillosos discursos motivacionales y luego, como con cualquier vicio, ya somos de su propiedad, sometiéndonos a una vida prestada y a crédito. Tal como señala Han (2014) *"*El sujeto sometido no es siquiera consciente de su sometimiento. El entramado de dominación le queda totalmente oculto. De ahí que se presuma libre" (p. 25)

La individualidad fue uno de los ejes fundamentales del progreso y modernización de las sociedades. El individuo tuvo que defender sus ideas ante detractores. Estos luego las acogieron al darse cuenta de que funcionaban para el bien común. Por lo tanto, la comunidad avanzó cuando el individuo dejó de ser visto como un sujeto y se le dio relevancia como persona. Si en el siglo XXI el individuo entiende su papel en la sociedad y trabaja en pro de la colectividad, entonces la persona que vive su individualidad podrá realizarse como persona, al fundamentar su individualidad en el bienestar que puede generar en los demás y luego en él.

En este caso tendrían verdadero sentido los argumentos de quien proclama que la individualidad del siglo XXI es la forma más clara de realización personal, ya que tenemos libertad ilimitada para el logro pleno de nuestra felicidad. Aunque hoy sería una fantasía que el individualismo se someta a la colectividad en pro de un beneficio en común. Se puede decir entonces que, para quienes son subyugados por el consumismo y lo ignoran, la

individualidad no es libertad, la individualidad no es autonomía, la individualidad no es emancipación, la individualidad no es anarquía, la individualidad no es independencia.

BIBLIOGRAFÍA

Aritmetics (s.f.). Qué es Mass media. Recuperado el 19 de septiembre de 2019. https://www.arimetrics.com/glosario-digital/mass-media

Bauman, Z. (2015). Tiempos líquidos. Tusquets.

Fromm, E., & Germani, G. (1977). El miedo a la libertad (pp. 115-129). Paidós.

Thompson, E. P., Domènech, A., & Hobsbawm, E. J. (1989). La formación de la clase obrera en Inglaterra (Vol. 2). Barcelona: Crítica.

Han, B. C. (2014). Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder. Herder Editorial.

Huxley, A. (2003). Un mundo feliz. Editorial de bolsillo.

Mucientes. E. (2017) ¿Se nos va de las manos el amor por los animales? El mundo. https://www.elmundo.es/vida-sana/familia-y-co/2017/11/21/5a0bf6cb268e3ec41d8b4570.html

PiperSandler (2022). Taking stock with teens - spring 2022 infographic, a collaborative consumer insights project. https://www.pipersandler.com/1col.aspx?id=6217

Sánchez, V. (2022). Oxfam: los diez hombres más ricos duplicaron su fortuna durante la pandemia. France24. https://www.france24.com/es/econom%C3%ADa-y-tecnolog%C3%ADa/20220117-oxfam-millonarios-pobreza-pandemia-desigualdad

1.Anexo

MEMORIAS

¿Cómo el consumismo ha permeado la individualidad del ser globalizado durante el transcurso del siglo XXI? Esta pregunta surge en un momento de reflexión personal. Se trataba de un cambio en algunos estilos de vida, relacionados con la forma en la que conducía mi economía y como a largo plazo podría afectarme sustancialmente.

Durante algunos años percibí que no era solamente yo quien tenía este sentimiento, y que dos años de posibilidades limitadas debido al Coronavirus, había logrado acabar con los propósitos de muchas personas.

Analizarme era establecer cómo el entorno funcionaba, pero también cómo actuaban las personas a mi alrededor y cómo diferentes factores los condicionan a ellos y a ellos conmigo.

En el 2019 viaje a estudiar a Granada (España), teniendo la oportunidad de analizar si en otro espacio y con otro tipo de personas mis cuestionamientos del Ser, tenían el mismo sentido que en mi ciudad de origen y de vida (Bogotá).

Granada es una ciudad chica, segura y casi perfecta con un buen estándar de vida. Nada que ver con la capital de Colombia, donde impera la ley del más fuerte, donde el caos, el desorden y la delincuencia son el pan de cada día. Sin embargo, empecé a notar que ciertos parámetros podían ser vistos desde el mismo punto. Sus habitantes estaban en una búsqueda constante de su individualidad, pero al igual que en Colombia, esa individualidad estaba ligada al poder adquisitivo, y el dinero era escaso. Por esta razón muchos españoles han tenido que migrar a otros países con una mejor economía como por ejemplo Alemania. Otros encuentran un respiro financiero en las plataformas de servicio, como Uber. Profesionales que han dejado de lado su formación para dedicarse a labores más apetecidas por el comercio, y el trabajo en restaurantes y bares ò cuidando a otras personas ya no es para los inmigrantes, cada céntimo se lucha.

Estando allí, ya tenía que aprovechar y conocer tantos lugares como fuera posible me lo permitiera mi economía, la cual después de cinco meses sin trabajar, no era la mejor. Decidí

entonces recurrir a familiares y pedir préstamos económicos, con los cuales poder cumplir mis sueños de viajar por Europa. Este viaje como mochilero por más de veinte ciudades me permitió conocer diferentes culturas y personas que ratificaron mi noción respecto al porqué de mi pregunta inicial: ¿Cómo el consumismo ha permeado la búsqueda de nuestra propia individualidad?

De una u otra manera, las personas de todos estos lugares, y por más simple que sea su diario vivir, están en una constante búsqueda por obtener un mejor estilo de vida. El medio para sentirlo así, es diverso. Para algunos es la vestimenta, en otros la tecnología, o la gastronomía, los viajes, la vivienda, pero siempre la limitación es el dinero.

Algo más que me impacto fue el uso que se le da a los edificios de las iglesias católicas, que como es bien sabido surgieron en este continente para luego extenderse por el mundo.

La mayoría son museos propios de su arquitectura. Otras funcionan como teatros para conciertos y el uso más relacionado con su fin inicial es el de celebración de bodas. Muy pocas personas las utilizan como refugio para la espiritualidad. Esto lo traigo a colación, ya que crecí en una familia con principios católicos, donde conocí la importancia de la fe y vida basada en los mandamientos de las creencias cristianas, donde es fundamental para una vida plena el respeto por el prójimo y por nosotros.

La sociedad y la religión te exigen compromiso y fidelidad, no obstante, ellas no te dan lo mismo. Aunque considero que me he podido desligar un poco de esto, ya que tuve la oportunidad de tomar mis propias decisiones, formar una identidad propia sin juzgamientos familiares con respecto a mi fe, por lo cual pude llevar un estilo acorde dentro lo que considero espiritualidad y conducta social, opción que muchas personas no han tenido, y no debido a su condición económica, física o intelectual, sino a la velocidad cambiante de la sociedad.

Al final pienso que conocer desde niño la religión, pasar por diferentes etapas de crisis económicas, tratar de entender la diferencia entre iglesia y fe, conversar con personas con un mayor conocimiento que el que poseo y con otras sumidas en la ignominia, vivir en diferentes lugares o conocer otras culturas, ha hecho pertinente este análisis personal.

Individualidad- Consumismo. Su relación me llevó a la pregunta de cuál fue el mayor detonante en mi para considerarlo como tema de creación. Y llegué a la conclusión que toda mi vida laboral la he ejercido en la parte comercial.

Mi padre es un profesional de las ventas. Y en su gusto por la lectura dedicó un gran porcentaje de ellas a las relacionadas con su profesión.

En cierto momento tuve curiosidad por saber qué era lo se hallaba en esas miles de hojas y encontré superioridad, empoderamiento y un sinfín de sentimientos positivistas pero inalcanzables metas.

Ser las dos caras de la moneda, no implica hipocresía, sino que establece una manera de identificar los parámetros por los cuales el consumismo se ha convertido en la salida a preguntas que la humanidad se ha planteado por años como ¿quiénes somos? ¿Por qué estamos aquí? Ò, ¿si somos únicos e irrepetibles?

Por el momento recorrer los caminos del arte me ha permitido una nueva mirada en la relación existente entre individualidad y consumismo, esperando liberar aspectos internos que como ser humano deseo exorcizar.

2.Anexo

PROPUESTA PLÁSTICA

Explorar las diferentes técnicas que permite el arte, me dio la posibilidad de encontrar dentro de lo tridimensional el medio para conectar mi investigación "*Fantasía, de lo espiritual a lo genital*" a este recurso.

PIEZA 1



Esta pieza, vista desde la parte plástica, inicia como la exploración de diversas técnicas, pero con un concepto técnico en especial, el Cinètismo.

Ya artistas como Calder o los venezolanos Cruz Diez o Jesús Rafael Soto, me habían inquietado en cuanto a esta vertiente del arte, por lo cual decidí emprender este primer proyecto en torno al movimiento, en mi caso y para mi interés, repetitivo y no aleatorio.

Crear la estructura, fue un proceso de ensayo y error, ya que el sistema debería soportar un peso considerable, razón por la cual fue necesaria la instalación de un motor y dos rieles (corredera para cajón), y así garantizar un desplazamiento constante y efectivo.

El sistema de motor (motorreductor de 5 rpm), presentó una falla, ya que después de un minuto se recalentaba debido a su simplicidad. A partir de este punto supe que era necesario repensar el sistema de movimiento, por tal razón fue necesario desarmar toda la estructura y buscar una nueva alternativa.

Probé con un pistón de sistema neumático, pero era muy ruidoso y complejo (cables, mangueras, compresor). Luego, decidí quedarme con un sistema hidráulico, aunque este también era algo engorroso ya que era necesario para su programación, un sistema electrónico. Finalmente decidí que este sería el dispositivo adecuado para mi pieza artística.

Este cambio me vio obligado a volver a realizar la estructura externa, ya que la que tenía era muy corta.

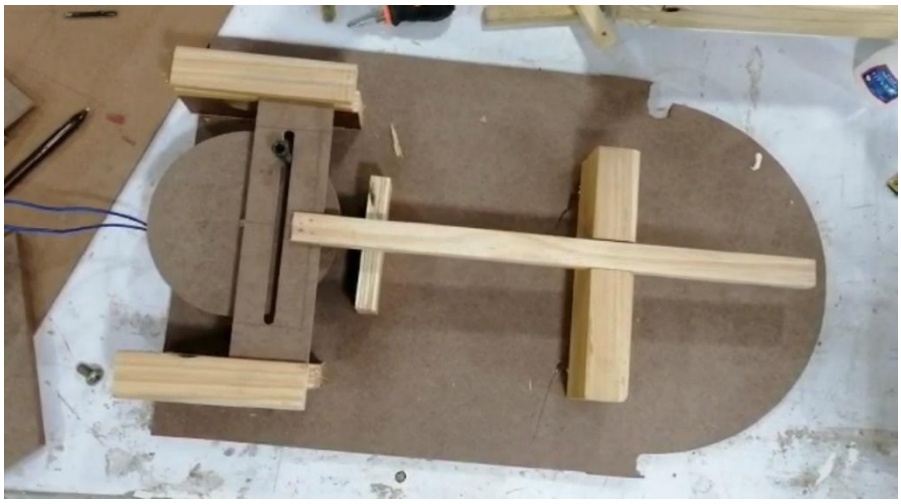
La estructura externa, está fabricada en MDF. Este material me permitió la instalación de los elementos internos, además de posibilitar un tema respecto a la pintura.

La pintura que usé en el exterior fue poliuretano de tonalidad oro, es el mismo tipo de pintura que se utiliza en los vehículos y que da un acabado brillante y vistoso. Pero para lograr ese tipo de acabado, primero hay que lijar y masillar hasta el punto en el cual la superficie se encuentre, libre de poros e imperfecciones. Para el interior la pintura que use fue acrílico negro mate.

El elemento más vistoso de la pieza son las manos. Para ello decidí hacer los moldes en alginato, ya que este material da unos detalles mucho más realistas. Luego fundí las manos en yeso piedra. Cabe aclarar que las varas que están sosteniendo las manos, son de madera y están fundidas a las manos, sin otro elemento que las una. La pintura de las manos es pintura acrílica, además de tener una capa final de laca mate.

Este proceso, desde el momento de hallar los materiales adecuados para la fabricación hasta la pintura de las manos, me llevó un largo tiempo, ya que este tipo de alginato y de yeso, se deshidratan muy rápido, por lo cual tuve que experimentar con diferentes fórmulas y tiempos.

Además de la creación de un molde especial para fundición, y la colaboración de varias personas en el momento de la preparación del alginato.



Vista superior – sistema móvil



Proceso elaboración de manos

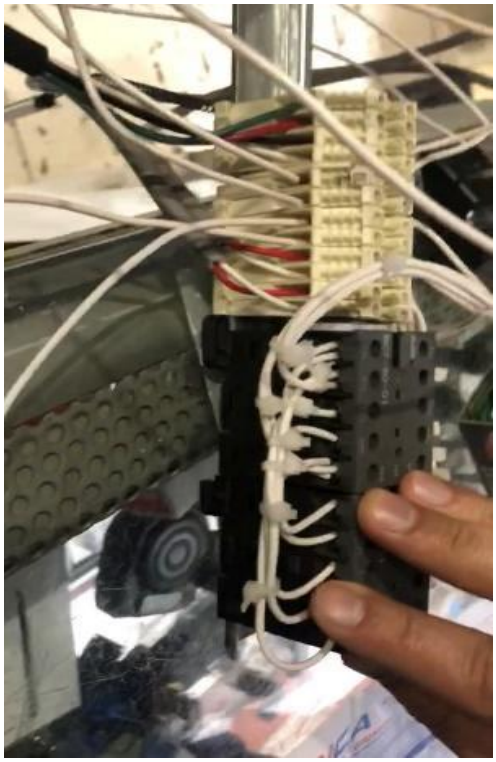







USE LOS ELEMENTOS
DE PROTECCION





PIEZA 2



Esta pieza se compone de dos elementos principales, uno es una figura humana y el otro la estructura que lo contiene.

Continuo con una exploración dentro de lo tridimensional, además de la mezcla de diferentes técnicas, en este caso, un cuerpo estructural en madera y una figura humana en fundición.

La estructura externa, comparte con la Pieza 1, la misma técnica y tipo de pintura, pero el material de construcción es madera de pino de 15 mm, la cual tiene un agujero en la cara superior, el cual desprende hacia el interior, una serie de tiras en resina. El interior tiene un aspecto desgastado, el cual se logra con resina, pintura acrílica y polvo. El exterior es brillante y de color negro, además esta pintura contiene "perlas" en bajas cantidades. Son una especie de polvo que produce visos al contacto con la luz. Hay de varios colores, los que yo utilice fueron: el rojo, azul, plateado y lila, permitiendo al color negro ser el protagonista.

La figura humana; que es el otro elemento destacado, inicia por la búsqueda de un buen tipo de arcilla, para esto, me desplacé a Chía (Cundinamarca) lugar recomendado para conseguir este tipo de material.

La pieza requiere cierto tipo de estructura, por lo cual me aconsejé de quienes han usado frecuentemente este material y me dijeron que era importante que esta tuviera un alma en

alambre, sobre la que luego realizo la materialización del cuerpo. Esta la trabaje en varios fines de semana, por lo cual, así la conservara hidratada, con el tiempo se iba contrayendo. Esto hizo que se fuera cuarteando debido a que el alma de metal, al no contraerse causaba este efecto.

La pieza necesita ser fundida, esto mediante el proceso de “cera perdida”, el cual requiere de un molde inicial y un contra molde posterior.

El material que seleccioné para esto fue fibra de vidrio, el cual mantiene un buen peso, además de posibilitar la terminación de desgaste necesaria para este tipo de pieza artística.

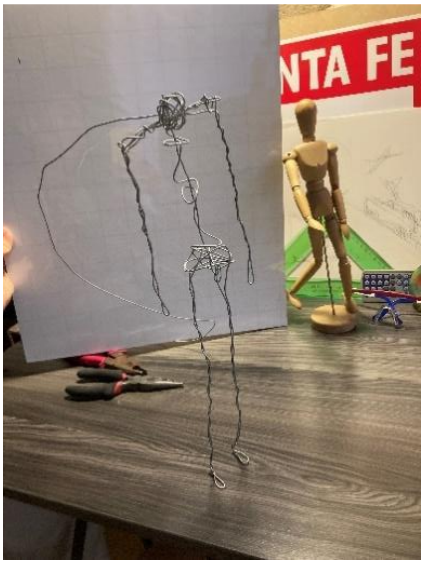
Finalmente, el tipo de pintura, fue esmalte sintético, buscando tonos similares al asfalto.







Elaboración de cuerpo exterior



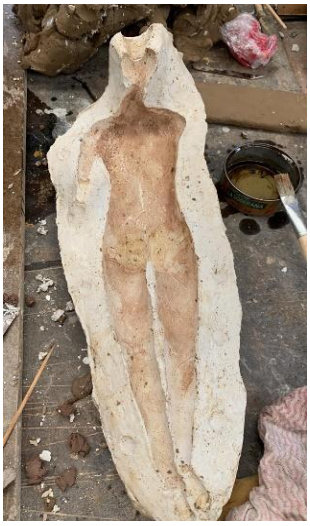






Modelado figura humana







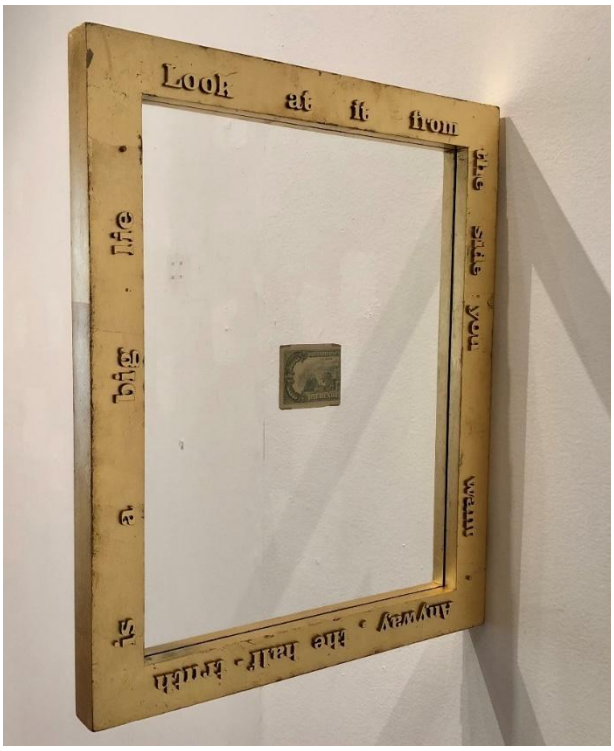
Proceso de moldes y fundido de pieza





Resultado final

PIEZA # 3





Esta pieza nace en el momento que encuentro medio billete de cien dólares. En ese momento recordé un poco el concepto artístico del Ready made. La primera pregunta con el medio

billete en la mano fue, si sería auténtico o no, esto me lleva a una conexión con el trabajo que realizo, y decido realizar una pieza plástica con él.

Decidí hacerle un marco, el cual tuviera doble cara con el fin de que el billete quedara en medio. Este marco además debía contener un mensaje escrito por ambas caras. Las letras para dicho mensaje fueron hechas en madera y cortadas en láser, luego con pegamento epóxico las coloquè en su lugar. El siguiente paso era hojillar completamente el marco con dorado, pero no tuve en cuenta la complejidad de esto, ya que las letras al tener espacios muy pequeños, no posibilitan una buena facturación, por lo cual decidí retirar las letras, hojillar el marco sin ellas y luego adicionarlas.

Las letras las tuve que hacer nuevamente, ya que, al retirarlas, la mayoría de ellas se dañaron.

Después de hojillar el marco, encontré una solución para que las letras quedarán completamente doradas. Las pinte por los bordes, les aplique el pegamento (siza) en la cara exterior y luego coloque las letras sobre la hojilla de oro. El siguiente paso fue tomar medidas y ubicar las letras en su lugar. Finalmente quise darle un aspecto de desgaste con el paso del tiempo.









