



Instituto
de arte
contemporáneo

Juan Curto. Photo España 2015, Vicente Tirado del Olmo, "A Promise", en Cámara Oscura Galería de Arte.

Publicado 27-05-2015

PHOTOESPAÑA 2015 29 mayo - 25 julio 2015 May 29 - July 25, 2015 Inauguración: Viernes, 29 mayo 2015 a las 20h Opening night: May 29, 2015 Friday at 8:00	VICENTE TIRADO DEL OLMO "A Promise" Festival Off PhotoEspaña Horario: M-V 16.30-20.30. S 11.00-17.00 Tue-Fri 4.30-8.30 pm. Sat 11.00 am-5.00 pm
	Director: Juan Curto Alameda, 16, 1º B ES 28014 Madrid, Spain T./F.: +34 91 429 17 34 www.camaraoscura.net Para darse de baja por favor envía un mail a esta dirección To unsubscribe please respond to this e-mail address

Inauguración: Viernes 29 de Mayo a las 20:00 horas, hasta el día 25 de Julio.

Lugar: Cámara Oscura Galería de Arte, Calle Alameda, 16, 28014 Madrid.

Durante el Romanticismo el paisaje cobra autonomía y se convierte en un género mayor. El paisaje en la pintura romántica deviene un escenario en el que se confrontan naturaleza y hombre, y en el que se advierte la dramática nostalgia que invade al ser humano al constatar su ostracismo con respecto a aquella. El individuo contemporáneo

hereda esta visión del paisaje, y es consciente de la brecha que el progreso ha abierto entre él y la naturaleza. Desea entonces reconciliarse con ella y reencontrar en la misma naturaleza sus señas de identidad. En la serie "A Promise", se muestran imágenes de naturaleza en estado salvaje, donde el paisaje volcánico predomina, evocando así un momento previo a la aparición del hombre sobre la tierra. El poder de sugestión de estas imágenes sirve de pretexto para una reflexión sobre el anhelo de naturaleza del individuo contemporáneo y sobre la instrumentalización que la publicidad hace de este deseo. Y es que el esquema coche de lujo sobre un fondo de paisaje "sublime" se ha convertido en un modelo recurrente en la publicidad de coches, donde la naturaleza es presentada como un espacio de deseo solo alcanzable por medio de la mercancía anunciada. El doble juego al que son sometidas las imágenes del proyecto, mostradas, por un lado, con el aura de la obra de arte, y banalizadas, por el otro, como soporte de una campaña de publicidad con los eslóganes exhortativos propios de ella, plantea una reflexión sobre la naturaleza y sobre los valores que la hacen tan apetecible para la publicidad. Pero sobre todo, lo que se cuestiona es la capacidad de nuestro sistema para colonizar nuestros espacios más íntimos y manipular nuestros deseos.