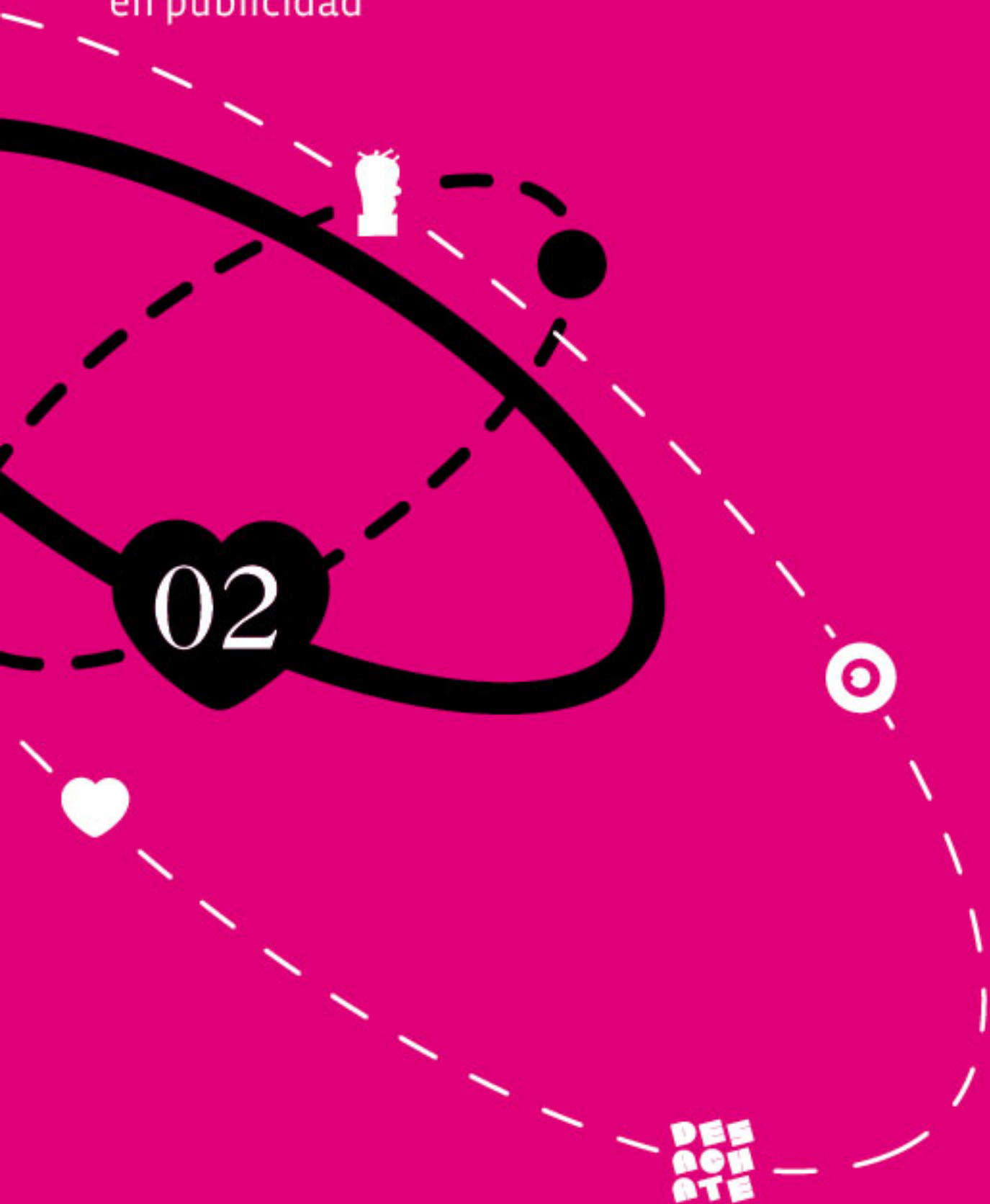




Satélites de Amor 2

Amor Trabajo

Artistas que trabajan en publicidad



Es el ciclo de exposiciones que se lleva a cabo en el marco del proyecto: Museo Líquido en el Museo Nacional de Artes Visuales a partir de diciembre de 2007.

“Satélites de amor”, plantea elaborar diferentes cosmovisiones desarrollando espacios de creación artística y reflexión crítica. Estos satélites formarán parte de un conjunto de proyectos curatoriales. El proyecto considera la posibilidad de que el campo de las artes audiovisuales funcione como reservorio para fermentar las zonas estancas de la incomunicación y desactivarlas a través del diálogo. De esta forma, se procura un acercamiento de los individuos a territorios donde construir y trabajar para generar políticas de la afectividad.

Se trata de pensar nuestro tiempo desde la óptica del sociólogo Zygmunt Bauman que en su libro “Amor líquido” analiza los conflictos de la fragilidad de los vínculos humanos y pone de manifiesto que “hoy más que nunca es urgente e imperativa una búsqueda esmerada de la humanidad en común, y de las acciones que se desprendan de ellas”.

Esta segunda exhibición de “Satélites de amor” estará a cargo del artista y curador Santiago Tavella, donde participa un grupo de otros artistas que trabajan en publicidad.

Lic. Jacqueline Lacasa

Directora Museo Nacional de Artes Visuales

Desde hace diecinueve años El Desachate ha sido el punto de encuentro de la publicidad uruguaya y un motor de la creatividad. Cientos de profesionales vinculados a la industria publicitaria encontramos en el Desachate un espacio para vincularnos, para continuar aprendiendo y para premiar nuestros mejores trabajos. Este año, por primera vez El Desachate sale del Desachate, y crea dos espacios para compartir con el mundo nuestra vocación por las ideas: un libro de cuentos, y la presente muestra.

“Amor Trabajo. Artistas que trabajan en publicidad.” es fruto de la labor veinte profesionales de la publicidad que hacen arte. O de veinte artistas que hacen publicidad. De las tensiones entre una actividad y otra, de sus semejanzas y de sus distancias es que habla esta exposición. Y su propósito, como es tradición en el Desachate, es el de seguir alimentando el pensamiento y la imaginación.

Nuestro agradecimiento a la Directora del Museo Nacional de Artes Visuales Jacqueline Lacasa y al Curador Santiago Tavella por abrir las puertas de esta casa, por dar un marco conceptual a nuestra iniciativa y por ubicarla en la agenda artística del país. Gracias también a los equipos del Museo Nacional de Artes Visuales y del Círculo Uruguayo de la Publicidad por su dedicación. Y a los expositores por su obras, que despiertan en nosotros tantas ganas de seguir creando.

Ignacio Vallejo

Presidente del Círculo Uruguayo de la Publicidad

Mario Taglioretti

Presidente del Desachate 2008

Diego Lev

Comisión de Arte del Desachate 2008

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA

ING. MARÍA SIMÓN
MINISTRA

DR. FELIPE MICHELINI
SUBSECRETARIO

DR. JAIME SAPOLINSKI
DIRECTOR GENERAL INTERINO

PROF. LUIS MARDONES
DIRECTOR DE CULTURA

LIC. JACQUELINE LACASA
DIRECTORA DE MUSEO NACIONAL DE ARTES VISUALES

Museo Nacional de Artes Visuales

Coordinación General
Alejandro Albertti y Sergio Porro.

Departamento de Conservación y Registro
Eduardo Muñiz, Osvaldo Gandoy
Asistente: Alicia Ríos.

Departamento de Medios Audiovisuales
Enrique Aguerre y Fernando Álvarez Cozzi.

Departamento de Comunicación
Rosario Castellanos y Silvana Bergson.

Departamento Educativo
Fabricio Guaragna
Monitor: Luis Lereté

Departamento informático
Lic. Eduardo Ricobaldi.
Gráficos: Álvaro Cabrera.

Diseño gráfico
Land: Santiago Velazco y Javier Cirioni.

Centro de Documentación y Biblioteca
Verónica Sienra, Jimena Hernández y Susana Maggioli

Secretaría de Dirección
Marita Bardanca.

Secretaría
Marianela Pérez, Carlos Bentancur

Montaje: Nicolás Infanzon
Intendente: Enildo Rodríguez.
Sub-intendente: Omar Martins
Asistente: Paul Varela.
Iluminación: Lizardo González

Recepción
Mabel Beracochea y Briselda Rebollo.

Vigilancia y Mantenimiento
Elbio Maldonado, Héctor Carol, Hugo Rodríguez,
Hugo Pereira, Luis Gaminara, Nelson Antúnez,
Carlos Buglioli.

TOMÁS GIRIBALDI Y
JULIO HERRERA Y REISSIG
PARQUE RODÓ
T.F: 711 60 54 - 711 6124 - 711 6127
WWW.MNAV.GUB.UY
MONTEVIDEO - URUGUAY

MARTES A DOMINGOS
14 A 20 HS.

ENTRADA LIBRE

Satélites de Amor 2

Amor Trabajo

Artistas que trabajan en publicidad

Conflictos y características de una producción compartida por dos campos.

Santiago Tavella

Durante las reuniones que tuvimos con los artistas que participan en esta muestra, uno de los primeros rasgos emergentes fue el del conflicto, por lo que parece lógico abordar la producción de estos creadores desde ese punto de vista.

El contenido de esta exposición incluye trabajos que se encuadran dentro de la actividad artística de los participantes, si bien a simple vista se puede ver que muchos de ellos deciden jugar en una frontera borrosa entre el campo artístico y el de la publicidad. Otros creadores presentan obras que se diferencian claramente, por su lenguaje y sus contenidos, de la producción publicitaria.

Conflicto de capital

Una de las primeras preguntas que uno se hace es por qué hay artistas trabajando en el campo de la publicidad en nuestro medio. Frente a la interrogante ¿son el arte y la publicidad la misma cosa?, tanto los participantes como el sector de público consumidor de bienes simbólicos, que detenta un mínimo conocimiento de sus reglas, contestaría que no. Como primera hipótesis, se podría responder a través de una perorata pseudomarxista, centrada en razones puramente económicas que llevarían a que estos “proletarios del mundo audiovisual” vendieran su trabajo a esa industria cultural. Esta hipótesis por sí sola hace agua, porque no tiene en cuenta que la economía de los bienes no se agota en la mera economía monetaria, sino que se complementa con una economía de los bienes simbólicos, tales como el capital cultural de estos artistas. Teniendo en cuenta este elemento, se puede tener una aproximación más apropiada al tipo de conflicto que se plantea en este intercambio. A modo de titular, puede afirmarse que los artistas reparten su capital entre dos campos: uno que les paga razonablemente como para que puedan vivir en buenas condiciones, otro que en nuestro medio funciona como un mercado muy limitado, y en el que la financiación de proyectos por parte de instituciones públicas y privadas es muy incipiente y ha padecido intermitencias, más allá de que en muchos casos las cifras de capital económico manejadas irónicamente son muy simbólicas. Toda esta situación lleva a que

haya una buena cantidad de artistas talentosos que comparten su tiempo entre los campos artístico y publicitario.

Lo interesante del conflicto planteado creo que pasa más por las interrogantes abiertas que deja, para que el público consumidor rellene, que por las valoraciones éticas y morales que teóricos y críticos puedan aventurar. Este planteo es válido para los demás conflictos que serán presentados en este texto.

Conflicto Cultura – cultura

Si bien la producción artística contemporánea está saludablemente contaminada de elementos pertenecientes a la cultura de masas, y la frontera entre arte y arte popular, cultura de masas, diseño utilitario, publicidad y otras producciones simbólicas es difusa y móvil, esto no quiere decir que no haya una frontera. Haciendo una descripción somera de la producción de ambos campos, se ve claramente que la publicidad está dirigida a un público lo más amplio y masivo posible, mientras que entre los consumidores de arte es común escuchar argumentos tales como que el arte no es para todos, y que la presencia de elementos importados de la cultura de masas no hace que las obras sean más accesibles al gran público. No es de interés, en este caso, dilucidar si esto es cierto o no; el punto es que se trata de algo fáctico, fácilmente comprobable con una superficial investigación de campo, copa de vino en mano, en cualquier inauguración artística más o menos concurrida.

Lo interesante del conflicto planteado creo que pasa más por las interrogantes abiertas que deja, para que el público consumidor rellene, que por las valoraciones éticas y morales que teóricos y críticos puedan aventurar. Este planteo es válido para los demás conflictos que serán presentados en este texto.

Conflicto de amor verdadero

En la génesis del campo del arte como campo autónomo, hecho que se da a mediados del siglo XIX, se plantea recurrentemente el tema del amor al arte y su contraparte confrontativa, la del artista que se prostituye por necesidad trabajando para las industrias culturales. Esta confrontación sugería entonces, implícitamente, la existencia de una frontera tajante entre lo artístico autónomo y la industria cultural, lo cual es lógico si pensamos que ambos conceptos estaban estructurando sus reglas, su personalidad. Un siglo y medio más tarde, todos tenemos claro quién es quién, y resulta válido jugar en varias posiciones. Está claro que una campaña publicitaria hecha “sin amor” seguramente no venderá ningún producto. Está

claro que un artista que no tenga el sustento necesario para producir su obra, lo más probable es que no la produzca. Tal vez a mediados del siglo XIX resultara un hecho relevante que quienes disponían de la renta suficiente pudieran dedicarse desinteresadamente al arte, sobre todo cuando ese incipiente campo estaba muy alejado de los conceptos posteriormente predominantes en la Institución Arte, lo que se comprueba fácticamente por el hecho de que el lugar de lo que hoy consideramos obras representativas y valiosas era un lugar alternativo, ocupando salones de rechazados y otros espacios secundarios. Actualmente la institución Arte, a través del circuito de museos, centros culturales y galerías, muestra un claro interés en no verse desfasada de lo que está sucediendo. Si bien nuestro medio no ha desarrollado un mercado del arte significativo, bien puede decirse que muchas instituciones públicas y privadas dedicadas a la promoción de las artes están en sintonía con la tendencia descrita, de no verse como retrógradas y conservadoras. Es interesante cómo en algunos episodios recientes la posición conservadora es asumida por colectivos artísticos. Otro ítem destacable en la descripción de esta zona de conflicto es que la idea de que el artista sea retribuido por la institución, independientemente de la retribución del mercado, está en proceso de ser aceptada, si bien como ya se ha expuesto, estas retribuciones reales son bastante simbólicas, y cumplen con una función de caballo de Troya en el referido proceso de aceptación. Es sintomática la cantinela recurrente de periodistas de pretendido perfil crítico que señalan como escandaloso el hecho de que haya artistas que cobren por su trabajo.

Lo interesante del conflicto planteado creo que pasa más por las interrogantes abiertas que deja, para que el público consumidor rellene, que por las valoraciones éticas y morales que teóricos y críticos puedan aventurar. Este planteo es válido para los demás conflictos que serán presentados en este texto.

Conflicto encargo - libertad

La conquista de la independencia del encargo por parte del artista es otro de los elementos que emergen en la génesis del campo del arte como campo autónomo. Tras toda una historia del arte basada en obras hechas por encargo, el artista decide que va a hacer las obras que le den la gana, independientemente del cliente, que pasa a ser un problema postergado, desplazado en el tiempo hacia delante o negado, en una operación cuya estrategia radicaba en generar la credibilidad del valor intrínseco del arte como hecho autónomo. En ese sentido, el campo de la publicidad se rige por las mismas reglas que se regía el del arte, antes que el arte tuviera que

ser sólo arte, o sea: de la gran mayoría de las obras que tenemos incorporadas en nuestro imaginario como verdaderas obras de arte. Por otra parte, desde el campo del arte, en la contemporánea hibridación transdisciplinaria en la que trabajan muchos artistas se ve una voluntad de que su producción sea puesta al servicio de algo: causas políticas, humanitarias, cuestiones de género. Resulta un desafío interesante para muchos artistas participar en eventos temáticos en los que se trabaja alrededor de un concepto (desde bienales y encuentros internacionales hasta simples exposiciones colectivas presentadas en espacios alternativos). Tal vez se pueda aventurar la hipótesis de que una vez que el artista conquista la libertad de no estar al servicio de un cliente, decide de todas formas ponerse al servicio de algo. O tal vez conquistar la libertad del encargo no era un acto desinteresado que no estaba al servicio de nada, sino que estaba precisamente al servicio de obtener esa libertad.

Lo interesante del conflicto planteado creo que pasa más por las interrogantes abiertas que deja, para que el público consumidor rellene, que por las valoraciones éticas y morales que teóricos y críticos puedan aventurar. Este planteo es válido para los demás conflictos que serán presentados en este texto.

Conflicto de conclusiones

Como el lector intuitivo podía prever, no hay conclusiones, al menos en estas líneas: seguramente las habrá en la infinidad de interpretaciones generadas por el público que concurra a esta muestra. Comparaciones y dialécticas que se desarrollarán en la mente de quienes establezcan vínculos entre estas obras y lo que experimentan cotidianamente frente al fenómeno de la publicidad. Por las características del tiempo en el que vivimos, los conceptos que sean desarrollados por los participantes de este proceso de circulación de sentido seguramente no sean de tipo valorativo; no se trata de establecer quién gana un supuesto partido entre arte y publicidad. La idea es que todo este trabajo cumpla una función de disparador de posibles interpretaciones que estructurarán el tejido de significados con los que interpretamos nuestra cultura contemporánea.

Lo interesante del conflicto planteado creo que pasa más por las interrogantes abiertas que deja, para que el público consumidor rellene, que por las valoraciones éticas y morales que teóricos y críticos puedan aventurar. Este planteo es válido para los demás conflictos que serán presentados en este texto.



ANTONIO ALZA

Se me hace difícil precisar en qué momento de mi niñez me vi dibujando y pintando cuanto superficie disponible me encontraba por el camino, se me hace sí muy fácil reconocer lo importante del estímulo temprano de la familia, tal vez sea por eso que mi relación con el arte haya sido siempre de una forma tan natural, al punto de convertirse en "ese lenguaje paralelo" que he mantenido desde entonces. Más tarde y con alguna conciencia de lo que estaba haciendo tomé clases de pintura y diseño en el taller César Quintero, en el departamento de Río Negro, donde nací hace unos treinta y algo de años. De ahí en adelante, con más información técnica y con una educación más específica, he seguido cultivando aquél lenguaje. Después vinieron estudios de teatro (hice el técnico de la EMAD: escenografía, iluminación, vestuario, maquillaje) que me llevaron a la actividad que desarrollo hoy en día; hace unos diez años que soy Director de Arte y mi campo son las productoras de comerciales y audiovisuales. Quiero destacar la influencia de esto último en mi obra: la publicidad, su "modo" y su intención efectista han "educado" bastante mi lenguaje, si bien no para embellecerlo precisamente, sí para potenciar al máximo lo que quiero decir. Invitado por el Museo Solari de Fray Bentos hice allí dos muestras, la primera en el 2005 y la segunda en el año 2007.

"Blanziflor et Helena" es parte de una serie (El Vestuario Fantástico). He querido aquí jugar un poco con mi visión de las relaciones humanas, la ambigüedad que casi siempre mostramos en ellas, no para establecer juicios sino para enaltecer la riqueza y variedad de la condición humana que ha sido, y creo, siempre será mi tema primordial. El humor es otro componente bien importante. Me gusta plantear una factura realista en mi obra pero otorgándole a su vez la mayor dosis posible de fantasía en el resultado final. Dicho así, parecería como si esto fuera producto de la intención, pero la verdad es que hay mucho del inconsciente: puedo saber cómo comenzar pero nunca me queda muy claro en qué termina la cosa. Me siento muy cómodo con las técnicas de dibujo: el lápiz, la tinta, las carbonillas, me gusta mezclarlas para lograr un acabado del tipo "pintura".



Andrea Arobba

ANDREA AROBBA

Andrea Arobba. Nace en 1969. Coreógrafa, bailarina y docente en Danza Contemporánea. Egresada de la Escuela Nacional de Danza. Miembro del grupo de Danza Contemporánea Independiente Contradanza durante 16 años. Ha participado en proyectos internacionales, bajo la dirección de Denis Plassard (Francia), Alexis Eupierre (España), Joan Barret (USA), así como también de festivales y giras internacionales. Cursa talleres de perfeccionamiento técnico y artístico con John Jasper (USA), David Zambrano (Venezuela), Eric Martin (Francia), Juan Kruz (España-Alemania), Martin Keogh (USA), Ana Eulate (España), Nienke Reehorst (Holanda), entre otros. Ha participado en decenas de espectáculos de danza en Latinoamérica y Europa, como bailarina y/o coreógrafa. Actualmente forma parte de la Compañía de Danza Trust Me. www.andreaarobba.com

INCANSABLE. *Una performance de Andrea Arobba*
¿Donde termina el trabajo y dónde empieza el placer? ¿Puede algo constituir un trabajo agotador y ser placentero? Esta performance de danza contemporánea explora las dimensiones simultáneas y superpuestas que se atraviesan al trabajar sin descanso en cosas que están basadas en la intensidad y el disfrute, y lo hace retornando al sentido corporal de las actividades, a la dimensión animal de su desempeño y a la rutina material que implican.



Fabian Barros

FABIÁN BARROS

Montevideo, 1970. Director General Creativo de Grey Uruguay. Comunicador por vocación, diseñador por casualidad y artista digital por decisión. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de la República y Máster en Artes Digitales por la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, España. Diseñador gráfico y creativo publicitario interesado en las nuevas tecnologías, en 2004 se radica en Barcelona, donde se forma e incursiona en el medio artístico digital. Trabaja como realizador y curador, crea el colectivo MAD04 y expone trabajos en salas y festivales como DIBA Festival, VAD Girona, Artfutura y Caixaforum Barcelona, entre otros. Su trabajo como diseñador, creativo y artista digital ha recibido varios reconocimientos. Hoy, nuevamente en Uruguay, combina su actividad profesional con su vocación artística on/off-line.

Neuronas. 2004-2008. Técnica: digital - interactivo. Dimensiones : 1024 x 768 pixels

"_n_e_u_r_o_n_a_s" es una interfaz generativa navegable semi-intuitiva, a través de la cual el usuario puede acceder a una serie de trabajos interactivos y/o contemplativos realizados exclusivamente con herramientas digitales que combinan el diseño de imagen y sonido con la programación. La selección de obras que se presenta en esta oportunidad se enmarca dentro de la muestra "Satélites de Amor: Trabajo", e intentan reflejar a través de diferentes técnicas la tensión existente entre los distintos mundos subjetivos del autor. Concebido casi como un bloc de apuntes, el objetivo de estas "neuronas" es ofrecer un punto de vista lúdico/expresivo que ayude a desmitificar al medio digital como un hecho "de expertos para expertos" y a concebir a la computadora como una herramienta de creación artística libre más allá de sus increíbles potencialidades utilitarias.

Nota: Todas las obras son (o pueden ser) work-in-progress. Esta muestra es sólo una instantánea en el tiempo, aislada de su lugar de existencia natural: la web. Estos y otros trabajos pueden verse en www.fyslab.net.
Para contactar con el autor: fabianbarros@gmail.com



Nicolás Branca

NICOLÁS BRANCA

Nicolás Branca Rossi. Montevideo, 1972. Ha participado de los talleres de arte y comunicación impartidos en la Alianza Francesa por docentes de la Escuela de Bellas Artes de Lyon y del Grupo francés de creación contemporánea "Trois Quart Face". Participó también en el taller de artes plásticas de los artistas uruguayos Gerardo Goldwasser y Mario Sagradini en el Instituto Goethe de Montevideo, y en el taller impartido por el artista español residente en Nueva York Antoni Muntadas, en el Centro Cultural de España en Montevideo.

A partir del 2000 comienza a exponer regularmente. Ha participado de varias muestras, entre las que se destacan "Ojo2000", Interferencias de Arte en Facultad de Arquitectura (UDELAR); "Marcas Oficiales" en el Subte Municipal de Montevideo y en el Centro Cultural Recoleta de Buenos Aires, "Suerte en Pila" en el centro cultural ExTeresa, México DF; "Deshonra y Violencia" con curaduría de Luis Camnitzer y Patricia Bentancur en el Centro Cultural de España. Ha sido seleccionado en el "51 Salón Nacional" del Museo Nacional de Artes Visuales de Montevideo, y por el "Premio Paul Cezanne 2006" de la Embajada de Francia en el Uruguay. Sus videos se han exhibido en festivales internacionales en Buenos Aires, Mar del Plata, México DF, Marsella, Sevilla, Madrid, París y Berlín. En 2005 gana el premio a mejor video en la categoría experimental del "Festival de Cine y Video Latinoamericano de Buenos Aires".

Videoinstalación. 2 videos de 1 minuto. 2 televisores enfrentados. 2 reproductores de DVD.

"Episodio 2" es la segunda acción que utiliza el lugar de exposición como "locación" en el sentido que se le da en el mundo cinematográfico. Se utiliza el espacio y, eventualmente, sus "ocupantes", para montar una acción, una pequeña ficción previamente guionada. La primera fue "1000m" en el Centro MEC. En esta oportunidad se reedita un proyecto que fue realizado en México para hartar el espacio en Ex Teresa (Ciudad de México) del 20 de julio al 27 de agosto de 2006; la muestra se llamó "Suerte en pila". La idea es que se sucedan acciones relacionadas en dos televisores o proyecciones enfrentadas. En este caso, el objetivo es trasvasar los límites de la pantalla, sin salir de la misma.



Marcos Caltieri

MARCO CALTIERI

24/09/1972, Montevideo. Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UdelaR). Después de pasar por varias agencias uruguayas de publicidad, desde 2004, trabaja en DraftFcb Argentina. Edita la revista de ilustración, diseño e historietas ¡Guacho! desde el año 1999, proyecto que acaba de publicar su séptimo número (premiado por el programa de Fondos Concursables, MEC) y de reeditar sus tres primeros números en formato libro (Ed. Amuleto, 2007). Participa de manera colectiva en Lab: 03 (Montevideo 2003); Arte al plato, (Buenos Aires 2004); Historietas después de la Industria, (Montevideo 2005); ConSecuencias (Madrid-Montevideo, 2007). Gana la sección animación del Espacio Uruguay del Festival de Cine de Cinemateca Uruguay (2003) con la ensalada de cortos "Guacho TV". Colabora con el segmento "Flash MTV" de MTV Latinoamérica durante el año 2003. Autor del proyecto "Metro de Montevideo" (señalética ficticia para un ficticio Subterráneo en Montevideo).

Nombre: "La historieta de Kung Fu". Técnica: Acrílico sobre fotocopias de avisos. Dimensiones: 1 m x 1,50 m. Fecha: de marzo de 2002 a marzo 2008.

Las imágenes adjuntas corresponden a "Los Reclames", (Acrílico sobre avisos impresos en revistas), "SuperPowerBlocks" (Digital), "Caricaturas uruguayas" (Collage y digital). Todas pertenecen a la serie serie "Dibujantes para prender el asado" Finalmente, el afiche del proyecto "Metro de Montevideo".

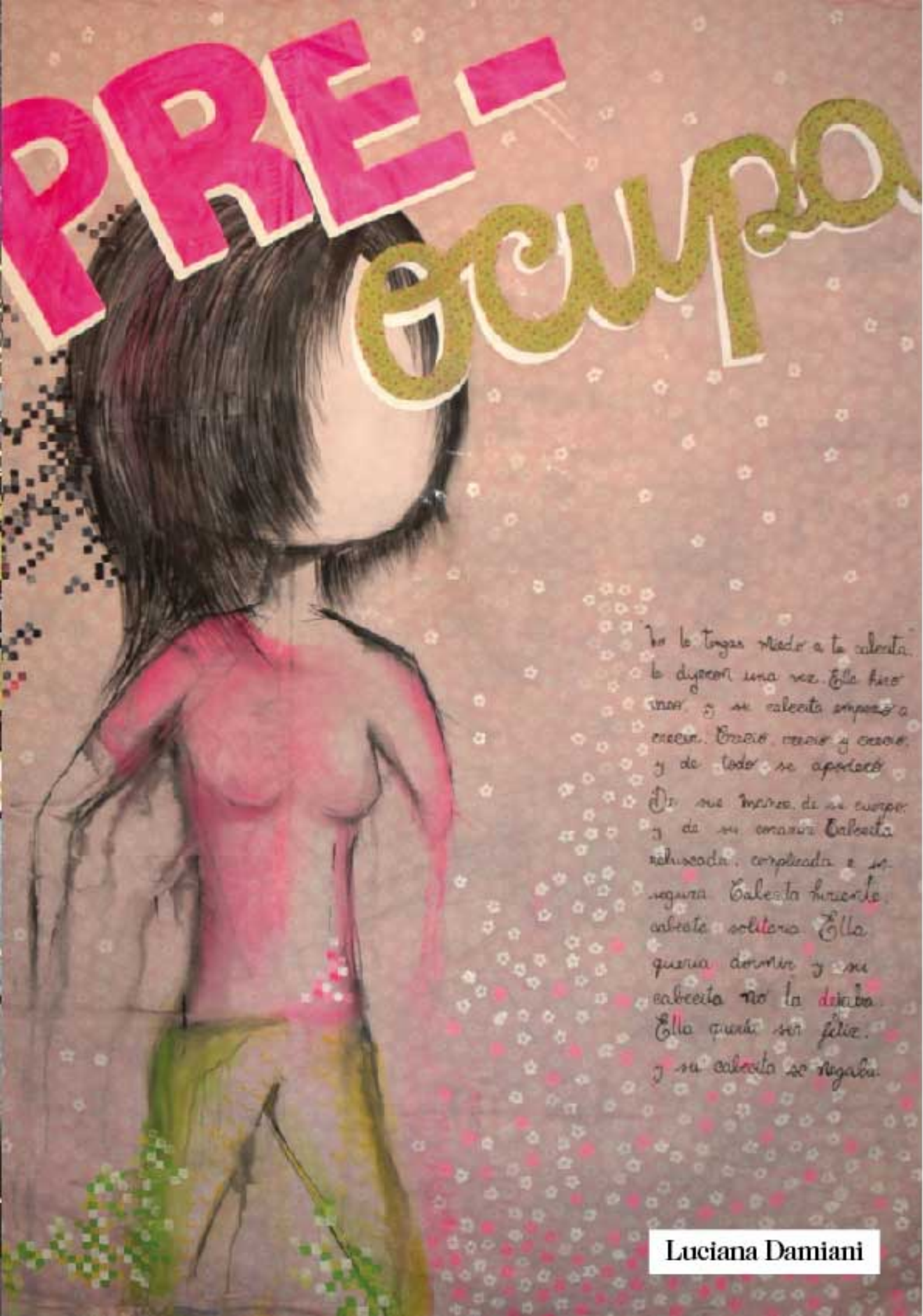


PABLO CASACUBERTA

Pablo Casacuberta nació en Montevideo, Uruguay, en 1969. En 1990 publicó su primer libro de narrativa, *Ahora le toca al elefante*, seguido por *La parte de abajo de las cosas* (1992), *Esta máquina roja* (1995), *El mar* (2000), *Una línea más o menos recta* (2001) y *Aquí y ahora* (2002). Ha dirigido cortos experimentales y ficcionales, animaciones y un largometraje, *Another George* (Reino Unido, 1998), que fue codirigido por Yukihiro Goto. Su trabajo como director de materiales para televisión ha salido al aire en más de veinte países. Como artista visual ha participado en varias muestras colectivas, en Uruguay y en el exterior, particularmente *Immediate* (Reino Unido, 1999), *Composición de lugar* (Montevideo, 2004), y *Settimana del Uruguay* (Venecia, 2007). A partir de una muestra de fotografías llamada *Apariciones*, publicó en 2007 un libro homónimo, que reúne las fotos de la muestra. En 2008, realizó en el Subte Municipal la exposición *Persona*. www.pablocasacuberta.com

33 ORIENTALES. *Me crié en México, un país en que la iconografía de los héroes y hechos históricos nacionales era monumental y moderna. Al llegar a Uruguay, con 15 años, me encontré con que la representación de nuestros hechos históricos fundacionales databa casi sin excepciones del siglo XIX, y que se trataba más bien de cuadros que de murales. Al mismo tiempo, encontraba que algunos edificios uruguayos me resultaban descomunales para el tamaño del país y de su capital, como ocurre con el Palacio Legislativo o el edificio central del Banco República, y de alguna manera sentí que la relación entre el tamaño de las aspiraciones del país y su dimensión objetiva decía algo sobre la mentalidad local. Me imaginaba cómo sería un edificio público así, dotado de murales gigantescos a la manera mexicana. Me propuse hacer, como una forma de vincular la identidad local con la imaginería de mi infancia, un mural donde se representarían los 33 orientales, vistos desde una perspectiva a la vez infantil y adulta. Del mismo modo en que la individualidad puede rastrearse en sucesivas capas o voces interiores, quise que esta mirada a la identidad del país tuviera la misma sensación de polifonía. Aquí expongo un diez por ciento del ancho total de ese mural, como una forma de ironizar sobre la distancia que hay, invariablemente, entre las expectativas que uno tiene al emprender una búsqueda y lo que logra finalmente materializar.*

Pablo Casacuberta



LUCIANA DAMIANI

Montevideo, 1982. Luego de terminado el liceo (1999) ingreso al IPA (Instituto de Profesores Artigas) en el que realizo 2 años de profesorado de biología. En el año 2001 ingreso a la Escuela Nacional de Bellas Artes, hasta el 2002. En el 2003 realizo un curso básico de diseño gráfico en UDE (Universidad de la Empresa). A fines del 2003 empiezo a interesarme por la publicidad y realizo en el 2004 un curso de redactor publicitario en Undreground (actual Brother). En el 2005 vuelvo a Bellas Artes. En dicho año realizo una pasantía como redactor publicitario en Achard Algorta. Dicha pasantía concluye a los 3 meses. En setiembre de dicho año ingreso como pasante en el departamento de arte de Viceversa EURO RSCG, donde me desempleado como diseñadora gráfica. En febrero de 2006 quedo como diseñadora gráfica efectiva en Viceversa EURO RSCG. En setiembre de 2007 realizo la muestra NENAS, tipo instalación en la Sala Miguel Angel pareja de la Escuela Nacional de Bellas Artes. Actualmente sigo trabajando en el departamento de arte de Viceversa EURO RSCG y cursando 6to. año de Bellas Artes en el taller fundamental Carlos Seveso.

*Nombre de la obra: PRE-ocupa. Técnica: Mixta (acrílico, témperas y tela sobre sábana).
Medidas: 1.65 mts x 2.00 mts. Fecha: marzo/2008*

¿Qué es lo que me hace una diseñadora cuando pinto? y ¿qué es lo que me hace una artista cuando diseño? ¿Será que soy las dos?, ¿o será que no soy ninguna?. El arte y mi trabajo son mundos se conectan y se desconectan continuamente en mí. Y aunque quisiera desvincularlos por completo, no podría, porque ambos me definen. Uso elementos gráficos cuando pinto, y uso elementos artísticos cuando diseño. Estos mundos se aman, se odian, se confunden, se pelean y se amigan. Se arman y desarman todos los días. En ambos encuentro historias que contar, ideas que transmitir, y no importa si es con un mouse, un pincel o ambos. Lo único tangible los separa es la piel. Porque uno de ellos existe de la piel para afuera, y el otro de la piel para adentro.

*No le tengas miedo a la calentura.
le dices una vez. Ella hizo
amor. y se calienta siempre a
encien. Encien, encien y encien.
y de todo se apodará
De sus mareas de su cuerpo
y de su corazón Cabeceita
reluciente, complacida e se-
segura Cabeceita haciendo
cabeceita solitaria Ella
quería dormir y su
cabeceita no la dejaba
Ella quería ser feliz.
y su cabeceita se negaba.*

Luciana Damiani

Paula Delgado
Javier Vaz Martins



PAULA DELGADO

Montevideo, 1977. Artista visual. Obtiene en 2008 una residencia para el Museums Quartier, Viena, donde desarrolla su proyecto *Cómo sos tan lindo*. Integra el libro de Fotografía Latinoamericana editado por Rodrigo Alonso. Principales exposiciones: *Rockumenta1* (Ciudad de México, 2008), *Academy of Fine Arts* (Viena, 2008), *Bienal de San Pablo-Valencia* (Valencia, 2007), *Galería Traschi* (Santiago de Chile, 2007), *Salón Municipal de Artes Visuales* (Montevideo, 2007), *Centro Cultural de España Montevideo* (2007, 2005), *Kunsthalle Wien* (Viena, 2006), *Belleza y Felicidad* (Buenos Aires, 2006), *Centro Cultural Pablo de la Torriente Brau* (La Habana, 2006), *Buenos Aires Photo* (Bs. As., 2006), *Institut Valencià d' Art Modern* (Valencia, 2006), *Museo Blanes* (Montevideo, 2005), *Galerie Chez Vallentin* (París, 2002), *Art in General* (New York, 2002), *Casa Encendida* (Madrid, 2002), *The Armory Show* (New York, 2001), *Instituto Goethe* (Montevideo, 2001). Trabaja como directora de arte en producciones audiovisuales.

JAVIER VAZ MARTINS

Montevideo, 1979. Músico y diseñador gráfico. Vive y trabaja en Montevideo. Entre 2000 y 2004 trabajó como redactor creativo, lo que lo hizo desistir del mundo de las agencias. Diseñador gráfico autodidacta, se especializa en desarrollo de marcas e imagen corporativa. Actualmente trabaja en la Productora Montecristo generando contenidos de comunicación.

ESPACIO DISPONIBLE // DVD, 3 min. paula delgado & javier vaz martins.

Cansados de los exorbitantes precios que les son impuestos y los constantes cuestionamientos éticos a los que son sometidos, los anunciantes de todas partes del mundo se levantan en huelga. La medida, que comenzó días pasados en las principales capitales, llega ahora hasta nuestro país alcanzando incluso a pequeñas y medianas empresas. ¿De qué hablarán ahora los artistas dedicados al activismo cultural? ¿Cómo llegarán a fin de mes los creativos publicitarios? ¿Cuántos Félix-González Torres se precisarán para llenar los cientos y cientos de carteles que hoy visten al planeta con la fría frase: Espacio disponible para publicidad?

acios publicitarios libres.

la huelga de anunciantes en todo el mundo.

Mauro Ferraro



MAURO FERRARO

31/10/70. Montevideo. Realizó estudios de publicidad gráfica, fotografía, cine y semiótica. Trabaja en publicidad desde 1993, como diseñador gráfico, luego como director de arte y más tarde como director creativo. Dictó clases y talleres de creatividad en ORT y en el Círculo Uruguayo de la Publicidad. Obtuvo premios en varios festivales nacionales e internacionales (Gramado, Fiap, Lápiz de Oro, Ojo de Iberoamérica, San Sebastián, Campana de Oro, Desachate). Actualmente es socio y director creativo en IN Publicidad.

DESCRIPCIÓN: Arte digital impreso desarrollado a partir de fotografías, dibujos, objetos escaneados y tipografías.

CONCEPTO: Trabajar como diseñador gráfico supone la búsqueda cotidiana de texturas, formas, estilos, colores, tipografías y también el hallazgo de conceptos estéticos. Con todo eso voy generando un banco de referencias. Allí guardo un conjunto de elementos que me inquietan o emocionan, y ellos se vuelcan tanto en mi trabajo profesional como artístico. ¿Cuál es lugar, entonces, del arte, y cuál el de la publicidad? Estos elementos caen en un espacio incierto donde no se distingue el límite. Este es el caso: tomé el conflicto artístico-publicitario en una misma emoción. Este es el resultado de mi ilusión con una tipografía, así como de mi entusiasmo ante un todo plástico. Y, naturalmente, del contacto que ellos hacen con la realidad.



FERNANDO FOGLINO

1976. Participa en variados escenarios realizando performances poéticas (Tertulias Lunáticas, realizadas en el patio del Cabildo con motivo del 1er Festival de poesía uruguaya / ESTUARIO, poetas de dos orillas, AFE / Ronda de Poetas (MBM) / La noche de los museos, edición 2005, 2006, 2007/ Boliches en Agosto M.E.C, edición 2007/ Primer encuentro Arte en las Loberías, Cabo Polonio, febrero 2008.

PUBLICACIONES: 2007 / Vodka (Edita: Casa de los Escritores del Uruguay). POESIA: 2004 / Kate 500 Km (Edita: Artefato). 2001 / 2005 / 2007 / A palabra limpia 5 / 8 / 10 (Edita: Banda Oriental). NARRATIVA - Muestra colectiva. 1997 / Letras Uruguayas (Edita: Bianchi editores) PREMIOS: 2007 / 1er. PREMIO POESIA / Concurso Premio 4º Aniversario CASA DE LOS ESCRITORES DEL URUGUAY. 2001 - 2005 - 2007 / 5 Menciones en NARRATIVA / Concursos de la filial Jai de B'nai B'rith. 2000 / 1er. PREMIO POESÍA y Mención Honorífica / Concurso de poesía 50 años de A.U. D.E., Fundación BankBoston y el MEC. 1999 / 1er. PREMIO NARRATIVA / Concurso Nacional de Arte Nextarte, INJU Ministerio de Educación y Cultura. 1996 / Mención honorífica / Concurso Poesía Viva, Comisión de Juventud (IMM)



ALFREDO GHIERRA

Alfredo Ghierra nace en Montevideo en 1968. Cursa estudios de arquitectura y arte en la Facultad de Arquitectura de Montevideo y en la Escuela Nacional de Bellas Artes, entre los años 1985 y 1990. Trabaja fundamentalmente la técnica del dibujo con grafo y tinta y más recientemente en la fotografía, el arte digital y la animación. A partir del año 1994 realiza exposiciones personales y colectivas dentro y fuera del Uruguay (Montevideo, Buenos Aires, Sao Paulo, Brasilia, Sofia, Venecia). Actualmente vive y trabaja en Montevideo, desempeñándose como director de arte en el medio audiovisual.

"Oasis". Fotografía digital, ampliación sobre papel fotográfico 1,45 x 0,90 m, 2008.

Parecen tan distantes: amor y trabajo...y sin embargo hay gente cuyo trabajo es el amor, sin contar la gente que ama su trabajo; en fin, con el tiempo he aprendido a vivir en ambos, sobre todo con mi trabajo estrictamente artístico (el amor) y mi trabajo como director de arte para el medio audiovisual (el trabajo), y si bien este último metier amenaza por momentos con devorarlo todo, especialmente mi tiempo disponible, siempre aparece, aun en el medio del mas terrible desierto que puede ser la filmación de una publicidad, un oasis azul y refrescante, como la libertad última de la mente del hombre que permanece preso, una libertad que no es física pero que te hace volar. La contradicción existe: una actividad permite el espacio físico de la otra, pero la primera se lleva la mayor parte del tiempo y los esfuerzos, ergo, hay que tener una cierta disciplina, una voluntad férrea y una gran claridad acerca de qué es lo que se quiere. De cualquier manera ambas actividades, en mi caso por lo menos, comparten una característica fundamental en mí: el ser obsesivo. Entonces esta energía, esta fuerza de la obsesión, no hace más que desplazarse de una actividad a la otra. Por lo menos así, la sensación de dolor desaparece y mi mente se entretiene en sus gimnasias mientras mis ojos miran al mundo desde sus puntos de vista predilectos. Durante un rodaje, ciertas veces aparecen momentos sin tensiones, como lagunas calmas, espacios de tiempo en que mi presencia en el set no es indispensable y en los que puedo dedicarme a fotografiar lo que me interesa, a sacar de la realidad esos fotogramas que tienen sentido solo para mí, sin preocuparme de necesidades, compromisos, presupuestos o jerarquías, y es así que surgen estas series de fotos sobre cómo veo el mundo, sobre el amor que hay en todo, islas de vida que asoman en la arena desértica, oasis.



HORACIO GUERRIERO

Nace en el año 1953 en Flores, Uruguay. A partir del año 1978 comienza a trabajar como caricaturista en el diario EL DIA. Un año después ingresa en la Agencia de Publicidad FERRERO & RICAGNI e inicia su carrera dentro del campo publicitario. En el año 1982 ingresa en el taller del artista Clever Lara y a partir de ese momento comienza a desarrollar una labor artística fundamentalmente a través del dibujo. Obtiene uno de los primeros premios de la Muestra de plásticos jóvenes de Coca-Cola -1983-, primer premio de dibujo del BID en Punta del Este -1984-, primer premio con destaque especial del Jurado en el Museo de Arte Americano Premio del Este -1984-, primer premio de dibujo Salón Municipal de Montevideo -1986-, primer premio El Olimpismo y las Artes plásticas organizado por el Comité Olímpico Uruguayo -1984-. A comienzos de los años 90 participa de un taller de grabado, invitado por el maestro Luis Solari. En paralelo, obtiene múltiples distinciones como diseñador y creativo gráfico: Es distinguido por la Cámara Uruguaya del Libro -1981-. Primer premio por el diseño e ilustración del afiche de la II Muestra de Teatro Internacional de Montevideo -1986-. Primer premio durante dos años consecutivos en Concurso organizado por Grey Internacional entre 45 filiales de todo el mundo, para el diseño de carátula de su reporte anual, ediciones 1991 y 1992. Primer premio en el Concurso gráfico de ideas 150 AÑOS DEL TEATRO SOLIS -2006-.

Ha publicado sus trabajos como ilustrador en Argentina, Brasil, Puerto Rico, España y Estados Unidos. Actualmente publica sus caricaturas e ilustraciones en el diario EL OBSERVADOR de Montevideo, el periódico económico 5 DIAS de Madrid, y su obra artística personal está expuesta en forma permanente en SOMNIAC ART GALLERY, en Nueva York. Ha realizado varias exposiciones de caricaturas, además de exponer en los últimos cinco años su obra personal MUTE y CUESTION DE PIEL. Fue Presidente del DESACHATE y en el año 2000 editó su primer libro de caricaturas, LOS ELEGIDOS.

¿SE PUEDE VIVIR SIN IDEAS? Hace treinta años que trabajo en creatividad, desde los medios de prensa hacia la gente, desde las Salas de Exposiciones hacia la gente, desde la publicidad hacia la gente. Todo comunica. El esfuerzo por hacerlo bien tiene a las ideas como ingrediente fundamental. Sin ellas, no hay cimiento. Ellas, las buenas y las no tan buenas, han sido las catalizadoras para desarrollar varias actividades en paralelo. Mis ideas gráficas desde cualquier lugar o rol, tienen como objetivo llegar donde no llegan las palabras. Como es muy difícil lograrlo, sigo trabajando mucho. Una vez leí que la creación es un hobby para toda la vida. Y decidí sumarme.

Diego Lev



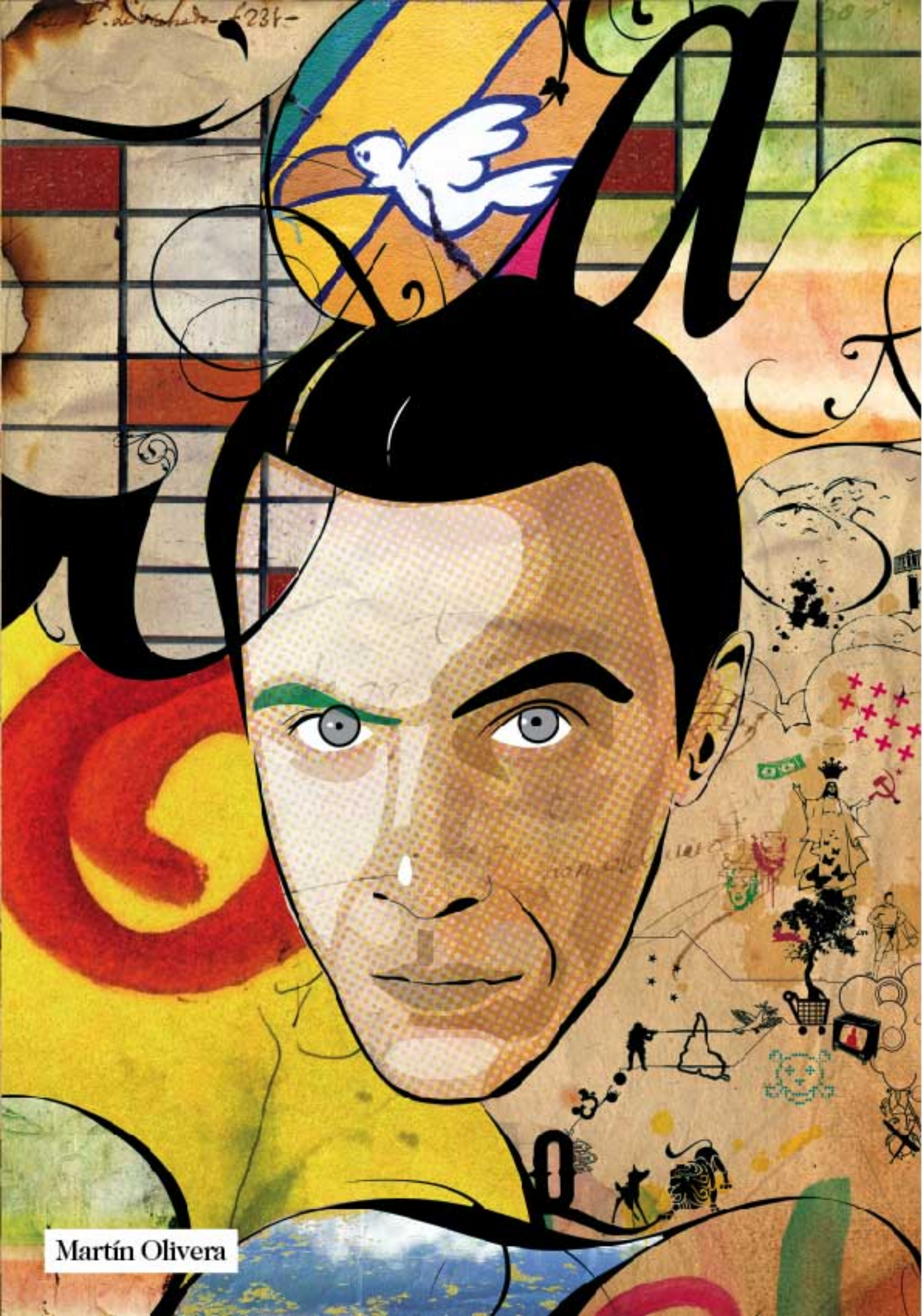
DIEGO LEV

Nace en la ciudad de Montevideo el 2 de julio de 1976. Es Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UCUDAL y Máster en Publicidad, School Agency de Madrid. Desde 1998 es alumno del CEA, Taller del Maestro Nelson Ramos. Exposiciones individuales: 2006 *Obra Reciente*. Del Paseo Sala de Arte. 2003 *Lo que queda*. Alianza Cultural Uruguay-EEUU. 2000 *Obras en papel*. Salón Principal de la N.C.I. Exposiciones colectivas: 2006. Homenaje a Nelson Ramos. Club Uruguay. 35 años del CEA. Homenaje a Nelson Ramos. Del Paseo Sala de Arte. 2005 Premio Rioplatense de Artes Visuales. Fundación Osde, Palais de Glace, Buenos Aires. Premio Rioplatense de Artes Visuales. Fundación Osde. Centro de Exposiciones de la Intendencia Municipal de Montevideo. Exposición del CEA. Palacio Lapido. 2004 Anual Municipal de Artes Plásticas. Centro de Exposiciones de la Intendencia Municipal de Montevideo. Exposición del CEA. Meridiano. Rojo. Goethe Institut. Exposición del CEA. Centro Cultural La Spezia. 4x4. Centro Cultural de la Paloma, Rocha, Uruguay. 2002 *Salón de Arte de la Caja de Profesionales*. Salón de Artes Plásticas Cooperativa Bancarias. Exposición del CEA. Centro Cultura Ciudad de San Felipe. 2001 Exposición del CEA. Covention Center, Punta del Este. 1999 Exposición "Antiguo Testamento", Montevideo Shopping. 1998 Concurso de Jóvenes Artistas Phillips.

Premios y distinciones: 2004 Segundo Premio. Premio Rioplatense de Artes Visuales. Fundación Osde. Seleccionado para el Anual Municipal de Artes Plásticas. 2002 Mención de Honor. *Salón de Arte de la Caja de Profesionales*. Mención de Honor. *Salón de Arte Cooperativa Bancaria*. 2000 Primer Premio. "Antiguo Testamento", otorgado por "B' nai Brith del Uruguay".

S/T. 92x105 cm. Libros, papel y acrílico sobre cartón. 2006

El proceso de trabajo. Lo primero que busco es el placer en el proceso de trabajo. Me gusta cortar con la trincheta una y otra vez. Es un disfrute levantar capas y capas de la obra y descubrir, yo también, qué obra era la que me estaba destinada. No es casual que el azar o lo aleatorio tengan una participación tan importante. Me interesa que tengan su lugar porque son los mejores testigos del momento en que la obra fue llevada a cabo. Por eso mismo nunca realizo bocetos ni planifico nada. Me gusta más ir a trabajar cuando no sé qué es lo que va a ocurrir. La abstracción. Más de una vez he pensado en el hecho de que, de forma instintiva, me he inclinado siempre hacia la abstracción. Disfruto la figuración como espectador, pero me es imposible crearla. En mí, la abstracción tiene que ver con la imposibilidad de expresar pensamientos o sensaciones trascendentes a través de lo concreto. No puedo. Me parece insuficiente cualquier tema concreto, como es insuficiente cualquier nombre para Dios. Lo más trascendente lo siento inasible y, en ese sentido, monoteísta e iconoclasta vestido de jogging, me es imposible crear imágenes. La materia prima. En los últimos años he utilizado papel de libros viejos y abandonados como materia prima. Me gusta más su textura pero, sobre todo, me interesa el objeto. Al trabajar con ellos vuelvo a darles una utilidad que ya no tienen y de algún modo puedo "escribir" los libros que aún no supe escribir. Disfruto de los libros en mi obra como un analfabeto y me los como, como un caníbal.



Martín Olivera

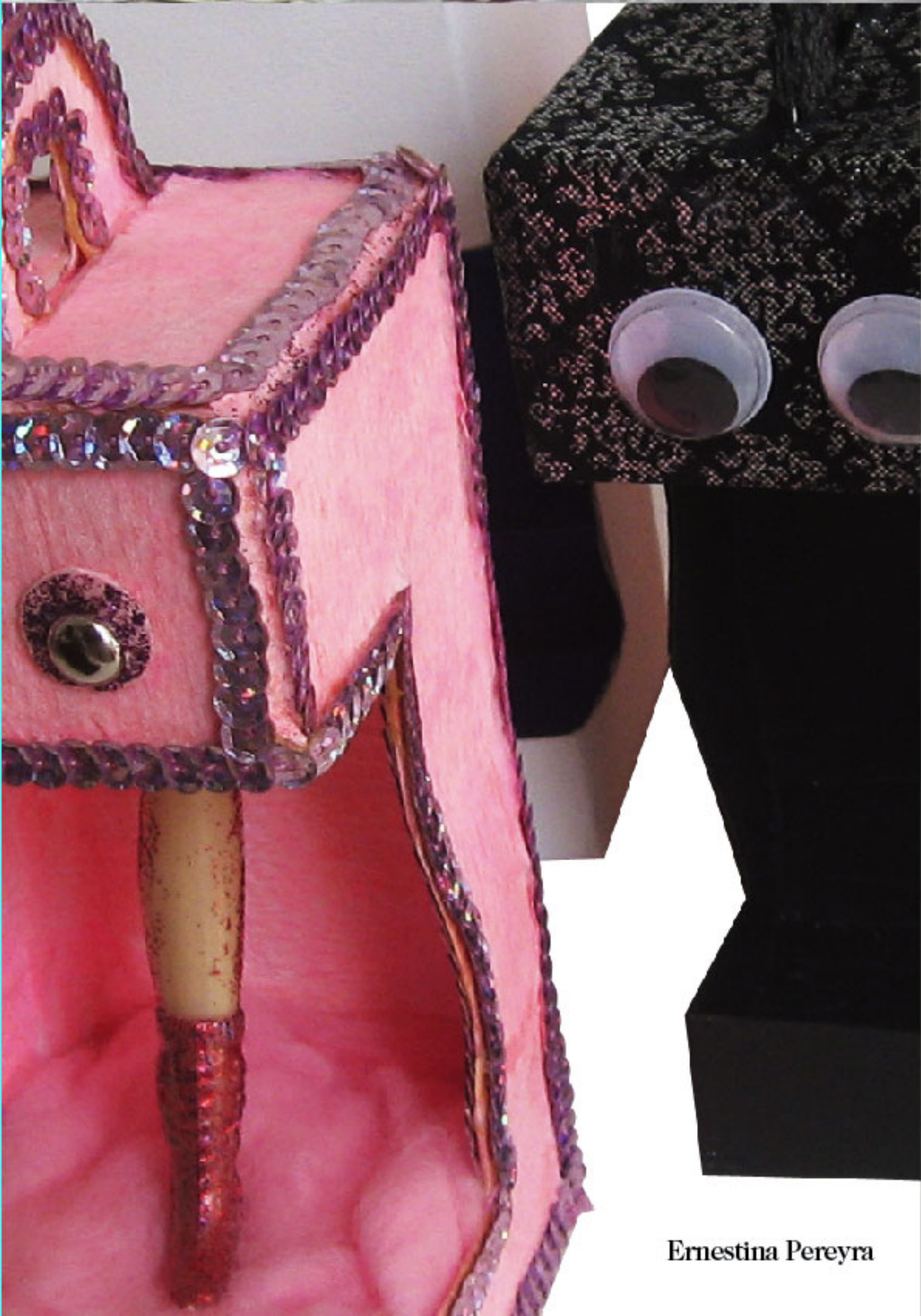
MARTÍN OLIVERA

Director de arte - McCann-Erickson Uruguay.

Con 30 años de edad, Martín se dedica al diseño, las formas, los colores, las posibilidades estéticas y conceptuales que brindan el arte y la comunicación. Martín es Técnico en Diseño Gráfico por la Universidad ORT (Uruguay) y actualmente cursa la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en la Universidad de la República (Uruguay). Cuenta con una experiencia de trabajo de 8 años en publicidad. En el año 1999, inicia su actividad en el Estudio Gráfico Visual Express, como responsable gráfico de las marcas: BestFood, Coca-Cola, Kraft y Castrol. Luego, desde 2005 y hasta el presente, se desempeña en la agencia McCann-Erickson como Director de Arte de las cuentas: Coca-Cola, Nestlé y MasterCard.

Ha participado de destacados Talleres de Diseño en Montevideo, como el de la prestigiosa Revista Suiza "Shh!" en la Alianza Francesa, en el 2002. Sus trabajos gráficos han sido reconocidos en distintos concursos internacionales, entre los que se destaca el concurso "Huellas Indígenas Internacional", donde obtuvo dos primeros puestos y menciones de honor a nivel iberoamericano, siendo expuestos los trabajos en el Centro Cultural de México (Miami-USA). Con una fuerte actividad cultural, define la estética gráfica de una gran cantidad de iniciativas artísticas en Uruguay, como "7x7 Valses de Jobim", una obra internacional presentada en el Teatro Solís de Montevideo en 2007, y Fragata Tango, dirigido por Juan Schelleberg, pianista de destacada trayectoria en Uruguay y en el exterior.

Un autorretrato como forma de abordar la temática del arte y la publicidad no sólo significó una búsqueda introspectiva sino que se transformó en una mirada al universo que me rodea. El comportamiento de estos mundos, supone infinitos puntos de tensión en los que conviven algunas necesidades comunes: la de impactar, comunicar y trascender. Al buscar en mí, encuentro que simultáneamente existen fantasías y realidades, límites y libertades, angustias y alegrías, y se me hace imposible apreciar uno de ellos en ausencia del otro. De alguna manera este modelo representa el equilibrio natural, como lo que sucede entre lo femenino y lo masculino, el frío y el calor, el cuerpo y el alma, y miles de parejas de contrarios. En definitiva la simple unión del fuego y el agua determinan la obra de arte en la cual todos habitamos.



ERNESTINA PEREYRA

Montevideo, 1980.

2007 / Licenciada en Comunicación Social, Universidad Católica del Uruguay. 2005 - 2008 / Asiste al taller del artista visual Gustavo Tabares. 1999 - 2008 / Miembro activo del Círculo Uruguayo de la Publicidad. 2008 / Trabaja actualmente en la agencia 8.30 comunicación, en el departamento de cuentas. 2007 / Montaje de carteles sobre violencia doméstica para el Programa Mujer y Género del Ministerio de Salud Pública, financiado por Naciones Unidas. 2006 / Realizó trabajos de creatividad freelance para Igneo, entre los que se incluyen piezas gráficas para Lote 21 y la pieza televisiva institucional para el diario Plan B.

Medidas: 20 cm. de alto y 8 cm. x 8 cm. de base. Es una serie, pero no tiene título. Fecha: 2007-2008. La obra está hecha en cartulina de 220 gms, cascola, cemento, poxipol y cinta de pintor.

Comencé trabajando con cajas de envases de objetos cotidianos, como lámparas o tubos de pasta de dientes. En todos los casos, me gustaba su diseño más allá de su marca. Las cajas eran forradas de cinta y perdían su objetivo e identidad original. Estas eran resignificadas, pasando de envases a objetos. Para entonces, mi atracción hacia este nuevo objeto había cambiado. La estrategia conceptual en la que estoy trabajando también trata sobre la resignificación: trabajo con un molde de lo que solía ser una cajita de chocolates Lindt, y genero un objeto nuevo. La intención de mi obra es generar amor y simpatía en el mundo. Creo que vivimos en un mundo demasiado cruel y quiero que la gente se sienta feliz.

Ernestina Pereyra



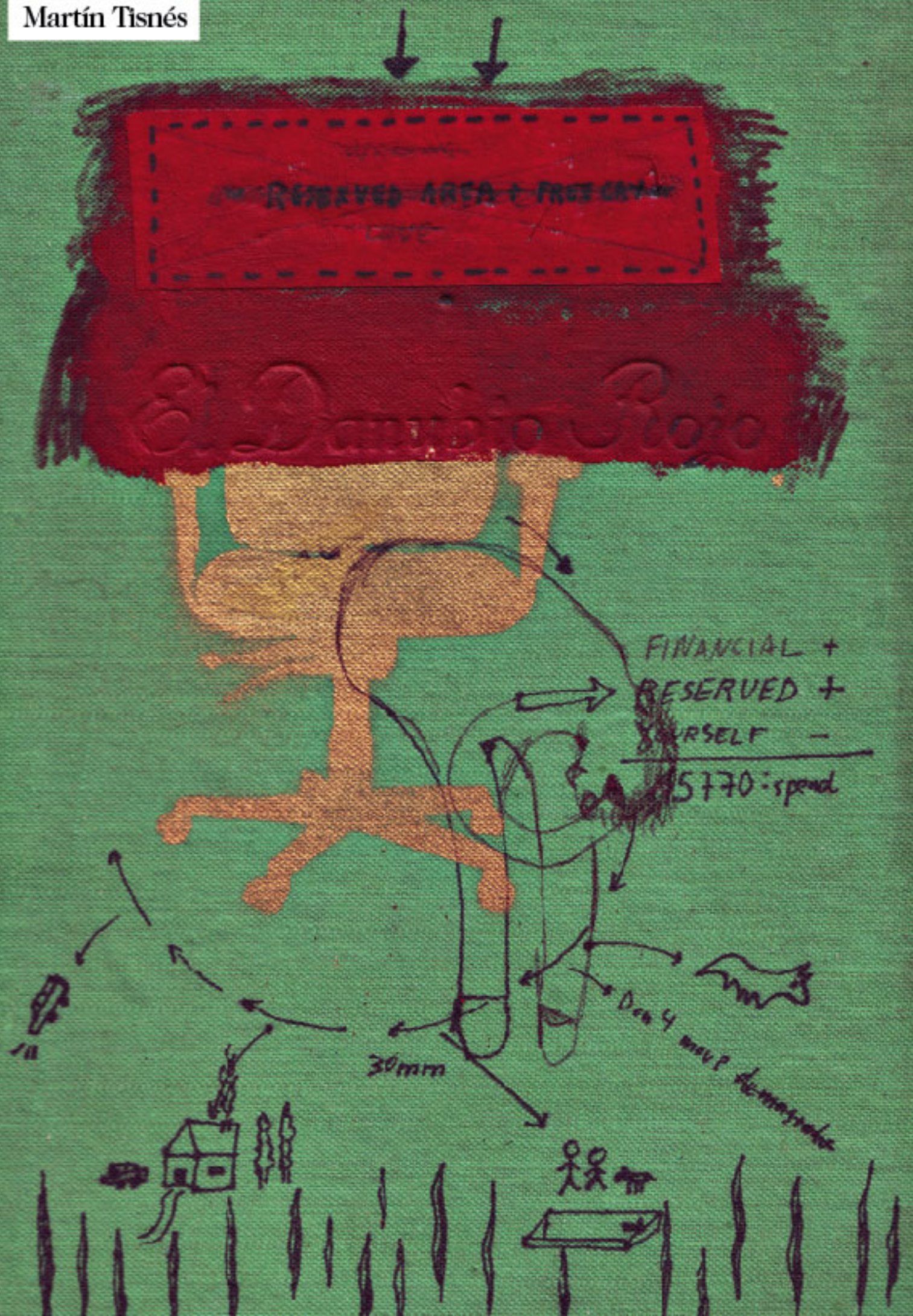
FELIPE RIDAO

Montevideo, 1978. Actualmente dirige el estudio USTED (2006), desde donde indaga activamente en la sociedad del espectáculo. Sus propuestas sobre el campo del arte son desarrolladas en soportes y contextos desemejantes, destacándose su participación en el Salón Municipal de Artes Visuales 2007, la muestra Montevideo en Zaragoza en 2006, la V Bienal del Mercosur en 2005 y la realización de una obra de Antoni Muntadas en 2004. En 2006 fue distinguido por la IMM como uno de los 10 jóvenes creativos del año. Tres años antes fue seleccionado para participar en el "International Youth Exchange Programme 2003" en Tokyo. En 2006 y 2007 organizó y produjo el evento "ENTREN" o "excursiones fono-eléctricas" en el poco utilizado tren de pasajeros de Uruguay, contando con la participación de numerosas y diversas propuestas artísticas de Uruguay y Argentina. Entre 1997 y 2003 enfocó su trabajo en diseño gráfico institucional y posteriormente formó el estudio LOGO (2003-2006), desde donde realizó una nutrida agenda de actividades, tales como los "ciclos de video arte" en el cine Libertad (Montevideo), las 8 etapas del proyecto "LOVETOUR:", instalaciones en centros culturales (Cabildo, CCE, Salón Municipal 2005 en el Subte, Museo Blanes, etc) así como numerosas intervenciones urbanas. por más información: <http://ustedes.net>

Arte Petate de USTED. Serie: Marcas. Título: Plancha (Boceto #1). Autor: USTED (Felipe Ridao). Fecha: 2008.01.01. Materiales: Plancha blanca, vinilo rojo, trincheta, thinner, franela. Formato: Irregular (volumen 27 cm x 10 cm x 12 cm altura, más un cable con ficha schuko). Presentación: Soporte: Pilar MDF 1 cm de espesor. Formato: 1 m de altura x 40 cm x 40 cm de base.

34. *El espectáculo es el capital en un grado tal de acumulación que se transforma en imagen. Capítulo 2 - La mercancía como espectáculo. "La mercancía no puede ser comprendida en su esencia auténtica sino como categoría universal del ser social total. Solo en este contexto la reificación surgida de la relación mercantil adquiere una significación decisiva, tanto para la evolución objetiva de la sociedad como para la actitud de los hombres hacia ella, para la sumisión de su conciencia a las formas en que esa reificación se expresa... Esta sumisión se acrecienta aún por el hecho de que cuanto más aumentan la racionalización y mecanización del proceso de trabajo, más pierde la actividad del trabajador su carácter de actividad, para convertirse en actitud contemplativa."*
G. LUCKACS, *Historia y conciencia de clase.*

35. *"En ese movimiento esencial del espectáculo, que consiste en incorporarse todo lo que en la actividad humana existía en estado fluido para poseerlo en estado coagulado como cosas que han llegado a tener un valor exclusivo por su formulación en negativo del valor vivido, reconocemos a nuestra vieja enemiga, que tan bien sabe presentarse al primer golpe de vista como algo trivial que se comprende por sí mismo, cuando es por el contrario tan compleja y está tan llena de sutilezas metafísicas, la mercancía."*
Guy Debord, *La Sociedad del Espectáculo*



MARTÍN TISNÉS

Uruguay, 1978. Vive y trabaja en Montevideo. Durante un año y medio cursó la Licenciatura en Filosofía de la FHCE, Universidad de la República, al tiempo que comenzó estudios de la Licenciatura de Diseño Gráfico de la Universidad ORT, los que finalizó en 2004. Realizó talleres dentro de la Universidad con profesores que lo influyeron en su desarrollo plástico como Gerardo Goldwasser y Alvaro Amengual. Estudió fotografía durante un año en el Foto Club. Fundó y es socio de Hydra Media Labs (estudio multimedia). Artista visual, trabaja el medio plástico en diferentes formatos, desde el lienzo hasta objetos intervenidos por una variedad de técnicas y materiales.

"Resto". Restos, amor, pedazos, masa, levantarse, antes, no, enfrentar, recortar, respirar, perder, jugar, comer, llorar, ver, sin, ahhhh, silenciar, atravesar, luz, hablar, obligar, impotencia, herir, medir, adorar, quemarse, ansiar, creer, mentirse, tú, ir, por qué?, intervalo, no sé, intento, enfermar, colorear...

Santiago Velazco



SANTIAGO VELAZCO

Montevideo, 1976. Estudio Diseño Gráfico en la Universidad ORT.
En el 2002 asiste al Taller de Enrique Badaró y en el 2003 comienza en la FAC con Fernando López Lage. Integró el colectivo Nispero. Es socio y fundador de Land (estudio gráfico).

MUESTRAS / PREMIOS. Se destacan las siguientes:
LAB 02 "arte emergente España/Uruguay" / 1er. premio Phillips Art Expresión categoría digital, etapa Nacional, 2do premio Phillips Art Expresión categoría digital, etapa Latinoamericana, (Galería Marta Traba - San Pablo - Brasil). Exposición "Velazco + Rodriguez" Colección Engelman-Ost / Colectiva Absorciones en el MEC / Seleccionado en el 52º Salón Nacional de Artes Visuales - 2006. Colectiva Marte Upmarket en galería Nómada, Patagonia - Argentina / Colectiva Bazar Mitre - mural pintado junto con Martín Albornoz / Colectiva El Mescenas Art Gallery / Plataforma MEC "Concentrado de Arte y Diseño" Colectiva "Violencia=>Miedo=>Consumo" - Marte Upmarket.

Pad Mouse 1-2-3-4-5-6
2004-2005 / Islas Canarias - Montevideo

Técnica: Mixta s/cartulina (lapicera, fibra, acrílico, stickers, aerosol, tinta, lápiz, etc)
Medidas: 48.5 x 33 cm

Serie de dibujos realizados durante una estadia de 9 meses en las Islas Canarias mientras que trabajé en 2 agencias de publicidad. Están hechos en hora laborable sobre el dorso de carpetas que utilizaba como papel de escritorio y padmouse.

.....
ruido + vacío de eso se trata.

PATROCINADORES



AUSPICIANTES



APOYAN

