



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO

POSGRADO EN ARTES VISUALES

FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

LA ERA DEL VACÍO:

UNA INTERPRETACIÓN GRÁFICA

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

MAESTRO EN ARTES VISUALES

PRESENTA:

JUAN CARLOS TREJO GARCÍA

DIRECTOR DE TESIS

DR. VÍCTOR FERNANDO ZAMORA ÁGUILA (FAD)

SINODALES

DR. JOSÉ DANIEL MANZANO ÁGUILA (FAD)

DRA. LAURA ALICIA CORONA CABRERA (FAD)

MTRO. OSCAR ULISES VERDE TAPIA (FAD)

MTRO. SANTIAGO ORTEGA HERNÁNDEZ (FAD)

MÉXICO, D.F. FEBRERO 2016



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS A

MI FAMILIA:

DRA. SARA GARCÍA MARTÍNEZ

DR. JUAN TREJO BECERRIL

MTRA. SARAI TREJO GARCÍA

DAVID TREJO GARCÍA

DR. WOLFGANG MÍJAEEL HELMUT STREME

MÍJAEEL STREME TREJO

ESPECIAL AGRADECIMIENTO A:

DR. V. FERNANDO ZAMORA ÁGUILA

DR. JOSÉ DANIEL MANZANO ÁGUILA

DRA. LAURA ALICIA CORONA CABRERA

MTRO. OSCAR ULISES VERDE TAPIA

MTRO. SANTIAGO ORTEGA HERNÁNDEZ

AGRADECIMIENTOS A:

M. ALEJANDRA VALENZUELA

MTRA. LAURA EVANGELINA BUENDÍA

MTRA. A.V. CARMEN RAZO

LIC. SHOSHANA WOLOWELSKY

FABIOLA PÉREZ REYES

LIC. JOSÉ ANTONIO ALPIZAR DÍAZ

NAHUI OLLIN A.C.

AGRADECIMIENTOS MÁS QUE ESPECIALES A:

LIC. A.V. MARCO ANTONIO SOLARES PINEDA

DR. A.V. MIGUEL ÁNGEL LEDEZMA CAMPOS

MTRO. D.G. ANTONIO MORALES ALDANA

MTRO. RICARDO RODRÍGUEZ LEDESMA

TALLER 130

A MIS MAESTROS, QUE GRACIAS A ELLOS, LOGRÉ SER QUIÉN SOY:

DR. LUIS RENÉ ALVA

MTRO. EDUARDO ORTIZ VERA

MTRO. PEDRO ASCENCIO MATEOS

DR. DANIEL MANZANO ÁGUILA

MTRO. VÍCTOR HERNÁNDEZ

MTRO. MELQUÍADES HERRERA

MTRO. ULISES VERDE

MTRA. CARMEN RAZO

INVESTIGACIÓN Y PRODUCCIÓN DEDICADA CON TODA MI VIDA A:

OSCAR MUÑOZ

(D.E.P.)

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

La era del vacío

1.1 Introducción	1
1.2 Pensamiento de modernidad y posmodernidad	3

CAPÍTULO II

Banksy: imagen y posmodernidad

2.1 Banksy y la imagen	28
2.2 Temática en la obra gráfica y temática de Banksy	31
2.3 Características estéticas en la obra de Banksy	44

CAPÍTULO III

Interpretación gráfica de “La era del vacío”.

ensayos sobre el individualismo contemporáneo.

3.1 Antecedentes	61
3.2 Marco histórico	66
3.3 Técnicas de producción gráfica	64
3.4 Propuesta gráfica	68
3.5 Interpretación gráfica de la era del vacío	69
Conclusiones	156
Fuentes de consulta	160

CAPÍTULO I

La era del vacío



Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "La posmodernidad sentada lúdicamente con la modernidad..."

Técnica: fotograma de la película: "Body of female" by (Mark Mori), intervenido con Adobe Photoshop.

Medidas: 28 x 21 cms.

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García

1.1 INTRODUCCIÓN

La intención de la presente investigación se basa en mi interés por el estudio del comportamiento humano y de manera concreta, del individuo en la sociedad posmoderna. Mi obra gráfica presentada en este trabajo, pretende interpretar gráficamente tres de las conductas que considero relevantes en la sociedad posmoderna: el narcisismo, el individualismo y la violencia. Estos tres aspectos han sido ampliamente estudiados por el filósofo francés Gilles Lipovetsky, por lo cual, considero importante retomar sus reflexiones como base de mi investigación.

La sociedad posmoderna contrasta drásticamente con la sociedad moderna, pues esta última se caracteriza por: el orden, el trabajo, el respeto a las instituciones, el valor del arte y la disciplina, mientras que la sociedad posmoderna de acuerdo con Lipovetsky, es una sociedad definida por el culto al cuerpo, al consumismo, al desarrollo de la cultura psicológica (*psi*), a la flexibilización de la sociedad, así como por el interés por las expresiones de la baja cultura. Estas características han generado una nueva forma de vida que se relaciona con una manera distinta de individualización.

Lipovetsky menciona que de manera continua se está dando un proceso de personalización que lleva a la sociedad a una nueva forma de organización y orientación, así como a una forma distinta de gestionar los comportamientos que desembocan en una sociedad flexible y tolerante.

La cultura posmoderna representa una sociedad que emerge de una organización uniforme y que mezcla los últimos valores modernos, realza el pasado y la tradición, revaloriza lo local y la vida simple, difumina lo disciplinario y coloca en su lugar lo permisivo, disemina los valores del arte.

La imagen es el medio comunicativo por excelencia para la sociedad posmoderna, ya que a través de ella se logran expresar: situaciones, ideas, valores, gustos, preferencias, estilos de vida, etcétera. La imagen toma una mayor relevancia debido al desarrollo desmedido de las redes sociales que privilegian la comunicación a través de la imagen y no del lenguaje. Asimismo, las redes sociales permiten lo que Vargas Llosa denomina la baja cultura, un arte sin fines estéticos, que sólo comunican experiencias y sensaciones.

La obra gráfica que propongo es una interpretación de todo este comportamiento posmoderno a manera de denuncia y crítica social. Con respecto a lo técnico, utilizaré las técnicas gráficas de dibujo, dibujo digital, pintura al óleo y la técnica de la transferencia, lo cual se detallará en el Capítulo III.

1.2 Pensamiento de modernidad y posmodernidad

Durante la década de los años ochenta, Gilles Lipovetsky expone “La era del vacío, ensayos sobre el individualismo contemporáneo”, dedicado al estudio de las conductas del individuo en sociedades avanzadas. En el ensayo se discute sobre la excesiva masificación de productos y el consumismo, creando con ello nuevas conductas gregarias en las sociedades occidentales; y define el momento histórico posterior a la modernidad como postmodernismo. En esta visión de la sociedad de Lipovetsky, se observa la existencia de un individualismo de tipo narcisista.

El filósofo considera como un punto de partida de la modernidad “el hecho del desmoronamiento de ideologías e instituciones a finales de la década de los sesentas, e iniciando con este suceso, la búsqueda de autorrealización por aparte del individuo.”¹ Lipovetsky en una de sus principales obras “La era del vacío” (1983) analiza una sociedad posmoderna marcada, desde su perspectiva, por una separación de la esfera pública, y a la vez una pérdida del sentido de las grandes instituciones colectivas (sociales y políticas) y una cultura abierta con base en una regulación *cool* de las relaciones humanas: tolerancia, hedonismo, procesos de socialización, educación permisiva, liberación y diversidad sexual, sarcasmo y violencia.

A lo largo de “La era del vacío”, Lipovetsky desarrolla el tema de un evento generalizado en la sociedad francesa, que consiste en el cambio de conducta del individuo en su carácter social, propiciado por un profuso

¹ Lipovetsky. G. *La era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Pág. 3.

consumismo, la excesiva información a través de los *mass media* y finalmente, el narcisismo y el placer de autorrealización. Este autor propone que a cada período histórico se asemeja con un personaje de la mitología griega, en el caso de la Modernidad, se le atribuye la imagen de Sísifo² que es castigado por los dioses con la pena de empujar a cuestras un gran peñasco hasta la cima, pero antes de llegar al final, la piedra rueda hasta el valle de donde proviene y así comienza de nueva cuenta y de manera eterna.

Así considera Lipovetsky a la modernidad:

*"[...] ésta empuja a la sociedad hacia la cima del progreso por medio de la industrialización, el conocimiento y la revolución, pero no logra llegar a la cima, pues aparece la postmodernidad y con ella el mítico Narciso y su figura que no demuestra una penitencia o sacrificio como es el caso de Sísifo, sino, una autocontemplación y concepción del mundo a través de su propia imagen tal y como Narciso lo hizo al mirar su retrato en el estanque de agua."*³

*"En la posmodernidad se rinde culto a la imagen, se optan por ideas terapéuticas, el culto al estímulo; de esta manera, el poder y la fuerza no son suficientes para conquistar lo deseado, sino es a través del narcisismo y bajo la égida de seducción."*⁴

² Lipovetsky, G. *Diálogo de Gilles Lipovetsky con profesores del Tecnológico de Monterrey*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=UDNthyr0QIc> (02 de noviembre de 2015)

³ Lipovetsky, G. *Op.Cit.* Pág. 13.

⁴ Lipovetsky, G. *Diálogo de Gilles Lipovetsky con profesores del Tecnológico de Monterrey*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=UDNthyr0QIc> (02 de noviembre de 2015)

⁵ Ros Cherta, J. *Gilles Lipovetsky o El culto a lo privado*. (en línea). Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/RecercaPensamentAnalisi/article/viewFile/106332/15305> 1. Pág. 10

Según Lipovetsky “ la posmodernidad es un nuevo estadio histórico, en el que han entrado ya las sociedades democrático-capitalistas avanzadas y que se caracteriza por el vacío o la pérdida de sustancia de los ideales proyectados durante la época moderna”⁵ En la posmodernidad es donde los valores sociales fundados durante la modernidad se deterioraran debido al proceso de personalización, que en esencia, es el derecho a la libertad concebido como: vivir de manera relajada, eligiendo el modo de vida que mejor se adapte a los deseos y conveniencias del individuo.

El posmodernismo, consiste en la ruptura de valores sociales modernos y el paso de un capitalismo productivo que más tarde desemboca en un capitalismo consumista. De esta manera, los ideales de revolución, progreso y esperanza en el futuro han quedado rezagados.

En la cultura posmoderna existe una saturación informativa propiciada por los *mass media* creando una conciencia dispersa y la apatía. Lipovetsky declara:

“Se define a la sociedad postmoderna como una sociedad donde predomina la indiferencia de masa, prevalece el sentimiento de reintegración y estancamiento, en que la autonomía privada no se discute, donde lo nuevo se acoge como antiguo, donde se banaliza la innovación, en la que el futuro no se asimila ya a un progreso ineluctable (...) la gente quiere vivir enseguida, aquí y ahora,

*conservarse joven y ya no a forjar el hombre nuevo (...) ya no tiene ídolo ni tabú”.*⁶

La necesidad compulsiva de autorealizarse, es lo que rige a la sociedad posmoderna, que se desarrolla mediante estrategias cada vez más flexibles y abiertas. La cultura posmoderna amplía las posibilidades de elección para el individuo e inicia una cultura personalizada, permitiendo emanciparse del pasado disciplinario y revolucionario.

Después de reflexionar la lectura “La era del vacío” se citarán, de manera general, algunas características de la modernidad.

- Confianza en la razón.
- La verdad no está en las cosas, sino en el sujeto.
- Rechazo a lo sobrenatural.
- Antropocentrismo.
- Desarrollo técnico.
- Idea y convicción en el progreso.
- Vida centrada en el futuro.
- -Trabajo, esfuerzo y ahorro, para progresar.
- Racionalismo.
- Positivismo.
- Unidad social.
- Industrialización

⁶ Lipovetsky, G. *Op.Cit.* Pág. 84.

- Sociedad productiva.
- Sociedad centrada en la religión e interés por la política.
- Interés por el estudio y el conocimiento.
- Sacralización, gusto por la religión.
- Sentido único de la historia.
- Época de revoluciones.
- Búsqueda de expresión de sentimientos mediante el arte.
- Unificación de culturas.
- El creador artístico está por encima de la realidad cotidiana, es visionario.
- Búsqueda de expresiones artísticas.

La sociedad moderna es seducida por la militancia, proyectos y sujetos de los diferentes partidos políticos de una creciente democracia para una organización, planeación y desarrollo social homogeneizado en ideas, gustos y elecciones. Durante el modernismo se percibe una cultura social colectiva, masculina, disciplinada, competitiva, enfocada a la producción y al esfuerzo de gozar un futuro placentero.

El mundo en general, posee directrices a seguir, como por ejemplo: la secularización de la educación, el término del comunismo y el socialismo para instaurar el sistema democrático a nivel mundial. En el modernismo, se procura el equilibrio entre las partes. La modernidad centra su pensamiento en el desarrollo de un proceso de investigación organizado de manera

metodológica con base en lo empírico, objetivo y observable, es una sociedad rígida y poco flexible.

La realidad funciona de una forma mecánica y las explicaciones de ciencia deben demostrar el rigor técnico para ser creíbles. La modernidad es un período histórico que demuestra un avance en la ciencia y en la industrialización, pero también contiene un gran parálisis en el rubro social, enmarcando al individuo en el contexto de ser productivo, disciplinado y con la convicción en un futuro prominente.

Luego de analizar la lectura “La era del vacío” se enunciarán algunas características de la posmodernidad.

- Derrumbamiento de las instituciones creadas durante la Modernidad.
- No busca una explicación absoluta de la realidad.
- Crisis antropológica y pluralidad cultural e ideológica.
- Predominio de la intuición sobre la razón.
- Cultura psicológica.
- Pluralidad de conocimientos y experiencias.
- Método posdialéctico.
- Postestructuralismo.
- Predominio de los *mass media*.
- Sociedad consumista.
- Individualismo.
- Deseo de autorrealización.

- Narcisismo.
- Apatía e indiferencia.
- Violencia por placer.
- Sociedad sarcástica.
- Consumismo tecnológico.
- Predominio del capitalismo.
- Sociedad democrática.
- La ciencia es un proceso no cambiante, complejo y no lineal.
- Creencia en la nada.
- Lo que importa es vivir el presente.
- Diversidad y globalización de la cultura.
- La revolución pierde credibilidad y fuerza.

En resumen, estos son los valores generados en la modernidad y posmodernidad:

Modernidad	Posmodernidad
Coerción-----	Comunicación
Prohibición-----	Placer
Anónimo-----	Personalizado
Trabajo-----	Ocio
Humor-----	Sarcasmo

En el momento en que las sociedades occidentales dejan de tener importancia en el progreso y la esperanza en el futuro resulta desalentadora

es que las sociedades dirigen su interés en materializar sus deseos mediante el placer, el consumismo y en disfrutar del tiempo presente obteniendo objetos de lujo, *fashion* y *high tech*. “El individuo posmoderno demuestra un rechazo al esfuerzo, la disciplina y al trabajo, debido a que su atención está dirigida hacia la infinita gama de estímulos e informaciones.”⁷. La cultura posmoderna amplía las posibilidades de elección.

*“El individuo en la posmodernidad no se afianza a algo, debido a que la mayor parte de los placeres, objetos o relaciones se tornan efímeras pues en cuánto aparece algo nuevo, lo actual deja de tener interés casi de inmediato debido al imperante consumismo y a la novedad”.*⁸

En esencia, el ensayo “La era del vacío” trata de dilucidar la conducta del individuo en sociedad; conducta que consiste en romper los paradigmas de socialización modernos cambiándolos por una conducta relajada, apática e individualizada.

Lipovetsky considera a la sociedad posmoderna como plural, abierta, que toma en cuenta los deseos de los individuos y en donde la barrera de la prohibición está derruida por el creciente caudal del placer; se localizan una gran cantidad de combinaciones halladas en el consumismo, con la finalidad de que el individuo logre la satisfacción de la autorrealización “Autorrealización es lo que individuo pretende, pues una vez emancipado del compromiso de llevar al mundo en el camino del progreso y de la revolución,

⁷ *Ibíd*em, pág. 7.

⁸ *Ibíd*em, pág. 22.

crea un ego hedonista⁹ que solamente se satisface reordenando su personalidad por medio del placer.

Esto da como resultado una sociedad sofisticada, violenta fundamentada en la búsqueda de estímulos y sensaciones publicitados por los *mass media*. La manera en que el individuo decide dar la espalda a los valores modernos es mediante la seducción. En palabras de Lipovetsky,

*"[...] se denomina seducción porque reduce de manera sutil los marcos rígidos y coercitivos, funciona sibilinamente jugando la carta de la persona individual, de su bienestar, de su libertad, de su interés propio."*¹⁰

La seducción adquiere una gran importancia en el proceso en el que el individuo personaliza su existencia, es decir, la seducción propone un individuo agente, libre de su tiempo, sin estar condicionado a las normas de la disciplina. En el ámbito político, la seducción propone suprimir las relaciones burocráticas de poder, hacer un individuo políticamente autónomo, por ello los líderes políticos se exhiben con simplicidad en su imagen: ataviados en jeans, reconocen sus límites, debilidades y exhiben a su familia, sus logros y ambiciones.

*"La imagen será el medio que comunique de mejor manera ideas, mensajes, así, la ola de seducción llegará sin la significativa barrera del lenguaje a la mayor parte del mundo."*¹¹

⁹ Corral, R. *Una sociología del presente pos(hiper)moderno*. (en línea). Recuperado de http://www.uam.mx/difusion/casadeltiempo/01_oct_nov_2007/casa_del_tiempo_eIV_num01_41_46.pdf. Pág. 42.

¹⁰ Lipovetsky, G. *La era del vacío*. Pág. 34.

¹¹ Lipovetsky, G. La pantalla global. (video conferencia). Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=4sWQs_tAPRw (02 de noviembre de 2015)

La seducción contribuye a que los individuos dejen de interesarse en las instituciones sociales, alejándose de los absolutos y virtudes. De manera paradójica, el sistema y las instituciones siguen funcionando, pero al parecer sólo por inercia, en el vacío, sin adherencia y sin sentido. El individuo decide hacerse de un perfil inédito, demostrado en las relaciones con él mismo, con su cuerpo, todo esto repercute en la sociedad, al tiempo en que el capitalismo autoritario cede el paso a un capitalismo solo interesado en satisfacer los deseos del individuo, un capitalismo hedonista y permisivo.

El capitalismo competitivo a nivel económico, sentimental, revolucionario y político confiere el paso a un individualismo puro, desprovisto de los últimos valores sociales y morales de la modernidad, esto se demuestra en el momento en que la diversión, el placer y el hedonismo sustituyen al interés por la reflexión y gusto por el conocimiento, creando con ello una relajación y una personalidad *cool*, desinteresada, indiferente, ávida de emociones y sensaciones.

La personalidad *cool* deriva en apatía debido a la plétora de informaciones que una vez registradas se olvidan, quedan en el pasado, debido a que otra información más espectacular se exhibe, creando un ambiente efímero, obligado por la velocidad de transmisión de imágenes, por ejemplo, programas televisivos que transmiten de manera ininterrumpida las veinticuatro horas del día.

El exceso de información concibe que el individuo genere una gran tolerancia ante los diferentes gustos, tendencias o acontecimientos sociales, favoreciendo con ello una creciente apatía. La indiferencia gesta un principio

de aislamiento *suave*, pues los valores colectivos ya no tienen gran interés para el individuo sino aquellos que propicien la búsqueda del ego y que satisfagan su propio interés, el éxtasis de la liberación *personal*, la obsesión por el cuerpo y el sexo.

En consecuencia, el espacio público queda parcialmente sin movimiento, pues todo el dinamismo se desarrolla en la búsqueda del placer y el narcisismo.

*“El narcisismo encuentra su modelo en la psicologización de lo social, de lo político, de la escena pública en general, subjetivación de todas las actividades de antaño impersonales y objetivas. La familia y múltiples organizaciones son ya (tan sólo) medios de expresión, tecnologías analíticas y terapéuticas”.*¹²

El Yo es el centro de atención, pero al mismo tiempo también se vacía, es por ello, que se necesita de una búsqueda constante de satisfacción, por eso resulta que: “el mismo individuo se convierte en un espejo vacío a fuerza de informaciones, una pregunta sin respuesta a fuerza de asociaciones y de análisis una estructura abierta e indeterminada reclama más terapia.”¹³

El narcisismo arroja como resultado la llamada cultura *Psí*, con la cual se identifica al individuo que la ejerce como un *Homo psicologicus*, es decir, en donde existe una inflación de lo psicológico en las sociedades modernas, lo cual llega a generar una serie de conflictos.

¹² Lipovetsky, G. *La era del vacío*. Pág. 65.

¹³ *Ibidem.*, pág. 67.

La seductora propuesta de satisfacer las necesidades del ego contribuye al vacío posmoderno, por medio del proceso de individualización y se compone de dos facetas:

- limpia y operativa
- salvaje o paralela.

Limpia y operativa

Las democracias posmodernas no se consideran un desierto de valores, ya que sólo se generan diversas formas de ellas, sobre todo de movimientos de izquierda con la construcción de nuevos aparatos de poder programado para estos fines.

El sentido de la indignación moral no ha desaparecido en las sociedades, lo que evidencia su permanencia es, la constante reorganización en torno a un núcleo de valores compartidos; programas de voluntariado de lucha contra la corrupción; la adhesión de las masas en favor de la tolerancia; la reflexión bioética; los movimientos filantrópicos y las fuertes propuestas que denuncian la violencia sufrida a niños e inmigrantes.

Salvaje o paralela

Es generada por voluntades de autonomía y de particularización de grupos e individuos, por ejemplo: el neofeminismo y los movimientos de liberación social; la reivindicación de minorías y de movimientos alternativos. Lipovetsky, hace referencia a este fenómeno como un “Narcisismo Colectivo”.

*"(...)ya que las motivaciones no son altruistas ni sociales, pues son más bien egoístas, respondiendo a la angustiada búsqueda de identidad propia, en la que se explotan las singularidades individuales y se utilizan de manera cínica los sentimientos de otros para satisfacer el interés propio."*¹⁴

El proceso de personalización es una estrategia global en la que, "el querer" y "el hacer" se transforman a causa de la búsqueda de autonomía y particularización de los grupos de individuos, se necesita tener una identidad propia en la sociedad, separándose de la identidad universal. El individuo necesita removerse del orden disciplinario-coercitivo, pues la idea de ser uno mismo y liberarse del estándar y la rigidez son alentadas por el consumismo, los *mass media* y la publicidad.

La aparición de un individuo preocupado por sí mismo, por su satisfacción y realización personal designa una nueva organización descentralizada y fragmentada socialmente, lleva la atención hacia el individuo y puede ser el resultado de proceso de personalización y narcisismo. El narcisismo no se le aprecia como una causa, más bien, es una consecuencia del vacío generado en la esfera pública:

*"Hoy Narciso no se encuentra con claridad en el espejo, donde pueda mirarse, permanece flotante en la búsqueda de sí mismo, o en un punto de referencia en el cual reconocerse".*¹⁵

"[...] en la era posmoderna existe un valor cardinal e intangible que se manifiesta a través del individuo y su cada vez más proclamado derecho a

¹⁴ *Ibidem.*, pág. 53.

¹⁵ Ros Cherta, J. *Gilles Lipovetsky o El culto a lo privado*. (en línea). Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/RecercaPensamentAnalisi/article/viewFile/106332/15305> 1. Pág. 10.

autorealizarse, de ser libre en medida en que las técnicas de control social despliegan dispositivos cada vez más sofisticados y humanos.”¹⁶

Según Lipovetsky un individuo posmoderno presenta las siguientes características:

- no concibe una imagen sugestiva de sí mismo (personalidad *cool relajada*).
- no tiene ídolos ni tabúes.
- no concibe un vacío que le represente tragedia alguna.
- demuestra apatía.
- actúa con indiferencia.
- puede tener una actitud hedonista y narcisista.

Estas características le permiten al individuo postmoderno el abandono e nulo interés por asuntos sociales, nacionales e internacionales, centrándose en sus preocupaciones personales de realizar y satisfacer sus deseos. El individuo posmoderno establece relaciones mediáticas y efímeras, pero constantes en sociedad, fundamentadas en la cultura de la imagen y en el *fashion*, encontrando así, una fuente inagotable de retroalimentación a través de los *mass media*: el cine, por lo cual Lipovetsky considera que es “una sucesión de presentes aleatorios y desarticulados de toda tradición.”¹⁷

El individuo posmoderno experimenta una constante sensación de vacío, de malestar difuso que lo invade, con cierta incapacidad de sentir, sin

¹⁶ Lipovetsky, *La era del vacío*. Pág. 15.

¹⁷ *Ibidem*, pág. 58.

¹⁸ *Ibidem*, pág. 17.

embargo, no es que viva en una enajenación total, simplemente, hace parte de una realidad subjetiva que se va adaptando a la globalización de la cultura, el capitalismo y el consumismo.

Lo *cool* demuestra una personalidad simpática, siendo ésta la esencia misma del individuo narcisista, quien tiene una búsqueda interminable de placeres intensos y emociones inmediatas. “El individuo *cool* en sus maneras de ser y de sentir, es libre de culpa, cuidadoso de su salud mientras que arriesga su vida en autopistas, cirugías estéticas, deportes extremos, etc.”¹⁷ El cuerpo se torna un objeto de culto, un medio para expresarse, autorealizarse, el cuerpo designa su identidad profunda, de la cual ya no cabe avergonzarse.

La personalización del cuerpo reclama el imperio de la juventud, lucha contra la adversidad temporal a través de la cultura *psi*, los masajes, las cirugías estéticas y obsesivos cuidados, intentando estar vigente en una sociedad efímera y llena de veloces cambios.

*“Como en todas las grandes dicotomías, la del cuerpo y del espíritu se ha esfumado, el proceso de personalización, y particularmente aquí, la expansión del psicologismo borra las oposiciones y jerarquías rígidas, confunde las referencias e identidades marcadas.”*¹⁹

En cuanto a la personalización del cuerpo, el permanecer joven y no envejecer es el mismo absoluto del reciclaje, ya que el cuerpo se modifica mediante cirugías. Al parecer, se está inmerso en una cultura dedicada a la

¹⁹ *Ibidem*, pág. 60.

personalidad, a condición de precisar que el propio cuerpo se convierte en sujeto y se sitúa en la órbita de la liberación.

El cuerpo reciclado y la actitud *cool* demuestran el predominio de:

- Lo individual sobre lo universal.
- Lo psicológico sobre lo ideológico.
- La comunicación sobre la politización.
- La diversidad sobre la homogeneidad.
- Lo permisivo sobre lo coercitivo.

El término posmoderno tiene diferentes valores respecto a los de la Modernidad, ya que contempla la decadencia: moral y estética de nuestro tiempo. El arte en la era posmoderna ya no es un vector revolucionario, pues al parecer, pierde su estatus reflexivo, visionario y crítico de su época, desvaneciéndose en lo estereotipado.

“El código de lo Nuevo es el instrumento con el que la sociedad individualista favorece la aparición de un arte efímero, en constante movimiento, deficiente valores estéticos, de lectura rápida y sin temas complejos.”²⁰

Durante el posmodernismo, el arte desarrolla una temática entorno al individuo: experiencias y anécdotas personales o bien, del grupo donde se desenvuelve el productor de arte. La incursión del artista y su producción en el ámbito de los *mass media*, se suscita a través del uso de imágenes públicas o bien, personajes anónimos. El arte no atiende a problemas de estética, se concentra en la expresión propia del artista, sin importar el resultado, la

²⁰ Lipovetsky, G. *La era del vacío*. Pág. 62.

necesidad artística reincide en la expresión de los grupos minoritarios, los problemas de ecología, conflictos políticos, el feminismo y las preferencias sexuales.

La globalización de la imagen, como recurso comunicativo, es lo que impera en la sociedad postmoderna y es un medio utilizado por los medios masivos de comunicación, la publicidad globaliza el concepto individuo personalizado.

“La violencia apenas ha conseguido, casi ganar los favores de la investigación histórica, al menos aquella que por debajo de la espuma de los acontecimientos más o menos contingentes, se esfuerza en teorizar los movimientos de gran amplitud, las grandes continuidades que miden el devenir humano.”²¹

Cuando el individuo no posee una existencia autónoma y está bajo la égida del estatus social, reina el código del honor, primado del prestigio y la estima social, igual que el código de la venganza. Significa la subordinación del interés personal al interés del grupo, simboliza la nula posibilidad de romper las cadenas de alianzas por generaciones, de los vivos y los muertos, la obligación de poner en juego la vida en nombre del clan, el grupo, o el linaje.

Honor y venganza expresan la prioridad del conjunto colectivo sobre el agente individual en el momento que surge el estado, la guerra deviene en ser un medio de conquista, captura y expansión, emancipándose al código de la venganza y el honor. Con el estado centralizado y el capitalismo, el individuo

²¹ *Ibidem*, pág.173.

moderno comienza a absorberse en la dimensión privada que rechaza someterse a reglas ancestrales de honor, exteriores a su voluntad íntima. Reconociendo como ley fundamental la supervivencia e interés personal, lo cual será un pretexto para la pacificación de comportamientos sociales.

El proceso de personalización suaviza las costumbres del individuo, institucionaliza las revoluciones, la lucha de clases, privilegia la negociación sobre la violencia. Sin embargo, además de suavizar las costumbres del individuo, paradójicamente, endurece las conductas criminales de los marginados, estimula las acciones, conductas suicidas y de asesinato, contribuye a un tipo de violencia *cool*, es decir, desinteresada, apática, impregnada de sarcasmo, similar al humor ácido reproducido en los *shows* televisivos.

La violencia en la postmodernidad, es pues narcisista, ya que satisface la necesidad de autorealizarse como un individuo único, personalizado hasta en la forma de matar al otro, mezcla de placer y lujuria. La violencia se torna seductora, un objeto de deseo, de estatus social; no se satisface con destruir, tienen que aniquilar, no se conformar con mancharse las manos de sangre una vez, lo necesitan hacer una vez más.

La voluntad del individuo postmoderno gusta de conductas violentas hundidas en la apatía, en el desenfreno, en la creciente necesidad de satisfacer su parte emotiva a través del asesinato, la tortura, el exterminio. La violencia se torna en un culto, comercializado a través de los *mass media*, se torna romántica e ideal.

“La violencia entra en el ciclo de la absorción de los contenidos, la violencia de desubstancializa en culminación sin programa, sin ilusión, violencia hard, desencantada.”²²

²² *Ibíd*em, pág. 219.

CAPÍTULO II

Banksy: imagen y posmodernidad



Autor: Juan Carlos Trejo García.
Título: "Is this love..."
Técnica: stencil y pintura en aerosol aplicado sobre pared
Medidas: 60 x 40 cms.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

CAPÍTULO II

Banksy y la imagen

2.1 Banksy

Reflexionar en torno al arte generado durante la postmodernidad, al igual que su temática siempre resultará demasiado amplio, por lo cual, me remito a exponer el tema de la crítica social en el período postmodernista, a través del trabajo de Banksy y su posible relación con el proceso de personalización según Gilles Lipovetsky.

Existe escasa información biográfica en torno a Banksy, sin embargo, los pocos datos nos remiten a la ciudad de Yate, localidad cercana de Bristol, Inglaterra, donde Banksy nace, crece y trabaja en su juventud como carnicero. Durante la década de los años ochenta, se afilia a un club de grafiti llamado Drybreadcrew (Add jammers)²³ iniciando su actividad con el grafiti.

En la década de los años noventa, comienza su prolífica producción de imágenes, en paredes de la ciudad de Bristol. Banksy, como miembro de Drybreadcrew, interviene imágenes de anuncios publicitarios en vía pública mediante trazos con pintura en aerosol y recortes. De esta manera, crea un discurso alterno respecto al original.

²³ Carducci, V. *Culture Jamming: A Sociogical Perspective*, *Journal of Consume Culture*. Recuperado de <http://joc.sagepub.com/content/6/1/116.short> (02 de noviembre de 2015)

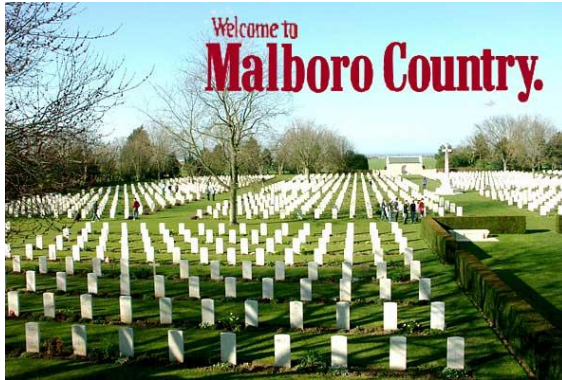


Imagen N°1
Autor: Drybread Crew
Título: Welcome to the Marlboro Country
Técnica: impresión en offset.
Medidas: 12 x 8 metros.
Año: s.f.
Fotografía recuperada de.
anniethflowerchild.blogspot.mx

Banksy perteneció a un grupo pictórico denominada de “The jammer culture”²⁴ cuyo objetivo era:

- Intervenir los anuncios publicitarios
- Revivir el sentimiento de asombro y fascinación sobre el medio que nos rodea, inspirado frecuentemente en la ambigüedad intencional de una técnica, que estimule la interpretación personal y el pensamiento independiente a través de la intervención de los anuncios publicitarios exhibidos en vía pública.
- Demostrar contrastes entre imágenes, prácticas o actitudes, desacralizar la importancia del consumismo. El objetivo es oponerse y ridiculizar la estructura de poder de las corporaciones capitalistas, las religiones y del gobierno.
- Incentivar interés en el combate cívico y evitar la exclusión social.

Durante el postmodernismo, el interés de las empresas transnacionales no es solamente vender productos, sino comercializar estilos de vida, por ello la esencia de la cultura “jammer” es el acto de resistir a no ser manipulados por la publicidad y sus anuncios que incitan al consumismo.

²⁴ Logan Marshall, *UrbanDictionary*.
<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=culture+jam>

2.2 Temática en la obra gráfica y plástica de Banksy.

Los avances tecnológicos aplicados a la industria favorecen que la producción sea rápida y eficiente, desbordando el mercado de productos. La competencia entre marcas hace que los *mass media* sean imprescindibles para la difusión de la publicidad. La sociedad experimenta el fenómeno del consumismo globalizado por medio de la publicidad, misma que fundamenta su poder de persuasión en la imagen.

Lipovetsky propone que el “éxito del consumismo reside en la imagen creada y utilizada por la publicidad: enfatizando el lujo, el *fashion*, la sexualidad; elevándolos a categoría de modelos motivantes de éxito y placer.”²⁵ Así pues, la imagen resulta ser un medio de comunicación universal, sin las fronteras del lenguaje, ideal en un mundo de conocimientos, gustos y preferencias globalizados. Los *mass media* producen en el individuo el deseo de “personalizar la existencia a la carta²⁶” mediante anuncios publicitarios.

El mundo del consumismo propicia un ambiente de excitación por las compras y la reivindicación social a través de las posesiones, es así que la sociedad experimenta con amplitud la estrategia de la seducción mediante el proceso de personalización. “El proceso de personalización, esencialmente consiste en multiplicar y diversificar la oferta, en proponer más para poder elegir más, en substituir la sujeción uniforme por la libre elección, la

²⁵ Lipovetsky, "La pantalla global" (video conferencia).

https://www.youtube.com/watch?v=4sWQs_tAPRw

²⁶ Lipovetsky, "Capítulo I", *La era del vacío*, p. 18

homogeneidad sobre la pluralidad, la austeridad por la realización de los deseos."²⁷

Los anuncios publicitarios pretenden comunicar mensajes como: "realiza tu vida a tu manera, diviértete, haz lo que gustes aquí y ahora"; estas ideas se repiten en diversas ocasiones, estos eslogan publicitarios propician que el individuo tienda a dudar entre: disfrutar la vida en el presente o bien, esperar un buen futuro. La decisión es desplazada por el frenesí de disfrutar la vida de manera intensa y rápida. Simultáneamente, la creciente concentración del capital a través de fusiones empresariales crea corporaciones cada vez más grandes, capaces de acaparar mercados y consumidores.



Imagen N°2
Autor: Banksy
Título: "Slave Labour"
Técnica: stencil y banderas de tela
Medidas: 120 x 100 cm.
sobre muro.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
blog.saatchigallery.com
fotógrafo: Dennis Caglar

El entorno social parece no generar interés en la mayor parte de individuos que conforman las sociedades actuales, pues el proyecto de autorrelizarse merece su plena atención y seguramente, la necesidad de adquirir productos elaborados por empresas transnacionales los absorbe. Capitalismo, consumismo y sus prácticas en sociedad son temas que Banksy asimila y logra expresarlo mediante la imagen, con un claro sentido

²⁷ *Ibidem*, p. 19.

humorístico, crítico y de denuncia.

Banksy produce imágenes con técnicas y materiales que permiten una producción continua: el stencil y la serigrafía. La idea de realizar imágenes de manera continua está inspirada en el consumismo, ya que el consumismo busca la constante adquisición de productos y servicios. El fenómeno del consumismo es uno de los temas que Banksy recrea en numerosas ocasiones dentro de sus obras, pues considera que ello es una similitud con el capitalismo, el cual permite realizar los deseos materiales del hombre mediante la adquisición de productos que propicien su autorrealización.

Imagen N°3
Autor: Banksy
Título: "Shop until you drop in Mayfair."
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 170 x 110 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
en.m.wikipedia.org
fotógrafo: anónimo.



Mediante los anuncios publicitarios, los productos son globalizados, suscitando que los deseos sean masificados y se tornen tangibles, mediante la obtención de productos, sin embargo, el individuo tiene el riesgo de que el resultado de su personalización sea también masificada, y no una individualización pura y única. El mensaje de Banksy a través de sus obras es denunciar lo efímero y banal que resulta poner la atención en los anuncios publicitarios, mismos que a través de sus mensajes, ofrecen una vida y sensaciones diferentes a las ya conocidas, al comprar o poseer los productos que ellos anuncian.



Imagen N°4
Autor: Banksy
Título: "Sorry..."
Técnica: tipografía sobre pared.
Medidas: 250x 350 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
blog.saatchigallery.com
fotógrafo: Dennis Caglar

El éxito del consumismo en la postmodernidad se fundamenta en productos que ofrecen una mayor satisfacción y placer al individuo, más que una mera utilidad. La publicidad y las imágenes que genera, imperan en su producción, el *kitsch* y lo popular; por lo cual, Banksy realiza una mezcla pictórica es decir, conjunta la posmodernidad con clásicos como el arte renacentista, barroco y pop, añadiendo una nueva lectura o recategorización al exhibirlo en lugares públicos.



Imagen N° 5
Autor: Banksy
Título: "Vermeer"
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 400 x 250 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
telegraph.co.uk
fotógrafo: Banksy.

Imagen N°6
Autor: Banksy
Título: "sin título."
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 150 x 200 cms.
Año: s.f.
Imagen recuperad de:
liveartdesign.mx.tl
fotógrafo: Banksy



Una de las valoraciones de una obra de arte consiste en la calidad de emociones que suscite en el espectador, estas obras son exhibidas normalmente en salas de exposición, en cambio el genuino *street art*, se presenta en espacios públicos. El arte postmoderno demuestra un contenido temático referente a: la guerra en el mundo, la violencia en las ciudades, la independencia y valorización de la mujer en sociedad.

Tiempo de ignominia y placer, tal y como sus stenciles lo reproducen: parejas de homosexuales besándose –contando con la peculiaridad de pertenecer a *Scotland Yard*-, haciendo referencia de la sensibilización de la sociedad en torno al derecho a la diversidad sexual y su paulatina aceptación, indiferencia o rechazo a determinadas preferencias.



Imagen N° 7
Autor: Banksy
Título: sin título.
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 150 x 100 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
fotógrafo: Banksy.

El arte también experimenta su masificación: desde la producción de objetos, *souvenirs* referentes a obras consagradas de artistas plásticos como: Salvador Dalí, Leonardo Da Vinci, Andy Warhol y de artistas aún más actuales, tales como: Demian Hirst, Gabriel Orozco, Banksy, etcétera. El trabajo del mismo Banksy también experimenta masificación y consumismo, por ejemplo, en Inglaterra se ofrecen recorridos para apreciar y tomar instantáneas de sus piezas y se venden playeras con la imagen de los stencils más reconocidos. En la ciudad de Nueva York, fuera del museo Guggenheim, existen mesas y anaqueles en donde se venden serigrafías o reproducciones de stencils de este autor y su *street art*.



Imagen N° 8
Autor: Banksy
Aparador de venta, medidas variables.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
fotógrafo: Banksy.

Bajo la égida del capitalismo, el postmodernismo propicia la aparición de una producción de arte de consumo masivo, rápido y económico con reminiscencias del arte pop en cuanto a la concepción y la manera de aplicar: forma, línea y color. El arte postmoderno logra crear un estándar creativo en el ámbito del Diseño Gráfico y el *street art*, por lo que, la mayor parte de sus imágenes son simplificadas y estilizadas en su forma y utilizan colores planos.

Imagen N°9
Autor: Banksy
Título: "Pulp fiction".
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 350 x 400 cms.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
fotógrafo: Banksy.



El arte de la pintura y la gráfica es la primera en experimentar estas características, pues la información estética a través de la línea y la forma son simplificadas a colores planos y el uso de la línea es vectorizada, omitiendo el accidente y lo gestual.



Imagen N° 10
Autor: [www.logo-arte.com/
nacimientodevenus.htm](http://www.logo-arte.com/nacimientodevenus.htm)
Título: nacimiento de venus (detalle)
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 480 x 360 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
blog.saatchigallery.com
fotógrafo: Dennis Caglar

La alta cultura, en cuestión de arte plástico, hace referencia a obras de las cuales se requiere poseer un contexto histórico, un horizonte intelectual que permita interpretar la imagen observada, logrando entender con una mayor amplitud el mensaje que el autor desea exponer a través de la pieza de

arte.



Imagen N°11
Autor: Miguel Lezama
Título: "La patria."
Técnica: óleo sobre lienzo.
Medidas: 200 x 150 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
blog.saatchigallery.com
fotógrafo: Dennis Caglar

La baja cultura hace referencia a los programas televisivos como: *talk shows*, géneros de cine *pulp*, comedia, el cómic, *manga*, *nanga*, es decir, todo lo utilizado en la cultura televisiva y la publicidad.

La mayor parte de los individuos en la posmodernidad se identifican con la producción de imágenes y objetos cuyo disfrute no exige conocimientos previos de estética, sino simplemente aquellos que le susciten emociones y sentimientos que denoten un lenguaje sencillo y con temas no proverbiales. Ejemplo de ello son los empaques y/o envases de diversos productos que tienden a ser amables a la vista y al tacto del consumidor, a través de una presentación con influencia del *pop art* en cuanto a su forma y color.

También existen productos *high tech* que se muestran puros, es decir, los materiales son de mejor calidad, con colores: negro o blanco y el imperante color *aluminio* o *plata* que hace alusión a la época tecnológica y de temperamento *cool*, ecuánime y exitoso.

El concepto de “lo amable” es una característica de la personalidad *cool*; personalidad que demuestra una aceptación desinteresada de las situaciones y asuntos que el individuo percibe en sociedad creando una tolerancia e indiferencia.

La furiosa publicidad y sus imágenes, así como la profusa enajenación de sus eslóganes es lo que Banksy retoma durante la década de los años noventa y principios del siglo XXI.

Las presentes generaciones resultan ser más sensibles a las imágenes y el lenguaje sin sonido, ya que mediante el color y la forma se crean estrechos vínculos con el espectador. Este principio lo utiliza Banksy al crear personajes que demuestran rasgos sociales o psicológicos de su época, por ejemplo, en sus trabajos se localizan personajes de carácter anónimo, estrellas de cine, personajes de *talk shows*, bomberos, policías, soldados, etcétera. Asimismo, Banksy implementa figuras de niños e imágenes populares en el contexto de la crítica social.

Imagen N° 12
Autor: Banksy
Título: “sin título”.
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: s.m.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
fotógrafo: Banksy.





Imagen N° 13
Autor: Banksy
Título: sin título.
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 100 x 80 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
fotógrafo: Banksy.



Imagen N° 14
Autor: Drybread Crew
Título: "Welcome to the Marlboro country"
Medidas: 12 x 08 metros.
Técnica: impresión en offset.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
fotógrafo: Banksy.

Otro recurso en sus stenciles es la utilización de imágenes que remitan a signos del capitalismo: carritos de supermercado, estrellas de cine americano y logotipos de empresas transnacionales que se relacionan con el sistema capitalista.

Imagen N° 15
Autor: Banksy
Título: "sin título."
Técnica: serigrafía a tres tintas.
Medidas: 80 x 100 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
fotógrafo: Banksy.



Todos estos recursos de imagen dan como resultado un lenguaje icónico individualizado y propio, que siempre lo distinguen de los demás productores de *street art*. El cometido de su trabajo es contribuir a una reflexión en torno al consumismo, al tiempo que es una crítica al sistema y a las consecuencias que tienen en la sociedad, es por ello que decide plasmar su trabajo en muros y paredes de diversas ciudades inglesas, ya que de esta manera es posible llegar a toda clase de espectador y se logra tener una mayor amplitud de observación de su trabajo.



Imagen Nº 16
Autor: Banksy
Título: "Follow your dreams."
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 200 x 80 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
fotógrafo: Banksy.

La difusión de su trabajo coincide con una creciente aparición de profesiones que exigen expresión sensorial, gestual y psicológica: artes visuales, artes plásticas, el arte de la instalación, diseño gráfico, etcétera, así como el deseo de manifestar estados de ánimo en diversas expresiones, tales como: el teatro, música, performance en donde la calidad marca la diferencia entre alta y baja cultura.

En sus inicios, Banksy parece desarrollar su trabajo fuera del margen de las galerías de arte, museos. Las imágenes y eslóganes son una constante en su trabajo, mensajes continuos que aparecen de un día a otro sobre calles y

sobre muros de casas o comercios. Este principio de imagen y eslogan es propio de la publicidad, de esta manera puede suponerse que demuestra una asimilación de ella.

Banksy demuestra una influencia de Xavier Prou, mejor conocido como *Blake le Rat*, en cuestión de composición y calidad gráfica.

Imagen N°17
Autor: Banksy y Blake le rat.
Título: sin título.
Técnica: stencil sobre muro
Medidas: 100 x 80 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
fotógrafo: Banksy.



A través de su manifiesto, *Bleke le rat*, incita a Banksy a la creación de improntas urbanas, aquí un fragmento de su manifiesto:

“Intento exponer las mejores cosas de la vida mediante inesperadas imágenes que distraen y deleitan a los peatones, sacándolos de sus preocupaciones cotidianas. A pesar de las represalias por parte de la policía en contra del graffiti, continuaré asaltando las calles en la oscuridad, ya que para mí, llevar el trabajo directamente a las calles es parte primordial de la evolución del arte... BLEK Le Rat.28”²⁸

En este manifiesto, *Blake* cita lo importante que resulta realizar imágenes en espacios públicos con la técnica del *stencil*, con el fin de atraer la curiosidad de la gente, ofrecer un clima relajado, fuera de la presión del trabajo,

²⁸ Blek le rat, "Manifiesto". <http://bleklerat.free.fr>

propiciando un ambiente *cool*, pues la disciplina y la rutina de la presión social tratan de ser disueltas por medio de escenas divertidas a través del *grafiti*.

La escritura acompaña en ocasiones a la imagen, siendo un recurso que tiende a reafirmar la idea del mensaje. La tipografía que se presenta, resulta no muy elaborada a la vista, sin embargo, está perfectamente ubicada en su contexto. La escritura en el *grafiti* resulta ser lo primero, pues es donde comienza la expresión de ideas, sentimientos y tendencias; posteriormente, aparece la imagen. Tal suceso se percibe en las pintas callejeras de “Taki 183” y de “Cornbread” a mediados de los años ochenta en la ciudad de Nueva York, EE.UU., predecesores a *Blake le rat* y éste último de Banksy.



Imagen N° 18
Autor: Taki 183
Título: “Metro tag”
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 10 x 05 m.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
wikiart.com
Fotógrafo: Carl manson.

La tipografía realizada por Banksy se percibe en un ambiente de ilegalidad, ya que se refieren a letras en palo seco, todas realizadas en un formato de caja baja o en Unciales, en ocasiones también parecen letras pintadas en un formato de “bombas”, es decir, letras que su ápice es curvo, semejante a una burbuja, todo ello escrito de manera rápida, profuso e intenso dejando ver la intención del mensaje en una sola vista. Banksy adecua la tipografía al contexto del tema o de la imagen.

Imagen Nº 19
Autor: Banksy
Título: sin título.
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 200 x 200 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
Fotógrafo: Banksy.



Banksy hace uso de frases de filósofos griegos que invitan a la reflexión y al uso de la razón, cosa que se va erosionando en los tiempos postmodernos, pues el culto al “yo”, al placer y a la autorrealización no implica una reflexión, sino una acción, lo cual es evidente en los eslóganes publicitarios, de los cuales Banksy también encuentra una aliciente temático.



Imagen Nº 20
Autor: Banksy
Título: sin título.
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 100 x 80 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
Fotógrafo: Banksy.

El principio de utilizar las calles como un galería pública es una de las características de la obra de Banksy, cuestión que se convierte en un éxito debido a los temas que desarrolla a través de la imagen, tales como: asuntos cotidianos, desamor, engaño y/o cualquier asunto que es interpretado con una carga develadora y de humor crítico.



Imagen N° 21
Autor: Banksy
Título: sin título.
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 200 x 150 cm.
Año. s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
Fotógrafo: Banksy.

Otra constante en el trabajo de Banksy, consiste en la crítica hacia la guerra, entendida como un acto de expansión militar con fines de dominio económico. Ejemplo de ello es el conflicto que sostiene Occidente y Estados Unidos contra Medio Oriente, el cual es un buen pretexto para crear imágenes con mensajes de oposición, crítica y reflexión social mediante la utilización íconos consagrados del capitalismo americano: Mc Donald's y Walt Disney.

Imagen N° 22
Autor: Banksy
Título: Mc World
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 100 x 80 cm.
Año. s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
Fotógrafo: Banksy.



Sus trabajos demuestran una gran observación, hace uso del alto contraste en la imagen, lo cual es una parte activa en la obra. Todos los elementos conforman la unidad de la imagen mediante una armoniosa simbiosis; el ritmo y cadencia de la imagen son enmarcados al presentarse al aire libre en superficies de muros de variadas en texturas y colores.



Imagen N° 23
Autor: Banksy
Título: "Migrants."
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 100 x 80 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
Calendar.boell.com
Fotógrafo: Creative Commons License

Las imágenes de Banksy son realizadas en alto contraste y en amplias escalas de grises, haciendo con ello un modelado a través de luces y sombras que brindan la apariencia de una figura en tercera dimensión.

Imagen N° 24
Autor: Banksy
Título: "sin título"
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 100 x 180 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
Fotógrafo: Banksy.



La razón es abandonada durante la época postmoderna, la cultura y la tan necesaria reflexión pasa inadvertida, así como el gusto por el conocimiento por el arte y la cultura. "La fantasía abandonada de la razón produce monstruos imposibles: unida con ella es madre de las artes y origen de las maravillas."²⁹

²⁹ Lafuente Ferrari, "Los Caprichos", pág. 96.



Imagen N° 25

Autor: Francisco de Goya

Título: "El sueño de la razón produce monstruos."

Técnica: aguafuerte

Medidas: 28 x 21 cms.

Año: 1847

Imagen recuperada de: hoyesarte.com "fundación Botín"

Fotógrafo: Paloma Botín.

En su momento histórico, Francisco de Goya enfrentó el problema de relegar la razón y reflexión consideradas como el camino hacia el progreso y el advenimiento de un prometedor futuro en la sociedad occidental. En cambio, durante el momento postmoderno, ya no es tan necesaria la razón y reflexión (en apariencia), pues son desplazadas por la necesidad de autorrealización, de esta manera, el *logos* se encuentra en un momento crucial de su existencia.

Sin embargo, la saturación de información por parte de los *mass media* propician un ambiente de desinterés y apatía en el individuo, situación idónea para el arte callejero de Banksy, pues el trabajo artístico manual es considerado como alternativo, paralelo a la masificación tecnológica. Esto lo deja muy claro *Banksy*, ya que está en contra de las normas estipuladas por el capitalismo. La autoridad considera subversivo su trabajo, debido a que es publicitado en espacios públicos y hace una remembranza a la actividad estudiantil de la década los años sesenta en occidente.

La tradición, la cultura y folklore son otros temas que inspiran a Banksy para la creación de piezas. La tradición local reflejada a través de costumbres, íconos y personajes ingleses globalizados por los *mass media* son utilizados para crear un lenguaje universal con una carga de humor y crítica social.



Imagen 26
Autor: Banksy
Título: "sin título."
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 100 x 80 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
Fotógrafo: Banksy.

Imágenes de familias y niños pertenecientes a las décadas de los años cincuenta - de la familia atómica - son la base visual y expresiva para comunicar una crítica social de su momento histórico, contexto en el cual las tecnologías de la información seducen al individuo, el sentido revolucionario es consumido por medio del placer y la personalidad *cool*.



Imagen 27
Autor: Banksy
Título: "tourism."
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 200 x 200 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
Fotógrafo: Banksy.

Lo *handmade* es revolución y Banksy lo realiza mediante la imagen, otorgándole una personalidad enérgica, pero divertida, logrando crear con ello una reflexión. En un mundo de cultura *fashion* y economías globalizadas, la razón no es considerada un camino viable para solucionar los problemas sociales, esto causa repercusión en el arte, pues ahora con la difusión de *blogs*, páginas web en Internet, redes sociales, etcétera, el arte viaja de manera vertiginosa creando un vacío, no por falta de interés, sino una incesante saturación.

La facilidad con la que se conocen a múltiples productores de arte, resulta abrumadora, la creciente producción de *street art* ha logrado colocar en riesgo a la producción del arte como se conocía hasta el siglo XX; un arte dotado de talento y superioridad en su ejecución y con un grado de pureza en el discurso.

Las fronteras entre arte, diseño gráfico y publicidad están casi disueltas, ya que el lenguaje se masifica; el creciente gusto por la llamada baja cultura, que no depara en el conocimiento previo de los temas a apreciar, por el contrario, impera el *kitsch*, el gusto por lo efímero, lo *fast* y económico, permitiendo entonces el paradigma de que toda producción de imágenes puede ser arte.

Con el transcurrir del tiempo, la mayor parte de la producción de Banksy fue absorbida por el sistema capitalista, subastada en los grandes e importantes circuitos de arte en Occidente y Norteamérica, aun cuando sus obras no

fueron concebidas para tal fin, su obra se ha comercializado, ya sea mediante la venta o la difusión electrónica, ya que en las redes sociales y en su página *web oficial* expone sus obras, generando así, una difusión masiva y constante de su trabajo las veinte y cuatro horas del día.

2.2 Características estéticas en la obra de Banksy

En una época en donde la reproducción deviene en masificación y ésta en consumismo, el arte enfrenta un interesante momento, en el cual, el talento artístico ya no es prioridad en la producción, sino la rapidez de la misma y el flujo de obras en el mercado de arte. Existen obras sin temática profunda que inundan ferias, galerías y el circuitos mercantiles, sin embargo también concurren piezas de artistas, que demuestran una fusión de plasticidad, diseño y comunicación gráfica con un inquietante reminiscencia de publicidad, imágenes que tienen una relación con trazos vectorizados en programas de diseño digital o bien, productos directos de la influencia de anuncios publicitarios en los *mass media*.

Poca es la producción artística fundamentada en discursos filosóficos, estudios sociológicos o estéticos. Seguramente se debe al creciente desarrollo de técnicas de reproducción aplicadas en el arte, como lo son, la computadora y sus diferentes sistemas de impresión y diseño digital.

En el año de 1993 aparece la *web* y con ello un imparable auge de exhibición de arte por Internet, iniciando con personas que cuentan con una formación empírica, aficionados y artistas visuales de renombre. Creadores y productores de arte pueden exponer sus obras en galerías virtuales las veinte

y cuatro horas del día, creando con ello una sólida red de producción en movimiento.

Aunado a esto, la tecnología permite una constante innovación en materiales de arte: colores, pinturas, soportes, etcétera, propiciando una creciente diversidad de propuestas gráficas y visuales. El arte experimenta un avance vertiginoso que encuentra su expresión en la imagen. Cabe señalar que con los avances tecnológicos las delimitaciones entre arte y diseño cada vez parecieran estrecharse más.

En el *street art*, la creación de imágenes tiene la apariencia de no contar con una base sólida de conocimientos de estética, pues lo único que importa es la forma, es decir, que se asemeje a la idea de lo que se necesita o desea expresar. La mayor parte de esta producción no demuestra una fundamentación estética, tan solo el gusto de hacer imágenes que expresen un momento determinado, o bien, una denuncia o crítica sobre asuntos políticos, económicos y sociales.

La variedad de formas utilizadas en el *Street art* son innumerables y parecieran salir de las pinturas de *Heironymus Bosch* o de *Peter Brueghel*, o bien, de la iconografía medieval, como lo son: seres antropomorfos, objetos con vida propia o seres de fábula. La imagen femenina está presente, pues recuerdan a las pinturas realizadas por el pintor Rubens o Edgar Degas, ahora recreadas con atuendos semejantes al *fashion* japonés: *fruits*, *gothisc's*, lolitas y que en su contenido temático demuestra una aceptación de la sexualidad femenina durante la época postmoderna, por ejemplo las imágenes de Fafi y Miss Van productoras de *street art* en Europa.



Imagen 28
Autor: Pieter Brueghel
Título: "El jardín de las delicias" (detalle)
Técnica: óleo sobre tabla.
Medidas: 220 x 389 cm.
Año: 1524
Imagen recuperada de:
dominededalus.wordpress.com
Fotógrafo: wordpress.

Imagen N° 29
Autor: Fafi
Título: "fafinattes."mercado de la calle condesa, México d.f.
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 1200 x 300 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
sites.google.com
Fotógrafo: Sony



Imagen N° 30
Autor: Fafi
Título: "sin título."
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 1200 x 300 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
sites.google.com
Fotógrafo: Sony

Imagen 31
Autor: Microbo
Título: "fantastici."
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 150 x 120 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
Designthesign.wordpress.com
Fotógrafo:wordpress.



La producción de imágenes no contiene las características estéticas del arte de las vanguardias del siglo XX, ni mucho menos de los románticos alemanes, pues el *street art*, demuestra ser un arte económico en línea, forma y color. Sintetiza en pocos trazos una imagen –en ocasiones la idea predomina sobre la forma- el color *plano* o en términos de artes gráficas en un color *plasta*, es decir, sin matizaciones, ni degradaciones, el trazo de la línea es continuo, semejante a una línea trazada a base de vectores. La técnica del stencil es una manera rápida y efectiva de realizar una impronta gráfica sobre una superficie. El *street art* permite una reproducción de la imagen, basada en el concepto de la incesante transmisión de imágenes en los *mass media*.

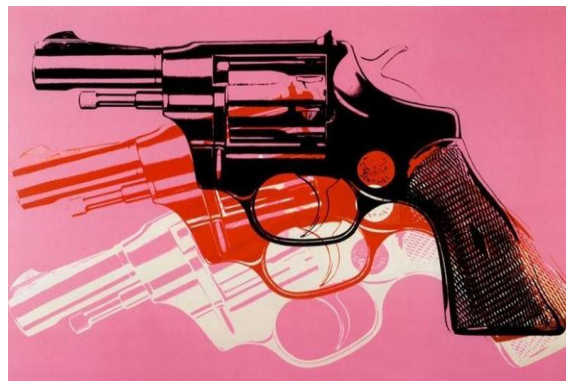
Imágenes realizadas a mano resultan atractivas en un sistema de producción masificada, donde el gusto estético deja de ser lo principal para dar paso al placer y la no reflexión en la contemplación e interpretación de una pieza gráfica. Empero, Banksy, realiza imágenes en la tonalidad de blanco y negro dedicando atención a las sombras y luces sobre la forma.



Imagen 32
Autor: Banksy
Título: "The life is beautiful."
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 3000 x 400 cm.
Año. s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
Fotógrafo: Banksy.

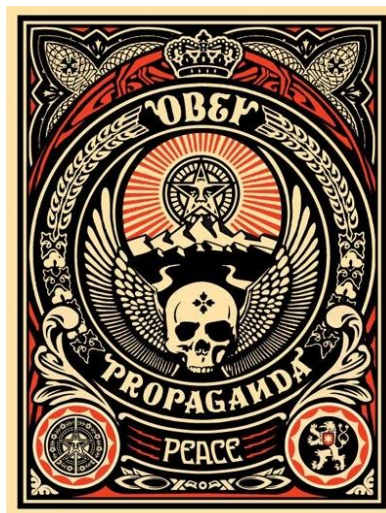
Debido a la aplicación de colores planos se le atribuye una influencia del *pop art* en especial de Andy Warhol y Roy Lichtenstein.

Imagen 33
Autor: Andy Warhol
Título: "gun."
Técnica: serigrafía sobre papel.
Medidas: 1200 x 300 cm.
Año. 1961
Imagen recuperada de:
cultivatingculture.com
Fotógrafo: wordpress.



En cuanto al contenido, su eje temático es el consumismo y el modelo capitalista, denunciándolo mediante una estrategia de imágenes exhibidas en la calle. Banksy afirma que lo que realiza no es arte, sino una crítica a su momento histórico a través de la imagen. El fin estético no es su objetivo, sino crear un sistema de imágenes de fácil lectura, dirigida a toda clase de público, con temas de interés común, que van a la par de los acontecimientos de su época, sin esperar que su trabajo encuentre trasciende. El *street art*, pues necesita una producción sin interrupciones, hacer uso de técnicas que se apliquen de manera rápida y constante.

Imagen 34
Autor: Obey
Título: "sin título."
Técnica: serigrafía sobre papel.
Medidas: 62 x47cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
obeygiant.com
Fotógrafo: Obey



Banksy resulta ser uno de los mejores exponentes del *street art*, pues la fuerza de la imagen es acompañada con el uso de tipografía, a la vez que su trabajo no se ve limitado a la técnicas de la impresión de imágenes, sino ocupa materiales como bolsas de plástico para intervenir espacios comunes creando esculturas al aire libre.

Imagen 35
Autor: Banksy
Título: "sin título."
Técnica: bolsa de plástico y cinta adhesiva transparente sobre ducto de ventilación.
Medidas: 60 x 100 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
Fotógrafo: Banksy.



El trabajo de *Banksy*, interpreta la incertidumbre de la sociedad postmoderna: falta de espiritualidad reflejada en los contextos del arte y sus temáticas, que redundan en temas personalizados, lo anónimo se torna esencial en el trabajo de Banksy pues sus personajes son de rostro no

identificable seguramente porque puede ser cualquiera que se encuentre bajo la situación representada en la imagen creada.

Banksy realiza una denuncia del momento histórico y social, desde un punto de vista particular, pero que obtiene una trascendencia importante debido a las técnicas utilizadas y a la elección de espacios donde exhibe sus obras. Incluso, su obra es considerada ilegal debido a que no solicita permisos para plasmarla.

Fiel a la corriente pictórica a la cual pertenece, Banksy logra mediante el *street art* expresar ideas sin los protocolos del circuito de galerías y museos de arte; siempre elige barrios o colonias donde la presencia policiaca sea menor, con el fin de colocar sus *stenciles*, es por ello que el lenguaje gráfico es elocuente, sencillo y fácil de entender. El artista no sólo se limita a intervenir espacios en ciertas ciudades de Inglaterra, sino también realiza una serie de viajes a diversos lugares como la franja de Gaza, ciudades de África y Nueva York en Estados Unidos.



Imagen 36
Autor: Banksy
Título: "sin título".
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 400 x 300 m.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
Fotógrafo: Banksy.

Banksy crea en cada una de esos lugares a donde viaja e imprime su arte, una serie de imágenes expofeso para cada ciudad, las cuáles denuncian problemas sociales y políticos en específicos, ocupando íconos

representativos de cada una de esos países, con este recurso, aborda problemas históricos, sociales y artísticos.

Imagen 37
Autor: Banksy
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 10x 05 m.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
fotógrafo: Banksy.



Imagen 38
Autor: Banksy
Título: "sin título".
Técnica: serigrafía sobre papel.
Medidas: 160 x 100 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
Fotógrafo: Banksy.



Banksy, a través de sus imágenes, desmitifica el ícono de poder que ostentan la política, la disciplina policial y militar, así como el arte producido por artistas plásticos, haciéndolos risibles o bien, restándoles importancia en el momento de trasladarlos al ambiente de la personalidad *cool* del postmodernismo.



Imagen 39
Autor: Banksy
Título: sin título.
Técnica: serigrafía sobre papel.
Medidas: 160 x 100 cm.
Año: s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
Fotógrafo: Banksy.

Forma y color son una de las constantes en sus imágenes, logrando con ello un ambiente de contradicción en la lectura de sus piezas, pues temas difíciles de tratar como la hambruna en África, la explotación infantil, la extinción paulatina de la fauna y el abuso de poder en contra de la población civil en el mundo, logran un grado de aceptación mediante la aplicación del color sobre la imagen.

El *street art* tiene como predecesor al grafiti neoyorkino de la década de los años setenta y ochenta demostrando una gran empatía con el postmodernismo. Banksy uno de sus mejores exponentes, realiza una integración de lenguajes de la publicidad, diseño gráfico y artes visuales. El artista inglés, de formación autodidacta realiza piezas con técnicas de reproducción serial, tales como: el stencil, la serigrafía y el *sticker*, también hace uso de la tecnología digital, para realizar sus imágenes. Banksy expone su trabajo en espacios públicos y no recibe una remuneración económica, por ello, su fin –dice el autor- es no ser reconocido.

En la obra de Banksy se vislumbra el cumplimiento de las características postmodernas en el individuo y sus relaciones en sociedad pues la personalidad *cool* se manifiesta mediante imágenes, el desarrollo de

los temas es desde una perspectiva de crítica social. Las imágenes con rostro *anónimo* es un recurso, recurrente, seguramente, es un elemento integrador en donde el espectador puede interpretar la imagen con base en su conocimiento empírico o intelectual.

El *street art*, no cuenta con una gran aceptación en la esfera del arte, sin embargo, el trabajo de Banksy ha logrado un buen recibimiento en la mayor parte de la sociedad, pues sus trabajos demuestran una calidad en su elaboración y por supuesto, vestigios de elementos estéticos como lo son: el color, la forma, línea y mancha. Banksy logra democratizar y globalizar la imagen del capitalismo como un sistema absurdo, hostil y sarcástico que controla al individuo a través de la publicidad en cualquier parte del mundo.

CAPÍTULO III

Super cool: interpretación gráfica de la "La era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo."



Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "I thing so..." (detalle)
Técnica: pintura de esmalte, pintura en aerosol sobre papel.
Medidas: 160 x 100 cm.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

"Toda obra es producto de su tiempo" Arnold Hausser.

3.1 Antecedentes

Realizar una obra gráfica con la firme convicción de que con los años se convertirá en crónica de su tiempo es una de las razones por la cuales existe mi producción plástica. Después de treinta años de la aparición de “La era del vacío”, parece ser una crónica de su tiempo, sin embargo, el contenido de este ensayo demuestra ajustarse de manera exacta a la sociedad actual mexicana.

En un principio, la mayoría de los conceptos que Lipovetsky describe en su ensayo no tenían coincidencia con la sociedad mexicana, sin embargo, actualmente describen con exactitud la condición social en México. La indiferencia y apatía son actitudes que imperan en la mayor parte de la sociedad creando un *vacío* que solamente es comparable, en importancia, con la actitud hedonista del individuo, manifestándose en obtener nuevos fines, valores y legitimidades sociales.

La lógica del individualismo, que no es más que el derecho del individuo a la libertad, funciona en la sociedad mexicana, es decir, el proceso de individualización junto con la apatía e indiferencia se desarrolla en el aparato político, el narcisismo y hedonismo en los *mass media*, asimismo, lo que Lipovetsky denomina violencias salvajes, violencias modernas se torna una conducta ejercida por individuos pertenecientes a cualquier nivel socioeconómico.

El *vacío*, es propiciado por exceso de información, pues todo lo publicado en Internet o difundido por los *mass media* se torna efímero, de tal manera que se vuelve irrelevante, al tiempo que genera indiferencia.

Los gobernantes generan inestabilidad en el país ayudados por los medios masivos de comunicación, aunado a esto existe una ausencia de *identidad en tradición y costumbres* producto de una denominada globalización de la cultura.

La mayor parte de los productos que oferta el consumismo, son de procedencia extranjera, mayoritariamente procedentes del país del norte, inundando el mercado con sus productos, publicitados en grandes campañas gráficas y visuales por Internet y los medios masivos, creando con ello una necesidad de adquirir el producto. La oferta y la demanda ceden el paso a un consumismo: compra y venta, subastas y remates, el mundo está comunicado, ya nada causa asombro.

Lipovetsky propone que los tiempos posmodernos no deben ser entendidos bajo la égida apocalíptica, sino que con el tiempo regresará la modernidad, pero con la experiencia obtenida durante la posmodernidad. Sin embargo, pareciera suceder que la era posmoderna que se vive en América, específicamente en México, podría concebirse bajo una visión de violencia desmesurada. México experimenta la posmodernidad de una manera violenta y en retroceso.

En la actualidad, las tecnologías, alientan al individuo a reinventarse, a través de la cultura *psi*, ver la vida con una actitud relajada e indiferente; el individuo entiende mejor su entorno a través de su propia mirada; renovar el cuerpo, haciendo uso de los avances tecnológicos en el campo de la medicina, que en muchas ocasiones deriva en la aplicación de cirugías estéticas.

Son tiempos donde la existencia se personaliza a la carta, pues para muchos individuos lo ya conocido no es suficiente y busca experimentar nuevas cosas para saciar sus deseos. La era posmoderna parece estar obsesionada con la información y la expresión, la mayoría de la gente está llena de deseos de ser escuchada, por ejemplo, nunca antes se habían escrito tantas cosas como en esta época libre y gratuita.

La virtud contra el ocio, el talento contra el no talento, antinomias que solamente son logradas en plenitud en una época donde la prioridad del acto comunicativo es lo que importa; el emisor se torna más importante que el receptor, existe una necesidad de expresarse, comunicar por comunicar, esa es la lógica del vacío.

Sin embargo, existen momentos en los que la excesiva información ayuda en las cuestiones sociales, por ejemplo, a inicios de la segunda década del siglo XXI se llevaron a cabo derrocamientos de gobiernos debido a la constante publicación de manifiestos a través de las redes sociales y en la web. La lógica del vacío hace un paréntesis, pues las publicaciones dejan su contenido trascendental para dar paso a contenidos importantes.

3.2 Marco Histórico

La interpretación gráfica de “La era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo de Gilles Lipovetsky”, se desarrolló durante la primera década del Siglo XXI en la Academia de San Carlos, UNAM durante el curso del posgrado en Artes Visuales. Como resultado de este trabajo teórico-práctico

se obtuvo una prolífica producción de obras plásticas, alrededor de setecientas treinta piezas elaboradas con diversas técnicas.

El contenido temático de este trabajo es el estudio y reflexión de la posmodernidad a finales del siglo XX hasta el presente año. Las series gráficas y pictóricas que propongo contribuyen a la interpretación de los tiempos postmodernos en el campo visual y plástico.

3.3 Técnicas de producción gráfica

En una sociedad donde impera el gusto por lo *fast and easy*; producir arte que evoque a la reflexión, crítica y diálogo con uno mismo resulta difícil. Conmover el espíritu mediante el uso de la imagen es trabajar contra la corriente estética que impera en este momento, la cual consiste en representar lo social mediante el arte del hiperrealismo y colocado como un arte público, *site art*.

La estética que predomina en la producción de arte actual consiste en ofrecer una interpretación del mundo a través de la mirada del artista, es decir, una mirada que contiene el gusto y predilección por el placer y la diversión.

El espacio público se torna vacío en su contenido emocional debido al hastío informativo, reclamos y animaciones las 24 horas del día, haciendo menguar los referentes y la unidad que tiene el *Yo*, tornándolo incierto e impreciso en su conjunto.



Imagen N° 40
Autor: Elizabeth Peyton
Título: "sin título."
Técnica: óleo sobre papel.
Medidas: 80 x 160 cm.
Fotógrafo: wordpress.
Fotografía recuperada de:
<https://www.artsy.net/artist/elizabeth-peyton>

La interpretación gráfica Lipovetsky considera las siguientes técnicas:

- Dibujos con tinta de china y plumilla caligráfica
- Dibujos con grafito sobre papel de algodón
- Dibujos con lápiz de grafito sobre papel de algodón.
- Huecograbados sobre planchas de madera, zinc, aluminio y fierro.
- Stenciles en backlite, papel y cartulinas, vinil autoadherible
- Pintura al óleo sobre papel de algodón y lienzo.
- Libros de artista.
- Fotografías digitales intervenidas en Adobe Photoshop.

Los conceptos interpretados en la era del vacío son:

- El cambio de actitud en la sociedad
- Las costumbres del individuo en una era de consumismo
- Masificación de productos y servicios.

En esencia, el proceso de personalización hace posible el cambio de actitud en el individuo, de una actitud heterogénea a una actitud

personalizada, propiciando la personalidad *cool* y narcisista reflejada en la sociedad actual. El hombre productor pasa a ser un a un hombre consumidor, develando así una personalidad, nerviosa y convulsiva por adquirir productos que conlleven al placer y autorrealización.

El *boom* del *supermarket* en México surge a principios del siglo XXI ampliando el autoservicio, en el modo de adquisición de productos con un sistema de pago a plazos, de esta manera, el concepto del *ahorro* fundamentado en la modernidad cede el paso hacia el momento posmoderno de *obtener aquí y ahora*, lo materialmente necesario, lo anhelado.

*"La avidez de comprar aumenta cuando las mercancías se sitúan al alcance de la mano, como bien saben los grandes almacenes y supermercados. El espacio ilusorio de la fotografía publicitaria, heredero directo del de la pintura al óleo, le proporciona esa sensación de inmediatez, de contacto; construye unas condiciones apropiadas para la fascinación, para el deseo. Todo objeto bello, y esa es la función del diseño y de la publicidad, establece un ámbito para el deseo, es decir, invita a ser poseído."*³⁰

La revolución informativa hace posible un gran avance en la propagación de técnicas de expresión, comunicación y cultura *psi*, pues la seducción se convierte en el vínculo para la realización personal y el consumismo.

³⁰ Gilles Lipovetsky, "Capítulo III", *La era del vacío*, p. 49

*“provocando de esta manera una reconquista del Yo e intentar la liberación de la disciplina y presión social por medio de la conciencia substituyendo la conciencia de clase, por una conciencia individualista.”*³¹

Así como lo indica la frase de Lipovetsky *“to love myself enough so that I do not need another to make me happy”*.³² La personalidad parece ser profundizada y reinventada por el individuo desde su interior, con la intención de desarrollar una personalidad singular, intención inspirada por los *mass media*. De esta manera el hedonismo y lo permisivo se torna esencial, junto con la cultura de la libre expresión y lo espontáneo.

El narcisismo funciona como una parte activa dentro del *proceso de personalización* y hace posible la aceptación de todos los comportamientos, pues funciona como una emancipación de la influencia del *Otro* a través de una formación permanente y un impulso hacia la autenticidad del Yo.

“De la misma manera en que el Yo se torna un espacio flotante por medio de una disponibilidad pura, debido a la rapidez de combinaciones y la fluidez de comportamientos en nuestros sistemas, el cuerpo pierde su referente de materialidad y representación social, pues el miedo a envejecer crea la necesidad de reciclar el cuerpo”.³³

El tributo al cuerpo es otro elemento situado en la posmodernidad, ya que demanda una presencia actualizada, no espera el mañana; permanecer joven y no envejecer es el móvil del “reciclaje” y es mediante éste que se conforma la personalidad, por ejemplo, las redes sociales o las *selfies* son

³¹ *ibidem*, p. 53.

³² *Ibidem*, p. 55.

³³ *Ibidem*, p. 65.

espacios en los cuales existe una actualización del estado físico, psicológico y emocional, así como una prueba irrefutable del tributo al cuerpo.

De acuerdo con Lipovetsky, las costumbres del individuo en la era de consumismo y masificación de productos y servicios son los siguientes:

- el proceso de personalización como móvil de personalizar su vida.
- el narcisismo.
- el cuerpo reciclado.
- la actitud *cool*.
- violencia y sarcasmo.

Estas características son representadas a través de series gráficas y pictóricas. Por todo esto, resulta interesante analizar y plasmar en un trabajo plástico la conducta del individuo en la sociedad posmoderna.

La visión del mundo posmoderno necesita una interpretación gráfica con fundamentos estéticos que ofrezcan una elucidación amplia de los conceptos en torno a las premisas de la posmodernidad y proceso de personalización con fundamento en la teoría de Gilles Lipovetsky.

3.4 Propuesta gráfica

De acuerdo a “La era del vacío”, banqueros, proxenetas intelectuales, modelos anoréxicas, políticos, militares, así como personajes anónimos son fuente de inspiración para mi producción gráfica.

Para interpretar el proceso de individualización, narcisismo y posmodernidad se realizan una serie de propuestas gráficas y pictóricas.

3.5 Interpretación gráfica de “La era del vacío”.

En la presente producción plástica se aprecia el vitalismo de una sociedad en crisis, en cuyo seno se gesta el germen del individuo posmoderno. Los elementos que constituyen este momento histórico donde se enmarca mi producción plástica, son: el individualismo, el derrumbamiento del sistema educativo, político, moral y espiritual en la sociedad a nivel mundial.

El narcisismo y el hedonismo son elementos activos en el proceso de individualización según Gilles Lipovetsky, ya que son componentes que motivan la crítica social y la interpretación de la posmodernidad en una forma plástica. A través de la pintura denunció la guerra como método de obtener ganancias económicas por parte de naciones poderosamente capitalistas, creando con ello un vacío económico en los países subdesarrollados.

La vida durante el posmodernismo está impregnada de vacío, propiciado por el exceso de información y el desmedido consumismo, esto lo represento a través de mis composiciones gráficas donde ubico la imagen dentro de un espacio mayoritariamente blanco, haciendo del fondo una interacción espacial con la figura matizada en una escala de grises. El espacio en blanco tiene la utilidad de acentuar la intensidad y emotividad del personaje en la escena social y a la vez, simboliza la vacuidad espiritual e intelectual en la posmodernidad.

Imagen N° 41

Autor: Juan Carlos Trejo García.

Título: "Be yourself" pieza del libro de artista titulado: "cool"

Técnica: dibujo con tinta de china, transferencia y aerógrafo sobre papel.

Medidas: 28 x 21 cm.

Fecha: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



La búsqueda de la originalidad depende de cuan capaz sea el individuo de vaciarse de sus propias emociones, con el fin de ser *llenado* de diversas emociones y actitudes adoptadas a través de los mensajes de los *mass media*. Una de las características del momento posmoderno reside en la autonomía del individuo respecto a la disciplina laboral, académica, religiosa y política instaurada durante la modernidad.



Imagen N° 42

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "Kiss me..." pieza del libro de artista titulado: "cool."

Técnica: dibujo con tinta de china y aerógrafo sobre papel.

Medidas: 70 x 25 cm.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

El temor a la soledad es una constante social durante la posmodernidad y lo represento mediante la composición pictórica o gráfica con un solo personaje, raramente interactúan dos personajes en una composición.



Imagen N° 43

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: ¿lejos de casa? pieza del libro de artista titulado: "Mcwar."

Técnica: plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Año: 2015

Medidas: 17 x 15 cm.

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

También la obra es influida por el entorno social en México: intenso, emotivo y humorístico, que confluye con el momento posmoderno lleno de violencia, vacuidad y de entusiasmo por experimentar nuevas emociones. La composición plástica de las piezas demuestra al personaje siempre en primer plano, haciendo énfasis en que el individuo ocupa toda la atención en la sociedad y pretende ser el protagonista ante todos, incluso ante el mismo.

Imagen N° 44.

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: ¿Democracia now...? pieza del libro de artista titulado: "Mcwar"

Técnica: plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 17 x 15 cm.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



También, he utilizado impresiones en Plotter y Grabado en Siligrafía
producción de imágenes con Adobe Photoshop.



Imagen N° 45

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "relax..." pieza del libro de artista titulado: súper cool.

Técnica: impresión digital sobre lino sintético, tinta de china y aerógrafo.

Medidas: 40 x 20 cm.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

Imagen N° 46
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "cuerpo reciclado"
Técnica: siligrafía intervenida en Adobe
Photoshop
Medidas: 40 x 20 cm.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García



A través de matizaciones y claro oscuros de color se recrean atmósferas que evocan el dramatismo, la violencia y las emociones; mediante esta técnica busco acentuar la idea de transición de la modernidad hacia la posmodernidad.



Imagen N° 47
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "lady slayer". pieza del libro de artista titulado:
cuerpo reciclado."
Técnica: aerosol, plumones y crayones industriales sobre
papel de algodón.
Medidas: 80 x 40 cm.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

El uso de técnicas manuales es relevante porque constituye una propuesta firme y fundamentada en la calidad gráfica y plástica de la obra, esto se denota en las distintas creaciones de artistas plásticos que han optado

por esta técnica para crear imágenes concernientes a la crítica y la denuncia propia de su época.

Entre los artistas plásticos que han optado por esta técnica se encuentran: Jeroen Van Anken (El Bosco), Francisco de Goya y Lucientes, José Guadalupe Posada, Melecio Galván, Banksy y Blake le Rat, de los cuales tengo influencia en mi producción plástica,

La visión del individuo que presento es un individuo *cool*, relajado, con pretensiones y en una lucha constante entre lo espiritual y lo material; inmerso en la violencia de una sociedad que se debate entre la tecnología y su esparcimiento.

Imagen N° 48
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "good morning little school girl" pieza del libro de artista titulado: súper "cool."
Técnica: tinta de china, aerógrafo e impresión digital sobre lino sintético.
Medidas: 40 x 20 cm.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



La cultura *psi* es interpretada mediante imágenes del cuerpo humano en disección anatómica, pues de acuerdo con la Edad Media, en la anatomía residía lo divino e irónicamente, en la actualidad, el individuo renuncia a ello con la finalidad de reinventarse a sí mismo y así lograr el mayor placer.



Imagen N° 49
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: “una restirada...” pieza del libro de artista titulado: el cuerpo reciclado.
Técnica: dibujo intervenido con Adobe photoshop.
Medidas: 40 x 20 cm.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

Interpretar mediante imágenes las actitudes de la sociedad actual durante el período posmoderno tiene la finalidad de dejar vestigios gráficos del individuo y sus deseos de protagonismo. Asimismo, la influencia de Banksy en la producción plástica se manifiesta con el uso de stencils aplicados en espacios públicos.

Imagen N° 50
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: “I want you...”
Técnica: stencil sobre pared. De la serie cool war
Medidas: 40 x 20 cm.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



El presente trabajo se compone de seis series plásticas:

- *Super cool.*
- Del *I want to be* al *just to be.*
- Narcisismo.
- El cuerpo reciclado.
- *Mc war.*
- *Free democracy.*

En cada una de estas series se desarrolla de manera gráfica la totalidad de “La era del vacío” de Gilles Lipovetsky.

Súper cool

En esta serie los protagonistas son personajes de carácter anónimo que aparecen en situaciones fortuitas e inusuales, que son característica de la personalidad *cool*, ligeros y sofisticados carecen de la preocupación del diario vivir, tomando con suavidad las situaciones. Dentro de cada escenario se logra percibir símbolos de la cultura china y japonesa del taoísmo, cámaras de vigilancia, acentuando la influencia de la cultura *psi*, el individuo posmoderno comunicado y a la vez aislado se presenta sin ídolo ni tabú. La técnica utilizada es fotografías realizadas con modelos vivos, intervenidas posteriormente en adobe photoshop, a continuación se imprimen sobre lino sintético y por último son intervenidas con tinta de china y aerógrafo.



Imagen N° 51

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "I have 10 0000 likes..." de la serie: "super cool"

Técnica: imagen intervenida con Adobe photoshop, impresa en lino sintético intervenida con plumilla, tinta de china y aerógrafo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 52

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "be your self..." de la serie: "super cool"

Técnica: imagen intervenida con Adobe photoshop, impresa en lino sintético intervenida con plumilla, tinta de china y aerógrafo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 53

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "I wacht you..." de la serie: "super cool"

Técnica: imagen intervenida con Adobe photoshop, impresa en lino sintético intervenida con plumilla, tinta de china y aerógrafo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 54

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "I feeling..."

Técnica: imagen intervenida con Adobe photoshop, impresa en lino sintético intervenida con plumilla, tinta de china y aerógrafo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 55

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "forever and never alone..." de la serie: "super cool"

Técnica: imagen intervenida con Adobe photoshop, impresa en lino sintético intervenida con plumilla, tinta de china y aerógrafo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 56

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: “no...” de la serie: “super cool”

Técnica: imagen intervenida con Adobe photoshop, impresa en lino sintético intervenida con plumilla, tinta de china y aerógrafo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 57

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: “Master sound...” de la serie: “super cool”

Técnica: imagen intervenida con Adobe photoshop, impresa en lino sintético intervenida con plumilla, tinta de china y aerógrafo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 58

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: “flor de loto (cultura psi)...” de la serie: “super cool”

Técnica: imagen intervenida con Adobe photoshop, impresa en lino sintético intervenida con plumilla, tinta de china y aerógrafo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 59

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: “magic...” de la serie: “super cool”

Técnica: imagen intervenida con Adobe photoshop, impresa en lino sintético intervenida con plumilla, tinta de china y aerógrafo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 60

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "ying yang power..." de la serie: "super cool"

Técnica: imagen intervenida con Adobe photoshop, impresa en lino sintético intervenida con plumilla, tinta de china y aerógrafo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 61

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " kiss me..." de la serie: "super cool"

Técnica: imagen intervenida con Adobe photoshop, impresa en lino sintético intervenida con plumilla, tinta de china y aerógrafo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 62

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "vasto..." de la serie: "super cool"

Técnica: imagen intervenida con Adobe photoshop, impresa en lino sintético intervenida con plumilla, tinta de china y aerógrafo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 63

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "sounds of heart..." de la serie: "super cool"

Técnica: imagen intervenida con Adobe photoshop, impresa en lino sintético intervenida con plumilla, tinta de china y aerógrafo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

Serie: “Del I want to be al just to be.”

La presente serie del “Del I want to be al just to be.” Es una interpretación gráfica-pictórica de la manera en que el individuo personaliza su apariencia y reviste su cuerpo con diferentes atuendos con la finalidad de ser “diferente al otro”, también es una alusión de los individuos que dicen en sí mismos: “yo quiero ser...” y así inician la búsqueda de sus propios placeres y el desarrollo de su personalidad a través de actitudes, con el tiempo esta búsqueda termina en la frase “yo solía ser...” la mayor parte de estas imágenes expresan un instante de como el individuo posmoderno se concibe, se presenta y se expresa ante los demás. En los títulos de algunas piezas se hace uso de términos en inglés, por la mera cuestión de hacer uso de términos de expresión globalizados.

El desarrollo de esta serie es mediante el uso de técnicas, como la transferencia de imagen sobre papel de algodón, plumilla, pincel, tinta de china, aerógrafo, sobre papel de algodón, también existen piezas donde se utiliza crayón industrial, lápiz litográfico, pintura de esmalte, pintura en aerosol, aplicados sobre acrílico transparente. El uso de estos materiales es la decisión del autor que obedece a la necesidad de interpretación y expresión del tema. Las imágenes son retomadas de la baja cultura.



Imagen Nº 64

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: “super vacuo...” de la serie: “Del I want to be al just to be.”

Técnica: transferencia, plumilla, tinta de china y aerógrafo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 65

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "ganga of brothers..." (detalle) de la serie: "Del I want to be al just to be."

Técnica: transferencia, plumilla, tinta de china y aérografo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 66

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "open heart..." (detalle) de la serie: "Del I want to be al just to be."

Técnica: transferencia, plumilla, tinta de china y aérografo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 67

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "weekend..." (detalle) de la serie: "Del I want to be al just to be."

Técnica: transferencia, plumilla, tinta de china y aérografo.

Medidas: 40 x 20 cm.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 68

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "expresese yourself..." de la serie: "Del I want to be al just to be."

Técnica: transferencia, plumilla, tinta de china y aérografo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 69

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "expresate yourself..." de la serie: "Del I want to be al just to be."

Técnica: transferencia, plumilla, tinta de china y aérografo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 70

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "in the mood..." de la serie: "Del I want to be al just to be."

Técnica: transferencia, plumilla, tinta de china y aérografo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

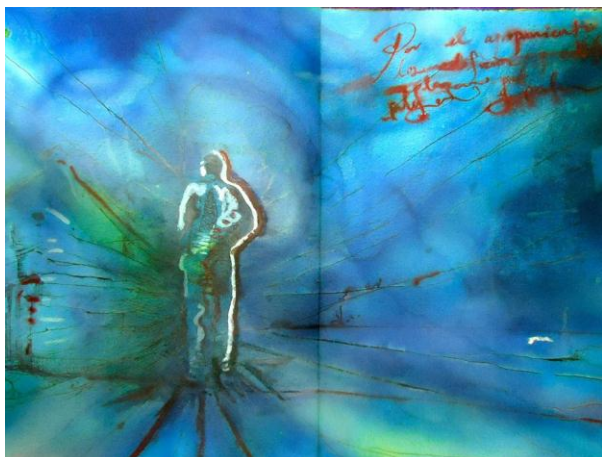


Imagen N° 71

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "I feeling..." (detalle) de la serie: "Del I want to be al just to be."

Técnica: transferencia, plumilla, tinta de china y aérografo.

Medidas: 40 x 20 cm.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 72

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "men work..." de la serie: "Del I want to be al just to be."

Técnica: transferencia, plumilla, tinta de china y aérografo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 73

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "nothing..." (detalle) de la serie: "Del I want to be al just to be."

Técnica: transferencia con plumilla, tinta de china y aérografo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

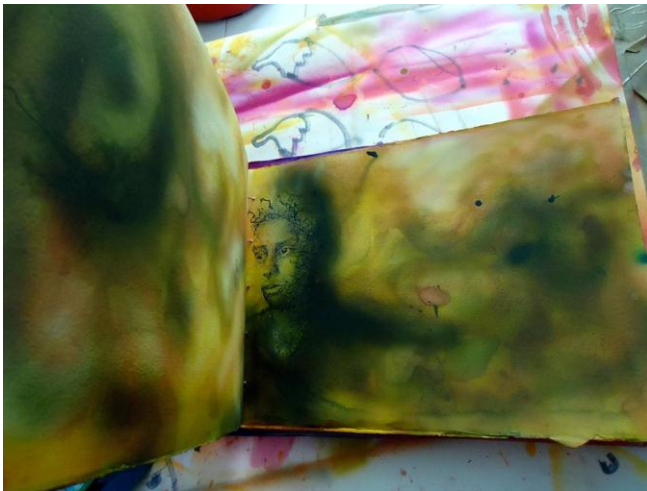


Imagen N° 74

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "thing..." de la serie: "Del I want to be al just to be."

Técnica: transferencia con plumilla, tinta de china y aérografo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 75

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: “la vida es sueño” (detalle) de la serie: del I want to be al just to be...”

Técnica: pintura de aerosol, crayón industrial y pintura de esmalte sobre acrílico transparente.

Medidas: 120x 100 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 76

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: “baby doll...” de la serie: del I want to be al just to be...”

Técnica: pintura de aerosol, crayón industrial y pintura de esmalte sobre acrílico transparente.

Medidas: 120 x 100 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 77

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: “Nellie y Denisse ...” de la serie: “del I want to be al just to be...”

Técnica: pintura de aerosol, crayón industrial y pintura de esmalte sobre acrílico transparente.

Medidas: 120 x 100 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 78

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: “I thing so...” de la serie: del I want to be al just to be...”

Técnica: pintura de aerosol, crayón industrial y pintura de esmalte sobre acrílico transparente.

Medidas: 120 x 100 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 79

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "urban fruits..." de la serie: del I want to be al just to be..."

Técnica: pintura de aerosol, crayón industrial y pintura de esmalte sobre acrílico transparente.

Medidas: 120 x 100 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 80

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "sensual fit..." de la serie: del I want to be al just to be..."

Técnica: óleo, pintura de aerosol, crayón industrial y pintura de esmalte sobre papel.

Medidas: 120 x 100 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 81

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "sucker punch..." de la serie: del I want to be al just to be..."

Técnica: pintura de aerosol, crayón industrial y pintura de esmalte sobre papel.

Medidas: 80 x 60 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 82

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "sexy nurse..." de la serie: del I want to be al just to be..."

Técnica: pintura de aerosol, crayón industrial y pintura de esmalte sobre acrílico transparente.

Medidas: 80 x 60 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 83

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "tesla..." de la serie: del I want to be al just to be..."

Técnica: pintura de aerosol, crayón industrial y pintura de esmalte sobre acrílico transparente.

Medidas: 80 x 60 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 84

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "ángel..." de la serie: del I want to be al just to be..."

Técnica: óleo y pintura de aerosol, sobre papel de algodón.

Medidas: 80 x 60 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 85

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "lady godiva..." de la serie: "del I want to be al just to be..."

Técnica: pintura de aerosol, crayón industrial y pintura de esmalte sobre acrílico transparente.

Medidas: 120 x 100 cm.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 86

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "gang..." de la serie: del I want to be al just to be..."

Técnica: pintura de aerosol, crayón industrial y pintura de esmalte sobre acrílico transparente.

Medidas: 120 x 100 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 87

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: “on the street...de la serie: “del I want to be al just to be...”

Técnica: pintura de aerosol, crayón industrial y pintura de esmalte sobre acrílico transparente.

Medidas: 120 x 100 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 88

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: “I’m sorry... de la serie: del I want to be al just to be...”

Técnica: pintura de aerosol, crayón industrial y pintura de esmalte sobre papel de algodón.

Medidas: 80 x 60 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 89

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "de la serie: del I want to be al just to be..."

Técnica: pintura de aerosol, crayón industrial y pintura de esmalte sobre papel de algodón.

Medidas: 80 x 60 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

Narcisismo

En la presente serie gráfica se aborda el tema del narcisismo, el cual es interpretado mediante imágenes anatómicas pertenecientes a grabados de Andrea Vesalius, haciéndo alusión que el narcisismo se gesta en la mente humana encontrando su expresión mediante el cuerpo. La disección anatómica es una constante durante la serie, pues nos recuerda que el individuo más que personalice su existencia, tenga poder económico e intelectual, sus días son efímeros, y pasan como una sombra, además que las imágenes renacentistas son una constante en la pintura y gráfica posmoderna. La serie se presenta a manera de un relato gráfico de desde la aparición del narcisismo en el humano. Para la realización de esta serie se utilizó la técnica de la transferencia de imagen sobre papel de algodón y su intervención con plumilla caligráfica, pincel, tinta de china y acuarela.



Imagen Nº 90

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "contenedor del alma..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 91

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " presentación de narciso..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 92

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "expresión..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 93

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "dualidad..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 94

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "nacimiento de narciso..." de la serie: narcisismo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 95

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "pensamientos múltiples en torno a una misma idea..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 96

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "hedonismo y narcisismo naciendo de la voluntad humana..." de la serie: narcisismo.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 97

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " cuerpo alma y espíritu..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 98

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "digestión del orgullo..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 99

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "fundamentos del hedonismo..." "..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 100

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " cuerpo, alma y espíritu en disección..." "..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 101

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "disección..." "..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 102

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "la vanidad asentada en el hedonismo..." "..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 103

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "los días de tu vanidad..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 104

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "diálogo del hedonismo y narciso..." de la serie: narcisismo.

Técnica: lápiz de grafito, tinta de china sobre papel

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 105

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "narciso y voluntad..." "..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 106

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "around to my head..." "..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 107

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "giro de voluntades..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 108

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "narciso y su completa expresión..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

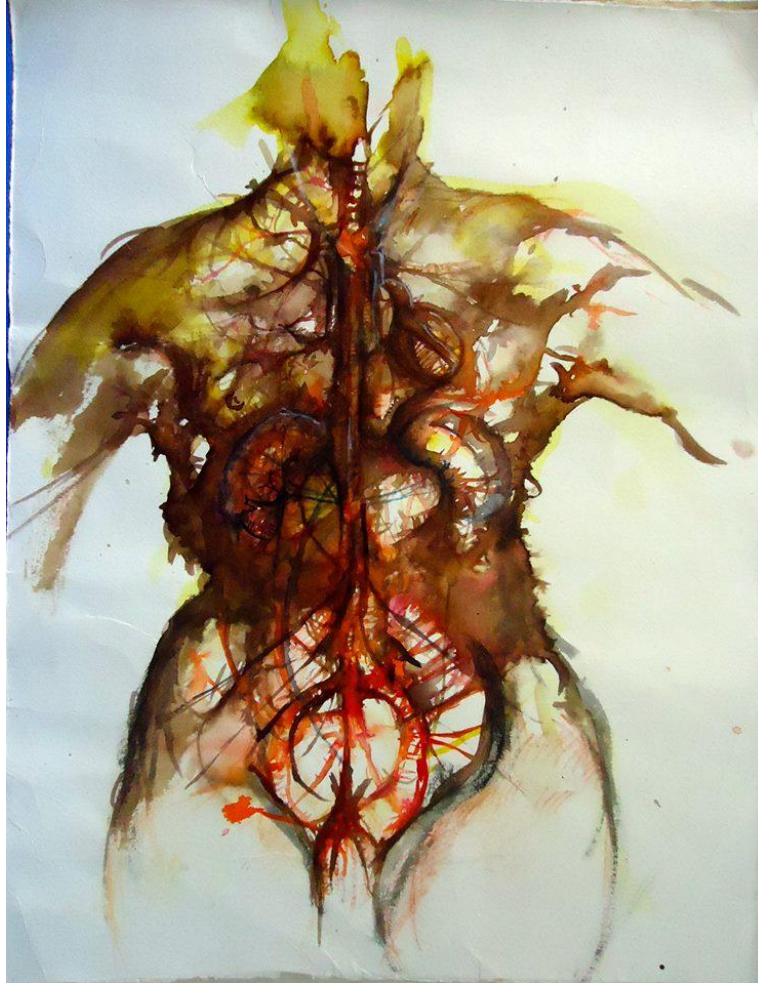


Imagen N° 109

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "solamente omega..."..." de la serie: narcisismo.

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

Serie: “el cuerpo reciclado.”

En esta serie se realiza una interpretación de individuos que practican reinventarse a través del fashion o bien por medio de cirjías faciales o liposucciones, todo ello con fundamento en el concepto del cuerpo reciclado según Gilles aLipovetsky. Las técnicas utilizadas son pintura al óleo, e imágenes intervenidas en adobe photoshop.



Imagen N° 110

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: “ángel reciclado...” de la serie: “el cuerpo reciclado.”

Técnica: fotografía intervenida con adobe photoshop.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 111
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: “una restiradita...” de la serie: “el cuerpo reciclado.”
Técnica: fotografía intervenida con adobe photoshop.
Medidas: 40 x 20 cms.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García



Imagen Nº 112
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: “ecce obesus...” de la serie: “el cuerpo reciclado.”
Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.
Medidas: 40 x 20 cms.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 113

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "Mc boy..." de la serie: "el cuerpo reciclado."

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 114

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "barbie..." de la serie: "el cuerpo reciclado."

Técnica: transferencia intervenida con plumilla, pincel y tinta de china.

Medidas: 40 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

Serie: "Mc war"

La presente serie titulada "Mc war" es la síntesis gráfica del capítulo IV de la era del vacío", en la cual se describe la violencia como parte de la diversión de las sociedades actuales aunado a ello con el sarcasmo, el dinero y el sexo. los personajes que forman parte de esta serie, son recopilaciones de individuos de la vida cotidiana y con fundamento en sucesos internacionales. Cabe señalar que esta serie también codifica el suceso de la invasión de la administración Bush en medio oriente y el caos posterior a ello en la escena mundial. Las técnicas utilizadas son el dibujo a tinta y grafito debido a la rapidez con la que se puede codificar un suceso. Cada dibujo realizado en esta serie es producto del análisis y reflexión de un suceso por día.



Imagen N° 115

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " fascinación "de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 116

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " hey, you.. "de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 117

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "fascinación..." de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 118

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "relax, solo es una guerra..." de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 119

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " que se rompe..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 120

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " father of war..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 121

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " invitado especial "de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 28 x 21 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 122

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " presagio..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 123

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "planeación" de la serie: "Mc war"

Medidas: 14 x 10 cms.

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 124

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "lo ciego de la justicia..." de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 125

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " buen muchacho..." de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 126

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " slave..." (homenaje a Melecio Galván de la serie: "Mc war"

Técnica: aguafuerte impreso sobre papel de algodón.

Medidas: 25 x 20 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 127

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "¿mascota?...“de la serie: “Mc war”

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 128

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "old uncle Sam...“de la serie: “Mc war”

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 129

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "saludos matinales..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 130

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "¿ignorancia?..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 131

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "lucha por la democracia" ...de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 132

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "la sombra del horror..." de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 133

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "democracia now" de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 134

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "por la democracia..." de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 135

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " por la democracia: no hay más remedio(dicho antes por Francisco de Goya..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 136

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " lo ciego de la justicia..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 137

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " metal head..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 138

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " democracy toy..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 139

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " american war..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 140

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " our war..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 141

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "...de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 142

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "figth for your country, paisano..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 143

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " gran botín..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 144

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " kill'em all..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 145

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "toy..." de la serie: "Mc war"

Medidas: 14 x 10 cms.

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 146

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "yankee..." de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 147
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: " cool war..."de la serie: "Mc war"
Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.
Medidas: 14 x 10 cms.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 148
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: " mascota II..."de la serie: "Mc war"
Técnica: dibujo con plumilla, pincel y tinta de china sobre papel de algodón.
Medidas: 14 x 10 cms.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

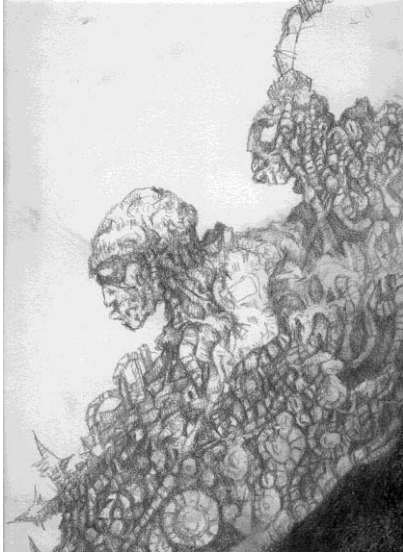


Imagen N° 149

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " funny tank..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 150

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " recuerdo nuclear..."de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 151
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: " líderes mundiales..."de la serie: "Mc war"
Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.
Medidas: 14 x 10 cms.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 152
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: " líderes mundiales..."de la serie: "Mc war"
Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.
Medidas: 14 x 10 cms.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 153

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: " Jeremías llorando la destrucción de Jerusalem (interpretación de la pintura de Rembrandt: "el profeta Jeremías llorando la destrucción de Jesrusalem)... "de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 154

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "ambivalencia" de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 155
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "dinero: caballero posmoderno" de la serie: "Mc war"
Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.
Medidas: 14 x 10 cms.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 156
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: " new order..." de la serie: "Mc war"
Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.
Medidas: 14 x 10 cms.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

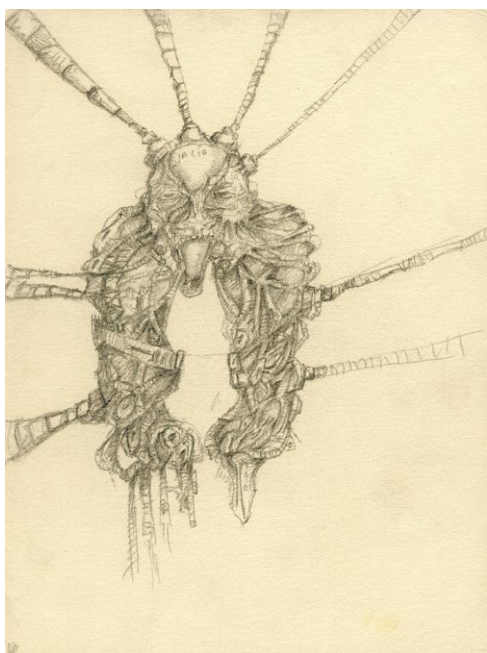


Imagen N° 157
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "creogenia" de la serie: "Mc war"
Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.
Medidas: 14 x 10 cms.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 158
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "cáliz.." de la serie: "Mc war"
Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.
Medidas: 14 x 10 cms.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 159
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "rey y ocaso..." de la serie: "Mc war"
Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.
Medidas: 14 x 10 cms.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

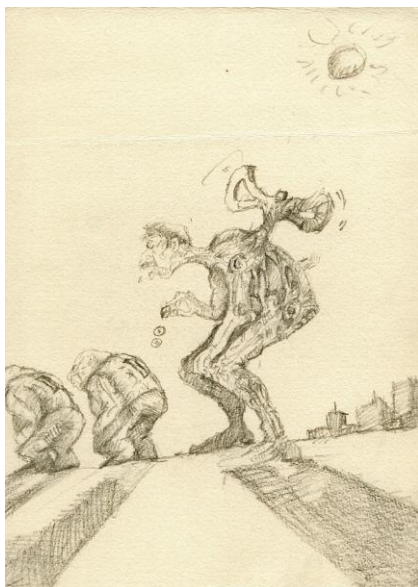


Imagen Nº 160
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: " democracy: insert coin de la serie: "Mc war"
Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.
Medidas: 14 x 10 cms.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 161
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "sword on the earth" de la serie: "Mc war"
Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.
Medidas: 14 x 10 cms.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen Nº 162
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "en la cuerda..." de la serie: "Mc war"
Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.
Medidas: 14 x 10 cms.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 163

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "money.." de la serie: "Mc war"

Técnica: dibujo con grafito sobre papel de algodón.

Medidas: 14 x 10 cms.

Año: 2016

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

“Serie: consumismo (free democracy...)”

Estas fotografías codifican el trabajo gráfico realizado en espacios públicos expresando con ello las ideas relativas al street art, la democracia y temas como el consumismo.



Imagen N° 164
Autor: Juan Carlos Trejo García
De la serie: “consumismo
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 165
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: “tele-monkey” De la serie: “consumismo
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 166
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "días de vanidad" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 167
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "joker" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

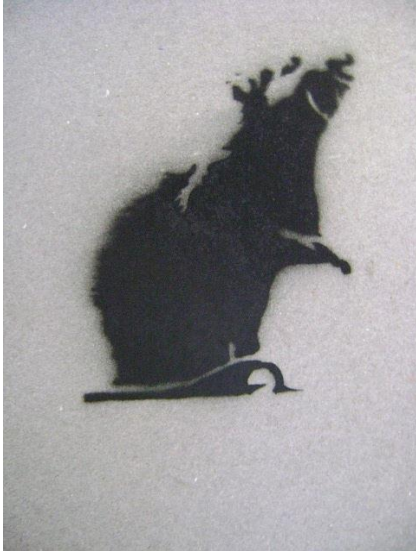


Imagen N° 168

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "rat" (interpretación *the rat by Banksy*) De la serie: "consumismo

Técnica: stencil sobre pared.

Medidas: variables.

Año: 2015

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 169

Autor: Juan Carlos Trejo García

Título: "primal scream" De la serie: "consumismo

Técnica: stencil sobre pared.

Medidas: variables.

Año: 2016

Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 170
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "fast power" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 171
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "balls" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

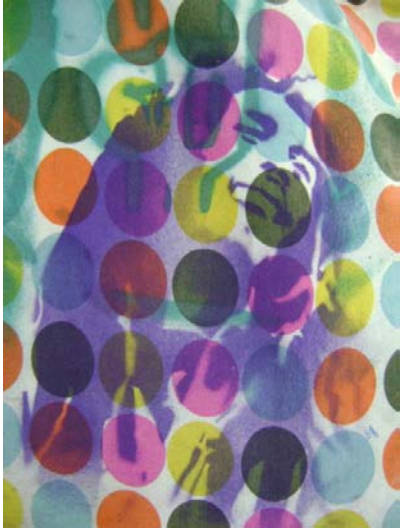


Imagen N° 172
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "Bob Marley" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 173
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "tv boy" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 174
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "in your eyes" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 175
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "body and soul" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 176
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "pull..." De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 177
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "1" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 178
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: “.com” De la serie: “consumismo
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 179
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: “muffin del amor” De la serie: “consumismo
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 180
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "uncle Ben" De la serie: "consumismo
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

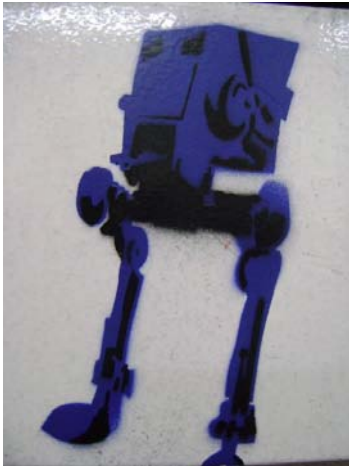


Imagen N° 181
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "star wars" De la serie: "consumismo
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 182
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "joshua tree" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 183
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "dripping" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 184
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "buenos aires street" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 185
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "dude..." De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 186
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "I want you..." De la serie: "consumismo
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año. 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 187
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "peace and war..." De la serie: "consumismo
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 188
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "in the mood" De la serie: "consumismo
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 189
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "joshua tree" De la serie: "consumismo
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 190
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "no lo sé" De la serie: "consumismo
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 191
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "vacío" De la serie: "consumismo
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 192
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "pinup" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 193
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "rat" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 194
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "full" De la serie: "consumismo
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 195
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "torcido" De la serie: "consumismo
Técnica: stencil sobre pared..
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 196
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "aliens rules" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 197
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "godínez rules" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 198
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "very clean" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 199
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "heat" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 200
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "cream" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.



Imagen N° 201
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "step" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

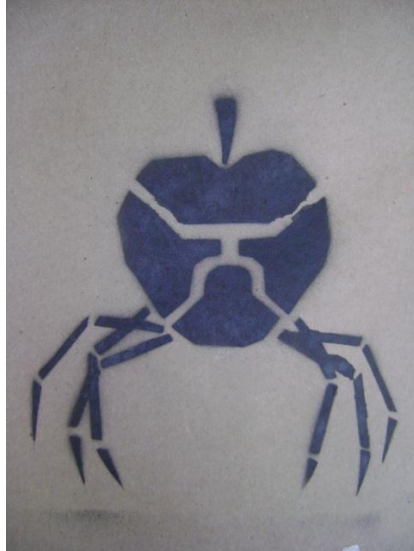


Imagen N° 202
Autor: Juan Carlos Trejo García
Título: "apple" De la serie: "consumismo"
Técnica: stencil sobre pared.
Medidas: variables.
Año: 2015
Fotógrafo: Juan Carlos Trejo García.

CONCLUSIONES

La lectura de "La era del vacío" de Gilles Lipovetsky contribuye a develar la conducta de la sociedad actual. Durante su ensayo puede advertirse que el tema de análisis es el individuo y su relación en sociedad, en la que mediante diversos estilos de vida se tiende a la individualización, una conducta propia de la posmodernidad.

La posmodernidad se comprende como un período histórico en el cual se suscitan cambios en la estructura social establecidos durante el movimiento de la ilustración, por ejemplo: falta de interés y credibilidad en el aparato político y gubernamental, rechazo a la disciplina coercitiva, desapego social, etcétera. Todo ello para dar paso a una sociedad consumista, ensimismada en el narcisismo y el placer.

Una de las herramientas de las cuales se ha valido la posmodernidad se localiza en los medios masivos de comunicación o *mass media* que contribuyen en el proceso de individualización, ya que a través de las imágenes e información logran gestar la idea de que la individualidad es posible, así como gozar y disfrutar del presente sin la necesidad de angustiarse por el futuro.

Lipovetsky retoma a la posmodernidad para enunciar lo dinámico, globalizado, la actitud *cool*, la cultura psi (cultura psicológica), lo *soft light*, entre otras constantes de las sociedades modernas.

La era del vacío es una crítica a los sistemas políticos, sociales, culturales, ideológicos y económicos. Lipovetsky propone ver a la sociedad actual a través de los gustos y preferencias de los individuos, donde ya no hay ídolo, tabú o un futuro apocalíptico, es por ello que toma como metáfora la figura mítica de “narciso” que solamente está decido a contemplar su imagen en un estanque de agua. La figura de “narciso” ayuda a comprender la idea en que el individuo posmoderno tiende a comprender al mundo a través de sus propios ojos.

La idea de la posmodernidad y el “narciso moderno” no sólo ha interesado a filósofos como Lipovetsky sino a creadores plásticos como Banksy, ya que desde diferentes trincheras se busca hacer un análisis de la sociedad moderna, así como sus vicios y debilidades.

Banksy decide producir *street art* con el objetivo de ofrecer paradojas, criticar los estilos de vida ofrecidos por la publicidad en las sociedades actuales; sociedades con gustos “estandarizados” y explotados por la publicidad creando así un hastío generalizado.

La idea de ocupar espacios públicos reitera su crítica, ya que utiliza elementos originales y los modifica con *stencil* o aerosol para crear un nuevo sentido y significado de la imagen. Resalta la importancia de la identidad y el sentido de pertenencia del individuo.

Por otra parte, el trabajo “*La era del vacío: una interpretación gráfica*” es una producción de imágenes que está fundamentada en pasajes del ensayo “*La era del vacío*” de Gilles Lipovetsky presentado en seis series gráficas, cada imagen alude a conceptos como: “narcisismo”, “personalidad *cool*”, “cuerpo reciclado”, “violencia moderna” y el “*fashion*”.

La experiencia de analizar el concepto de posmodernidad y encontrar un vértice práctico en la figura de Banksy resulta un aliciente creativo en el quehacer estético de la presente producción gráfica, pues, a través de su trabajo de *street art* se ejemplifica el sentir posmoderno.

Por último, se comprobó mediante la utilización del ensayo de Gilles Lipovetsky y la obra pictórica de Banksy que la sociedad se encuentra en una era posmoderna, en la cual se utiliza a la imagen como elemento enajenante y de identidad. Asimismo, los *mass media* son los encargados en reproducir estas imágenes que promueven estilos de vida utópicos, creando así una *era del vacío*, capaz de conflictuar al individuo.

Es relevante considerar que la creación plástica debe considerarse como una posibilidad de denuncia acerca de los acontecimientos sociales, a fin de promover la conciencia y la reflexión.

FUENTES DE CONSULTA

- **Bibliografía**

Banksy. (2006). *Wall and piece Century*. Inglaterra: The Random House Group

Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México: Itaca.

Bourriaud, N. (2009). *Postproducción, la cultura como escenario: modos en el que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.

Bull, M. (2011). *Banksy: Locations & tours vol. 1: a collection of graffiti and photographs in London-England*. Estados Unidos: US Edition.

Danto, A. (1999). *Después del fin del arte: El arte contemporáneo y el linde de la historia.*, Barcelona: Paidós

King, D. (2007). *Posters Girls, Vol. 1 y 2*. Estados Unidos: Chronicle Books.

Dumont, Louis, gloria o maldición del individualismo moderno, Revista de Antropología, Sao Paula, USP, 2001, V. 44 N°2.

Finkelppearl, T. (2001). *Dialogues in public art*. Londres: The MIT press.

Guasch, A. (2007). *El arte último del Siglo XX: del Posminimalismo a lo multicultural*. España: Alianza Editorial.

Hertz, S. (2008). *Animated Painting*. Estados Unidos: San Diego Museum of Art.

Jones, T. (2008). *Fashion Now 2*: Taschen.

- Kete (compilation), *Banksy: the man, his work and the Movement He Has Inspired*. Published July 1st 2014 by Michael O'Mara, E.U. 2014.
- Krauss Rosalind, *La originalidad de la Vanguardia y otros mitos modernos*. Alianza Editorial. Madrid, 1994.
- Lipovetsky, Gilles, *La era del vacío, ensayos sobre individualismo contemporáneo*. Anagrama, Madrid, 1983.
- _____, *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama, Madrid, 1993.
- _____, *La tercera mujer*, Anagrama, Madrid, 2002.
- _____y Sébastien Charles, *Los Tiempos Hipermodernos*. Anagrama, Madrid, 2006. BIBLIOGRAFÍA INTERNET
- Monsiváis Carlos, *Amor perdido*, Ed. Era, México, 1977.
- Monsiváis Carlos, *entrada libre*, Ed. Era, México, 2001.
- _____, *Días de guardar*, Ed. Era, México, 2003.
- _____, *Los rituales del caos*, Ed. Era, México, 2006.
- Noyce Richard, *Printmaking at the edge. 45 artists: 16 countries: a new perspective*, Londres, A& C Black publishers, Uk, 2006.
- Potter Patrick, *Banksy: You are an acceptable level of Threat and if you not you would know about it*, The Random House Group Limited, Uk, 2014.
- Shaffrey Cliodnha, *What is public art? Education and community programmes* irish museum art, 1991.
- Yoshinaga Masayuki and Ishikawa Katsuiko, *Gothic and Lolita*. Phaidón, 2007.

Ciberografía

Blake le rat, *original stencil pioneer*, <http://bleklerat.free.fr> consultado 04 Agosto 2015. Artículo consultado el 04 Agosto 2015.

_____, *blek my vibe*, <http://blekmyvibe.free.fr/> consultado 04 Agosto 2015.

Blog, *justseeds* *artists' cooperative*.
http://justseeds.org/about/who_we_are.html consultado 04 Agosto 2015.
Artículo consultado el 04 Agosto 2015.

Carducci Vince, *culture jamming a sociogycal perspective: journal of consume culture*, <http://joc.sagepub.com/content/6/1/116.short>. Artículo consultado 04 de Agosto 2015.

Cesare del Mastro entrevista a Gilles Lipovetsky, *Hoy la empresa puede ser mejor valorada si integra la dimensión humana*, Universidad del Pacífico, Lima, 27 Agosto 2013. Artículo consultado el 04 Agosto 2015.

<http://www.youtube.com/watch?v=SADn5yd5CHw>

Corral Quintero Raúl, *Una sociología del presente pos(hiper)moderno*. UAM, México, D.F, 2007. Artículo consultado el 04 Agosto 2015.

http://www.uam.mx/difusion/casadeltiempo/01_oct_nov_2007/casa_del_tiempo_eIV_num01_41_46.pdf

Edwards Jorge y Lipovetsky Gilles, *Diálogos sobre estética*. Espacio Fundación Telefónica Madrid, 22 Octubre 2012. Artículo consultado el 04 Agosto 2015.
<http://www.youtube.com/watch?v=YJV5FgpsptM>

Gonzalo Díaz, Banksy, *Spy & Bleke le rat: Tres Grandes para la ciudad*. CITIO (ciudad transdisciplinar), diciembre 2012, consultado 04 Agosto 2015.

<http://blog-citio.blogspot.mx/2009/12/banksy-spy-blek-le-rat-tres-grandes.html> artículo consultado 04 de Agosto 2015.

Hervé Juvin et Gilles Lipovetsky *l'Occident mondialisé*

http://www.youtube.com/watch?v=sPnBX7xp_fM

Marshall Logan, *Culture jammer*, urban dictionary.

<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=culture+jam>
Consultado el 04 de agosto 2015.

Les Matins de France Culture, *Le capitalismo : un artiste qui monte?*, 2ª temporada, capítulo: 144, 24 Mayo 2013. Artículo consultado el 04 Agosto 2015.

<http://www.youtube.com/watch?v=BfUKKhdT3U4>

Lipovetsky Gilles, *la Pantalla Global*. Video conferencia, Cátedra Alfonso Reyes, TEC de Monterrey, México, 21 Agosto 2013. Artículo consultado el 04 Agosto 2015.

http://www.youtube.com/watch?v=4sWQs_tAPRw

_____, *La sociedad del hiperconsumo*. Cátedra Alfonso Reyes, Tec de Monterrey, México, 14 Agosto 2007. Artículo consultado el 04 Agosto 2015.

_____, *ofrece conferencia magistral en el Senado de la República Mexicana*. Senado de la República, México 14 Julio 2014. Artículo consultado el 04 Agosto 2015.

<http://www.youtube.com/watch?v=vv52zYo42Pk>

_____, *Diálogo con profesores del Tecnológico de Monterrey*. Cátedra Alfonso Reyes, Tec de Monterrey, México, 14 Agosto 2007. Artículo consultado el 04 Agosto 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=UDNthyr0QIc>

_____, *30 años después de la Era del vacío*. 02 Febrero 2014. Artículo consultado el 04 Agosto 2015.

http://www.youtube.com/watch?v=l6wESFsj_Uk

_____, *Í ephemer*. 17 Diciembre 2009. Artículo consultado el 04 Agosto 2015.

<http://www.youtube.com/watch?v=e4hY7nYe5M4>

_____, *Del lujo sagrado al lujo democrático*. Cátedra Alfonso Reyes, Tec de Monterrey, México, 13 Agosto 2007. Artículo consultado el 04 Agosto 2015.

<http://www.youtube.com/watch?v=nZIrEsiMMIO>

_____, *Pensamiento de la era del vacío*. Cátedra Alfonso Reyes, conferencia con Universitarios Tecnológico de Monterrey, México, 04 Noviembre 2013. Artículo consultado el 04 de Agosto 2015.

<http://www.youtube.com/watch?v=2c973Ud5r0o>

Presentación de *La civilización del espectáculo*. Vargas Llosa Y Gilles Lipovetsky, Instituto Cervantes, Madrid, 24 Abril 2012. Artículo consultado el 04 Agosto 2015.

<http://www.youtube.com/watch?v=4l9YPlnsIcU>

Ros Cherta Juan Manuel, *Gilles Lipovetsky o El Culto a lo Privado*. Reserca-
revisti pensamenti analisi, any 1993, Vol. XVII N^o IV, Universitá Jaime de
Castelló Espanya. Artículo consultado el 04 Agosto 2015.

<http://www.raco.cat/index.php/RecercaPensamentAnalisi/article/viewFile/106332/153051>

Tamés Enrique, *Seminario introductorio al pensamiento de Gilles Lipovetsky (primera sesión)*. Cátedra Alfonso Reyes, TEC de Monterrey, México, 13 de Agosto 2013. Artículo consultado el 04 Agosto 2015.

<http://www.youtube.com/watch?v=hRMobJKy6Bs>



Imagen 203
Autor: Banksy
Título: "The life is beatiful."
Técnica: stencil sobre muro.
Medidas: 3000 x 400 cm.
Año. s.f.
Imagen recuperada de:
banksy.co.uk
Fotógrafo: Banksy.