

## IMÁGENES DE CONSUMO

Tania Pardo

*“Un artista es aquel que produce cosas que la gente no necesita, pero que él –por alguna razón– cree que es una buena idea ofrecérselas.*

*Es mucho mejor hacer Arte Comercial que Arte por el Arte, porque el Arte por el Arte no aporta nada al espacio que ocupa, mientras que el Arte Comercial sí. (Si el Arte Comercial no aporta nada a su propio espacio, no tiene mercado)”*. Esta reflexión que Andy Warhol manifiesta en su libro *Mi filosofía de A a B y de B a A* resume parte del pensamiento warholiano y del Pop Art, ya que vincula lo consumible con lo artístico y sirve de metáfora para reflexionar acerca de los objetos cotidianos, en principio, desvinculados de cualquier manifestación artística.

Y es que, cuando el artista de Pittsburgh habla de arte comercial se refiere a aquel que pueda ser fácilmente asimilado por la sociedad de masas y, en tal caso, la de consumo.

En principio, un objeto cotidiano es inocuo, como lo es un frigorífico: un contenedor de alimentos; pero, para Santos Javier éstos han dejado de ser simples mobiliarios domésticos, ya que la nevera no sólo es un mueble para contener víveres. El artista los descontextualiza y transforma en objetos en los que plasma imágenes. Y, en principio, lo que resultaría una escultura próxima a los objetos warholianos e incluso a las enormes esculturas que representan alimentos característicos de la sociedad de consumo norteamericana (hamburguesas, helados, perritos calientes, etc.) de Claes Oldenburg se convierten en metafóricos y perversos recipientes de consumismo. Un reflejo, sin duda, de nuestra propia sociedad globalizada y tardo-capitalista. La nevera contiene alimentos que caducan y eso es precisamente lo que el artista nos dice a través de estos objetos: imágenes efímeras de consumo rápido y fácilmente asimilables. De la misma forma que los artistas del Pop Art legaron a la historia del arte el modo de la reproducción en serie y ensalzaron los objetos cotidianos a la categoría artística – algo heredado a su vez de Marcel Duchamp- nos demostraron como convertir, más bien asimilar, el consumismo a nuestros sistemas artísticos de vida. Por otro lado, Santos Javier, como ya hiciera en *“Megalópolis de consumo”*, vuelve a mostrar edificios parciales de grandes ciudades en las que el artista fija su mirada y rescata escenas objetivadas, parciales, detalles de edificios, e incluso del mobiliario urbano, que nos devuelve tamizadas por una visión, en principio inocente, que sin dejar de reflejar escenas pictóricas reconstruye en imágenes digitalizadas e impresas; donde la ausencia del ser humano se convierte en la excusa perfecta para reflexionar sobre, precisamente, la soledad existente en las urbes y el mundo que habitamos rodeados de iconos efímeros y signos que no dejan de estar vinculados a la cultura juvenil, como son la moda, el cine o la televisión. Si unimos, entonces, ambas características del trabajo de Santos Javier –por lado, la transmisión del consumismo warholiano y, por otro, las imágenes de

los grandes edificios- encontramos cómo, desde la arquitectura, genera toda una serie de mecanismos en los que va uniendo elementos que nos conducen, de nuevo, al consumo rápido de imágenes fácilmente identificables. La vinculación al Pop podemos encontrarla no sólo en esa utilización de las neveras como iconos de la abundancia sino en los colores utilizados: amarillos, azules, rojos, etc. Y es que, Santos Javier además de reflexionar a través de estas imágenes y objetos sobre lo que aparentemente se nos hace invisible, en muchas ocasiones, el modo de mostrarlo - proyecciones de sus imágenes de edificios- ratifica la idea de la voracidad del consumo.