

"Satélite", de Alejandro Mancera / Observatório Esfera Pública

Estas fachadas de almacenes de pintura se encuentran en sectores de algunos barrios populares de Bogotá, casi siempre en avenidas o vías transitadas. Su particular uso de la pintura en toda el área de la fachada, momentáneamente parece camuflar la estructura de la casa, convirtiéndola en una especie de valla publicitaria, como una especie de ampliación de una carta de color o de la imagen corporativa de alguna marca de pinturas en particular.

Con el fin de poder estudiar más detenidamente este efecto, fotografié algunos de los almacenes que me interesaban y al revisarlas en el computador me pareció que los textos de los nombres del almacén y las marcas distraían mi percepción y decidí removerlos.

Ahora se pueden ver las pinturas. Son como satélites, un satélite es un cuerpo que gira en torno a otro de mayor tamaño. Los murales son a la vez versiones comedidas de una carta de color o de un círculo cromático, cuerpos opacos que brillan con la luz del sol pero girando alrededor del negocio del color.

No obstante las normas dictadas por las estrategias de los sistemas de mercado parecen diluirse levemente con la desaparición de un marco que delimita la imagen institucional (casi siempre diáfana, impoluta) del contexto que las rodea, otras casas, otros negocios, las antenas, las calles; que las atraviesa, como puertas y ventanas; y finalmente la forma misma de la casa que las acoge y convierte las superficie pintada en una especie de pijama.

Me gusta verlas como pequeñas representaciones de su universo propio, como satélites de las grandes marcas de pintura, con sus tonos de color catalogado que camaleonean la arquitectura de modestas casas convertidas en local de negocio. Su imagen se alimenta de los motivos oficiales de los grades distribuidores para transformarse en variaciones sobre un tema.