



Realizado por: David Enrique Malaver Carantón  
Carrera: Artes Visuales  
Año: 2025

# CONTENIDO



- |  |             |
|--|-------------|
| • El Statement   | Págs. 4-5   |
| • Referentes artísticos  | Págs. 6-7   |
| • Selección del logo de la marca/obra  | Págs. 8-10  |
| • El centro comercial Oasis Mall<br>(Antes de ser mostrado/abierto al público) | Págs. 11-14 |
| • Planos iniciales del supermercado de Oasis Mall                              | Pág. 15     |
| • El proceso de los objetos: Productos/Esculturas                              | Págs. 16-24 |
| El proceso de los objetos (Los moldes)   | Págs. 16-18 |
| El proceso de los objetos (Las etiquetas)                                      | Págs. 19-21 |
| El proceso de los objetos (El fondo)   | Págs. 22-24 |
| • El catalogo de productos del supermercado                                    | Pág. 25     |
| • Vista general del supermercado   | Pág. 26     |

# CONTENIDO



- Vista general de las secciones del supermercado
- Vista cercana de cada sección del supermercado
- El centro comercial Oasis Mall
- El logo de Oasis Mall en el supermercado
- El catalogo de productos en el supermercado
- La salida del supermercado
- Referencias

Págs. 27-28

Págs. 29-31

Pág. 32-33

Pág. 34

Pág. 35

Pág. 36

Pág. 37

# *El Statement*



Oasis Mall es una instalación artística que surge como un gesto poético y crítico frente al entramado simbólico y económico que tejen los centros comerciales en la contemporaneidad. Este proyecto nace de una pulsión por tensionar, resignificar y cuestionar los valores atribuidos tanto al objeto artístico como al objeto comercial: ¿qué los separa?, ¿dónde se encuentran?, ¿cuáles mecanismos de visibilidad, deseo y fetichización los atraviesan? Mientras unos habitan museos y galerías, otros se exhiben con igual teatralidad en vitrinas, góndolas y anaqueles. En este cruce entre arte y consumo, Oasis Mall se interroga por las dinámicas de necesidad, deseo e impulso. ¿Qué condiciones provocan que un objeto despierte el deseo de ser poseído?, ¿cómo se fabrica una carencia? Estas preguntas abren la posibilidad de indagar no solo en la superficie brillante del producto, sino en la arquitectura emocional y cultural que sostiene el acto de comprar.

La obra se inscribe en una reflexión crítica sobre el valor de uso versus el valor de culto, un problema medular en la historia del arte, y retoma también la tensión entre original y copia. En un mundo donde todo parece destinado a circular como mercancía, Oasis Mall propone una pausa contemplativa: una invitación a restituir sentido, belleza y afecto a las cosas. El proceso de investigación-creación se nutrió de una rigurosa observación del lenguaje visual de los centros comerciales y supermercados. Se realizaron visitas, registros fotográficos y análisis de dispositivos de exhibición: vitrinas, estanterías, góndolas, con especial atención a los gestos escenográficos que provocan el deseo.

Esta mirada se alimentó con referencias de artistas como Andy Warhol, Jeff Koons, Sam Keller, Antonio Caro y Wilson Díaz, cuyas obras han explorado los vínculos entre arte, mercado y cultura visual. Desde lo técnico y material, se utilizaron productos comunes en el imaginario del consumo masivo: gaseosas, paquetes de papas, maní, galletas, latas de salchichas, confitería, celulares, entre otros. Estos objetos fueron replicados mediante moldes realizados con vaselina, plastilina, silicona negra para vidrio/ aluminio, varsol, yeso, gasa estéril, alginato y envases reutilizados.

## *El Statement*



Los resultados fueron intervenidos con glitter, laminillas doradas y plateadas, pegatinas, pintura acrílica y en aerosol, exaltando el carácter ornamental y brillante del objeto consumible. El vaciado en yeso se convirtió en una metáfora del acto de comprar: llenar un molde, ocupar un vacío. Así como el yeso necesita color para completarse, el deseo del comprador busca en el objeto algo que restituya una supuesta carencia. Cada pieza se volvió así una escultura del impulso, una cápsula de anhelo.

Se experimentaron diversas técnicas para controlar el vertido y moldeado del yeso: esperas estratégicas de endurecimiento, aplicaciones manuales, contenciones de plastilina, gasas impregnadas de silicona. El proyecto se convirtió en un laboratorio escultórico donde el ensayo y el error abrieron paso a descubrimientos sensibles. Oasis Mall propone una instalación en la que se amalgaman lenguajes del arte pop, la cultura material y la escultura contemporánea.

La obra interpela al espectador desde lo visual y lo conceptual, abriendo un espacio de reflexión sobre la belleza, la utilidad, el deseo y la lógica emocional del consumo. Este trabajo no solo dialoga con prácticas artísticas reconocidas en el ámbito local y nacional —como las de Antonio Caro o Wilson Díaz—, sino que recoge experiencias y aprendizajes acumulados en distintas asignaturas del programa de Artes Visuales: desde la Escultura y el Taller de Tridimensionalidad hasta los estudios culturales y humanísticos. Al finalizar el proyecto, emerge una conciencia renovada sobre el papel de los objetos en nuestra vida cotidiana: su valor emocional, simbólico, estético.

Comprendemos que no todos los objetos son funcionales: algunos son regalo, memoria, colección. Que el acto de compra es profundamente emocional: decidimos desde el deseo y justificamos desde la lógica. Asimismo, se problematiza el lugar del arte en el circuito de valor: mientras las obras pueden aumentar su precio a medida que circulan por exposiciones o subastas, los productos comerciales suelen devaluarse con su primer uso. Oasis Mall se instala así como una obra bisagra entre lo artístico y lo comercial, entre lo bello y lo banal, entre lo que somos y lo que creemos necesitar. Este proyecto es una invitación a contemplar las vitrinas del mundo con otros ojos: los del arte, que no busca vendernos algo, sino devolvernos la posibilidad de sentir, pensar y crear.

# Referentes Artísticos



Andy Warhol. *Brillo Boxes* (1964)  
<https://www.3minutosdearte.com/en/fundamental-paintings/andy-warhol-brillo-boxes-1964/>

En obras como esta el arte es indistinguible de la realidad; parecen ser cajas de jabón de un establecimiento comercial (un producto comercial de la vida cotidiana) pero en realidad es una obra de arte.



Jeff Koons, *Balloon Dog (Orange)*, 1994-2000.  
<https://www.zancada.com/jeff-koons-el-consumismo-al-servicio-del-arte/>

Jeff Koons aprovecha la fascinación de los estadounidenses por las novedades, elevando objetos comunes a símbolos de anhelo para examinar los valores culturales, la búsqueda de estatus, la permanencia y la obsesión por lo nuevo.

# Referentes Artísticos



*Wilson Diaz, Gusto y conflicto, motivos para coleccionar.*

<https://museolatertulia.com/wilson-diaz-gusto-y-conflicto-motivos-para-coleccionar/>

Wilson Diaz Tiene en cuenta para sus obras varias cosas de producción visual; como lo son las imágenes, videos, películas, entre otros, que circulan en la televisión, el cine y otros medios. Producciones visuales/Publicidad como los anuncios análogos, los comerciales en televisión, etc, llaman la atención del consumidor (En especial las que más se repiten, las que se ven de buena calidad, entre otros factores).



Lenguaje, palabra e imagen:  
Antonio Caro (1950-2021)  
Un referente del arte conceptual  
Latinoamericano

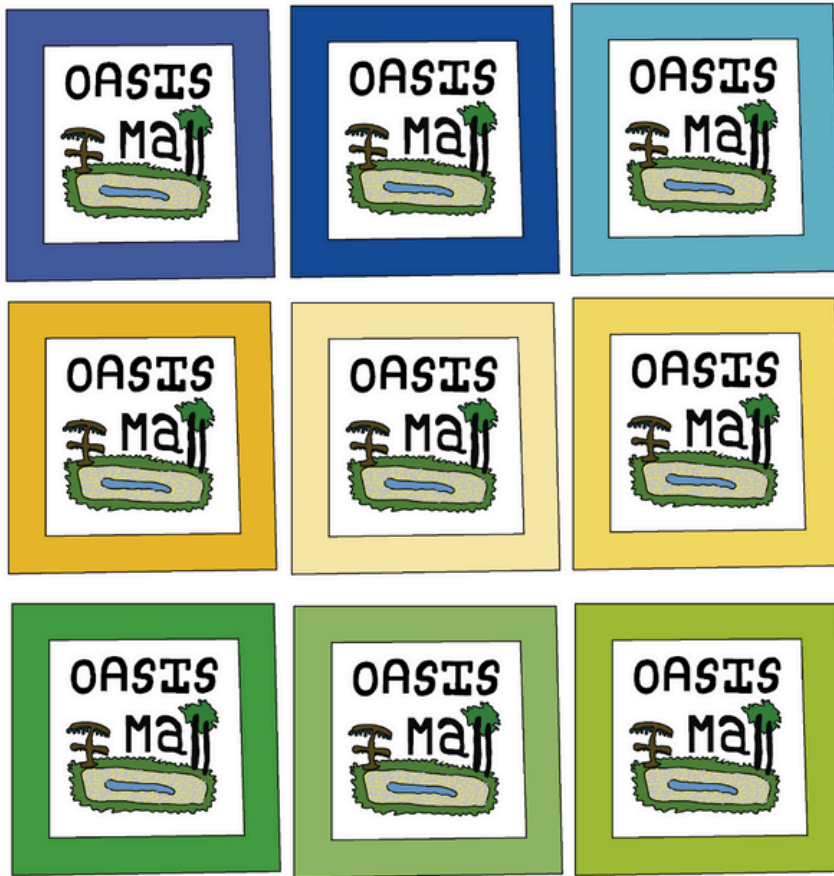
<https://artsandculture.google.com/story/lenguaje-palabra-e-imagen-antonio-caro-1950-2021-bogota-museum-of-modern-art-mambo/kAWB3tWE8thtrw?hl=en>

Antonio Caro realizó varias obras que exploran el tema del consumo, especialmente a través de la crítica a productos extranjeros y la influencia de la publicidad. Entre sus obras más conocidas destacan "Colombia Marlboro", "Colombia Coca-Cola" y "Todo está muy Caro", que utilizan la tipografía y logotipos de marcas comerciales para cuestionar la cultura de consumo y su impacto en la sociedad colombiana)

# Selección del logo de la marca/obra



1) Se hizo un boceto analogo del logo



2) El boceto se calco digitalmente en illustrator y se hicieron cambios en los colores, las plantas y la arena junto con pruebas de color

# Selección del logo de la marca/obra

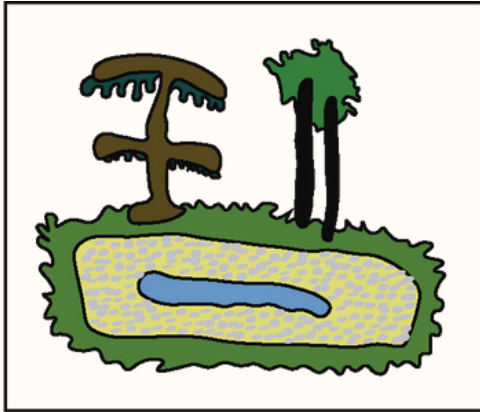


3) Se paso a la arcilla el logo



4) Se hizo otra version del logo calcando digitalmente el logo de la escultura con pruebas de color a ese logo

# Selección del logo de la marca/obra

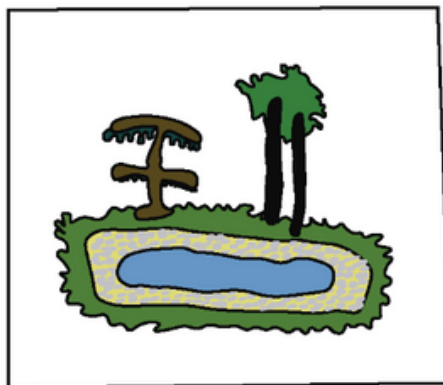


4) Se hizo una version mas sencilla/simplificada del logo

## RESULTADOS



4) Se decidió continuar la tipografía del logo dibujado inicialmente, pero con cambios en el lago y el color del marco. Se conservo la "a" y las "l" del estilo de la palabra mall de la escultura para una transición del boceto a lapiz a la arcilla y despues a lo digital



# Oasis Mall (Vista general)



Zona frontal



Zona trasera

# Oasis Mall (Lados)



Lado izquierdo



Lado derecho

# Oasis Mall (Zona frontal)



Plazoleta de comidas



Cine



Drogueria



Galeria de arte



Oficinas



Sala de Belleza

# Oasis Mall (Zona trasera)



Librería y papelería



Casa de cambio



Cirujías estéticas



Supermercado



Tienda de ropa

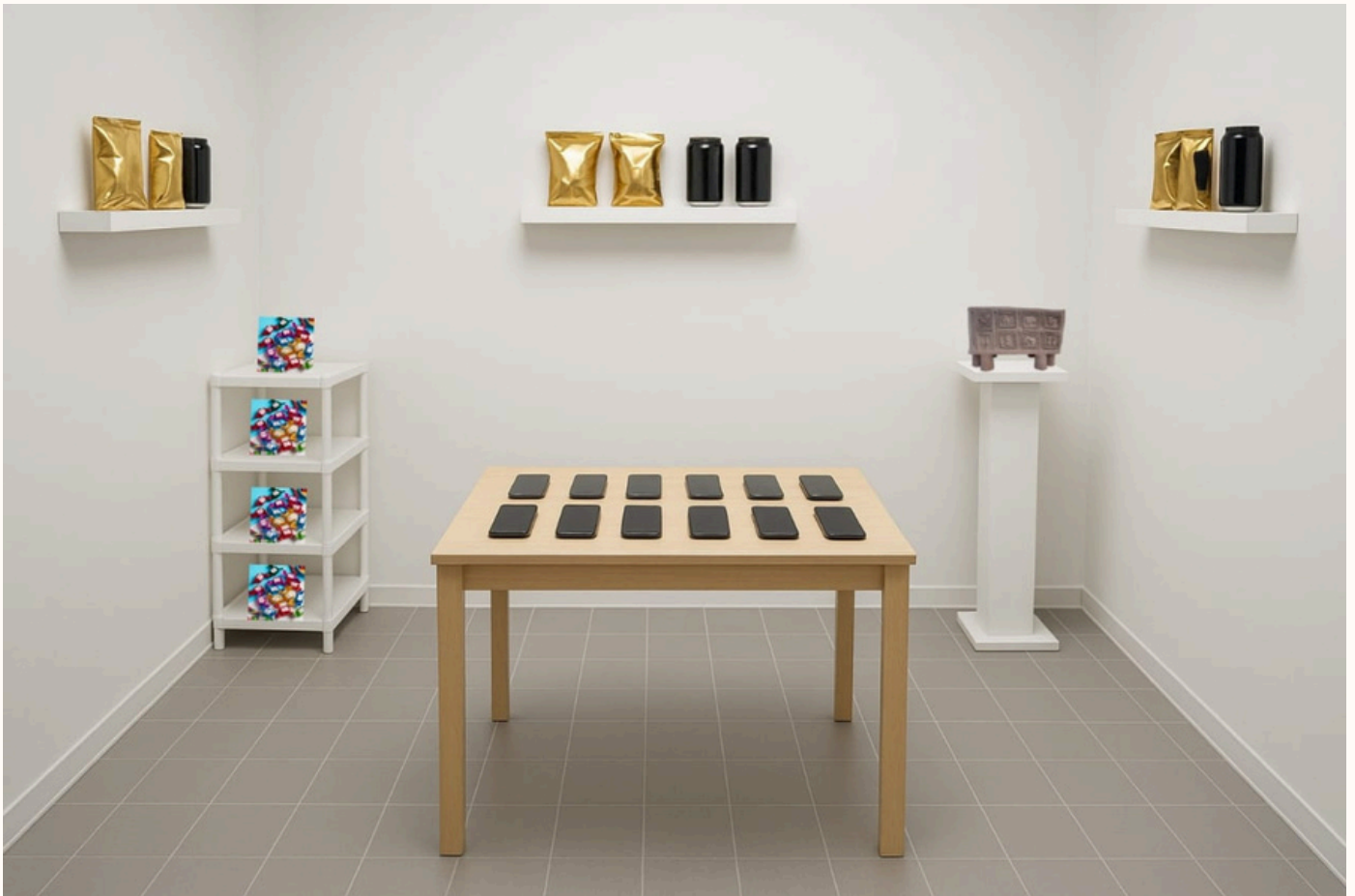


Salon de juegos

# ***Planos iniciales del supermercado de Oasis Mall***



Sera una instalación que representara al supermercado de oasis mall



*Boceto/planos de la organizacion espacial*

# Productos/esculturas del supermercado de Oasis Mall



## El proceso de los objetos (Los moldes)



1) se recortan cuadrados de gasa esteril



2) Se le pone vacelina a los objetos a los que se les sacara molde (Es un paso muy importante para que no quede defectuoso el molde)

3) Se le ponen 2 capas de silicona a cada objeto (la que es para vidrio y aluminio)

# Productos/esculturas del supermercado de Oasis Mall



## El proceso de los objetos (Los moldes)



4) En un plato plastico se mezcla con un palito la silicona (la que es para vidrio y aluminio) y varsol. se unta cada venda de esa mezcla y luego se pega la venda al molde. Se pega la siguiente venda sobre el borde de la venda anterior hasta ya haber cubierto de vendas el molde y luego se aplica encima otra capa de la mezcla de silicona. Luego "se acuesta" al objeto cuando ya esta seco, y se le pone plastilina alrededor, que llegue a su mitad.



5) En 2 o 3 lados del molde de silicona se pone una pared de yeso sobre el objeto/molde de silicona y la plastilina que este tiene alrededor (es recomendable tomar con la mano un poco de yeso que no este tan liquido/aguado sino un poquito espeso, esperando unos minutos antes de aplicarlo, luego se toma un poco de ese yeso con la mano y se pone sobre el molde de silicona)

# Productos/esculturas del supermercado de Oasis Mall



## El proceso de los objetos (Usar los moldes)



6) Con bisturi se separan las paredes de yeso



7) Con bisturi se corta a los lados del molde de silicona (sin llegar a separarlo) para sacar el objeto inicial, luego se poner Vaselina adentro del molde para después poner y amarrar las paredes de yeso y luego vaciar el yeso dentro del molde.



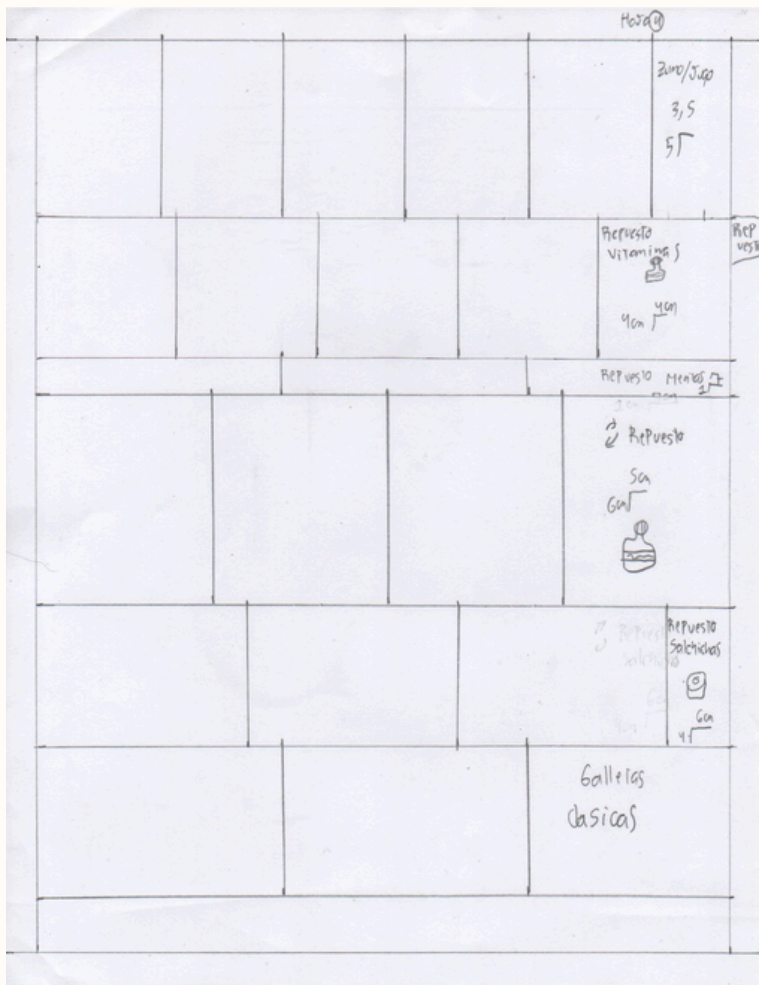
8) Se saca el objeto del molde. Después se pule el objeto con bisturi y lija 220 (Para quitarle las rebabas (las líneas o excesos de yeso que quedan en zonas como las uniones del molde)).

Objetos realizados con los moldes

# Productos/esculturas del supermercado de Oasis Mall



## El proceso de los objetos (Las etiquetas)



1) Se tomo cada objeto, y a cada uno se le midio el espacio equivalente a su futura etiqueta.

Después esos espacios para las etiquetas de los objetos fueron dibujados por filas en hojas, a la derecha de cada fila esta el nombre del objeto correspondiente

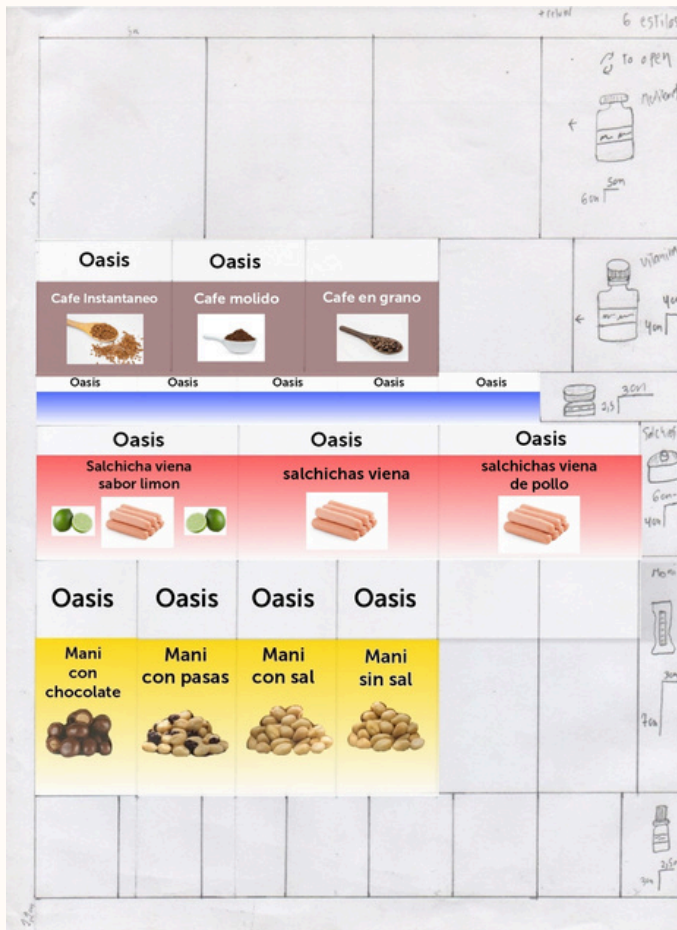
Ejemplo: En la ultima fila estan los espacios en donde ira el estilo de las galletas clasicas (al final de la fila dice Galletas clasicas)

Bocetos de los espacios para las etiquetas

# Productos/esculturas del supermercado de Oasis Mall



## El proceso de los objetos (Las etiquetas)



2) Se escanearon las hojas que tienen los espacios para las etiquetas, luego se hizo en la aplicación de celular Picsart el diseño de las etiquetas teniendo en cuenta los colores que suelen tener los productos en la vida cotidiana; también tienen un efecto de degradación de color.

Bocetos de las etiquetas de los productos/objetos



# Productos/esculturas del supermercado de Oasis Mall



## El proceso de los objetos (El fondo)



Estas fueron las ideas para el fondo de los objetos:

- Realizar los fondos con colores oscuros, ya que el blanco quita brillo (seran colores como: negro, vinotinto oscuro, y/u otros tonos oscuros que contrasten el brillo)
- Poner sobre el fondo círculos/puntos de color dorado/plateado con escarcha, aerosol, glitter, pegatinas, o brochazos de pintura dorada/plateada, y/o bordes de esos colores

Bocetos del fondo de los objetos

# Productos/esculturas del supermercado de Oasis Mall



## El proceso de los objetos (El fondo)

Para el fondo de los objetos:

- Se decidió dejarlo color negro.
- Lo demás se hizo con color gris ya que el gris convina con los demás colores; con los colores de las etiquetas (Las tapas se pintaron con pintura acrílica, las pegatinas se usaron por su aspecto/apariencia de joyería, y el glitter también le da brillo al objeto; son varios puntos brillantes), el gris de la tapa se vio oscuro, por lo tanto se decidió cambiarlo por un gris más claro.
- Se descartó ponerle pintura acrílica gris a zonas de los objetos diferentes a las tapas



## Pruebas para seleccionar el fondo de los objetos

# Productos/esculturas del supermercado de Oasis Mall



*El estilo definido para el fondo de los objetos  
(Según cada sección del supermercado)*



El estilo de las bebidas



El estilo de las comidas



El estilo de objetos para la salud, verse/sentirse bien



El estilo de los objetos de confitería



El estilo de los celulares

# Productos/esculturas del supermercado de Oasis Mall



## El catalogo de productos del supermercado

En power point se realizo una tabla para ponerle en cada cuadro fotografias de los objetos y el titulo de la marca/empresa (Oasis Mall).

Después se mando imprimir la tabla a gran formato para usarla como el anuncio/catalogo de productos que ofrece el supermercado de Oasis Mall (Es un portafolio de esculturas que representa un catalogo de productos de supermercado)

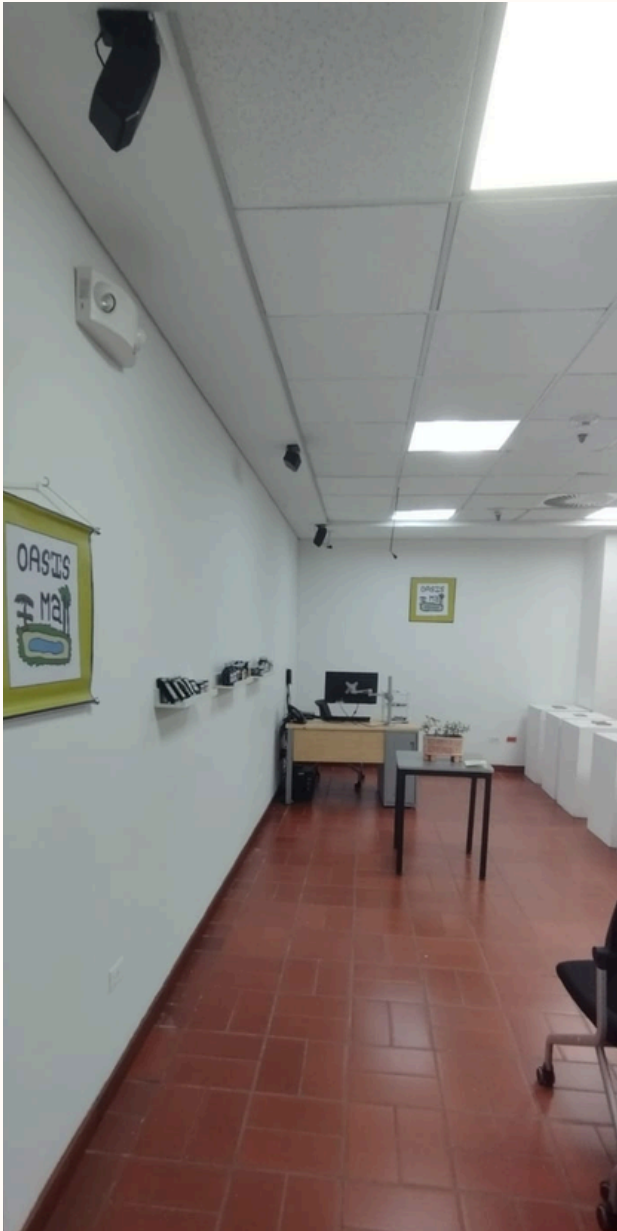


## Los productos de Oasis Mall

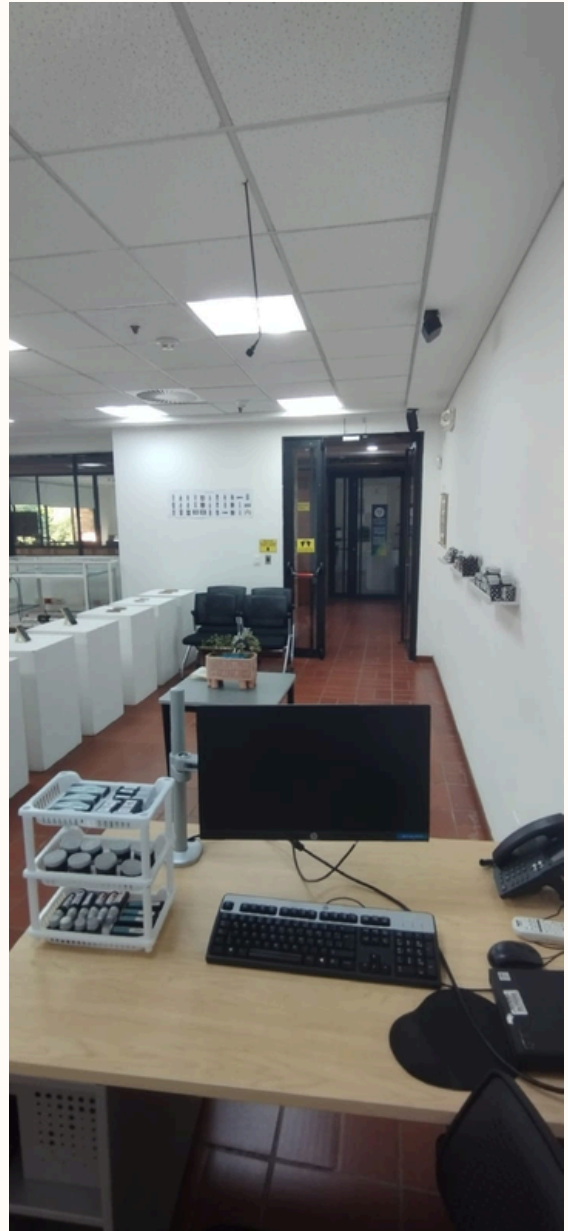
# *El supermercado de Oasis Mall*



## *Vista general*



*Vista general  
al entrar al supermercado*

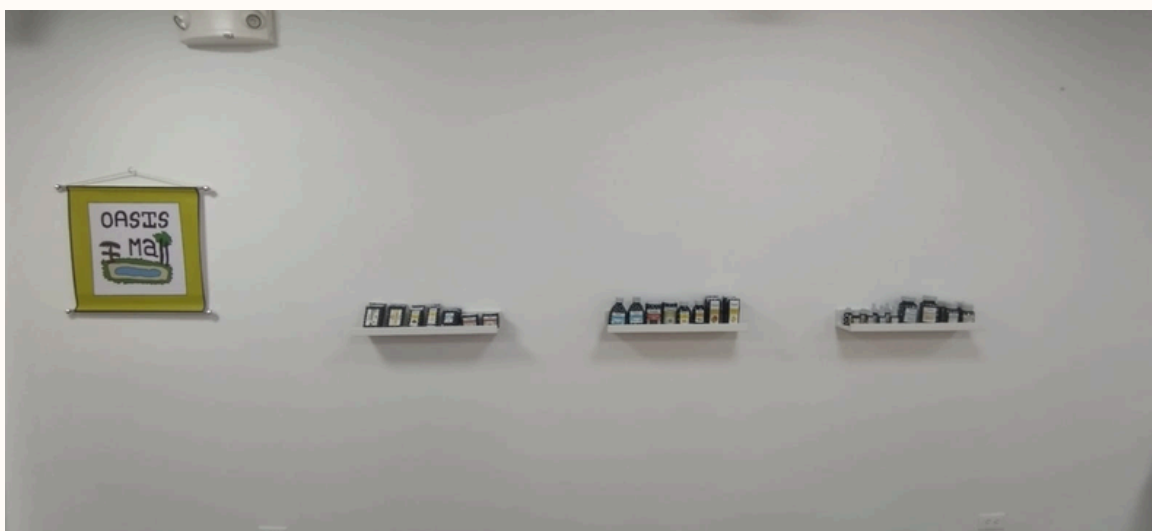


*Vista general  
desde la caja del supermercado*

# *El supermercado de Oasis Mall*



*Vista general  
de las secciones*



*Vista general  
de las secciones de comidas, bebidas y salud*

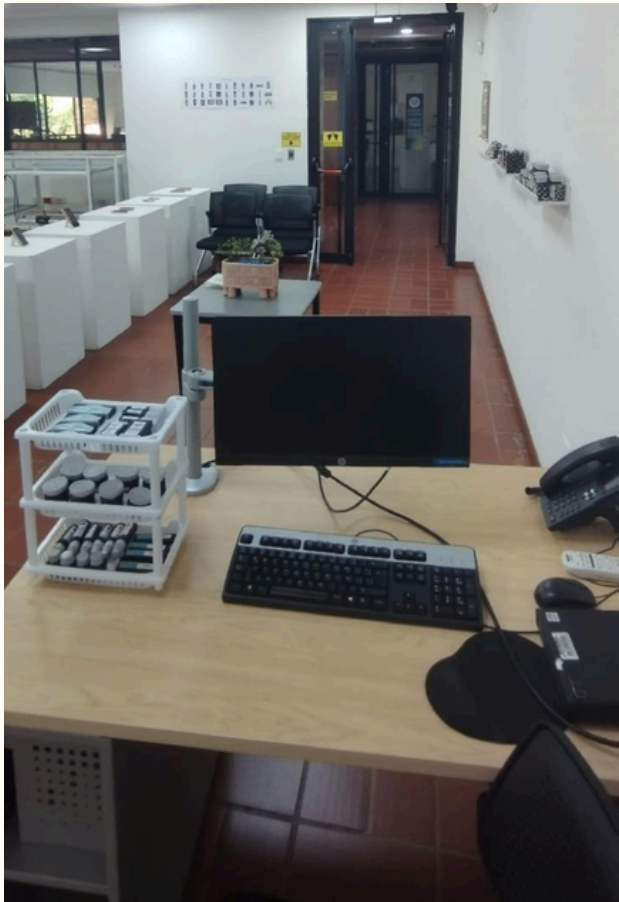


*Vista general  
de la sección de celulares*

# *El supermercado de Oasis Mall*



*Vista general de las secciones*



*Vista general de la caja y la confiteria*

# El supermercado de Oasis Mall



## Secciones



Sección de comidas



Sección de bebidas

# El supermercado de Oasis Mall



## Secciones



Sección de salud



Sección de confitería



## Secciones



**Celular  
Oasis**



**Celular  
Oasis Pro**



**Celular  
Oasis Pro Advance**



Sección de celulares

# *El supermercado de Oasis Mall*



## *Centro comercial Oasis Mall*



## *Vista general de Oasis Mall*

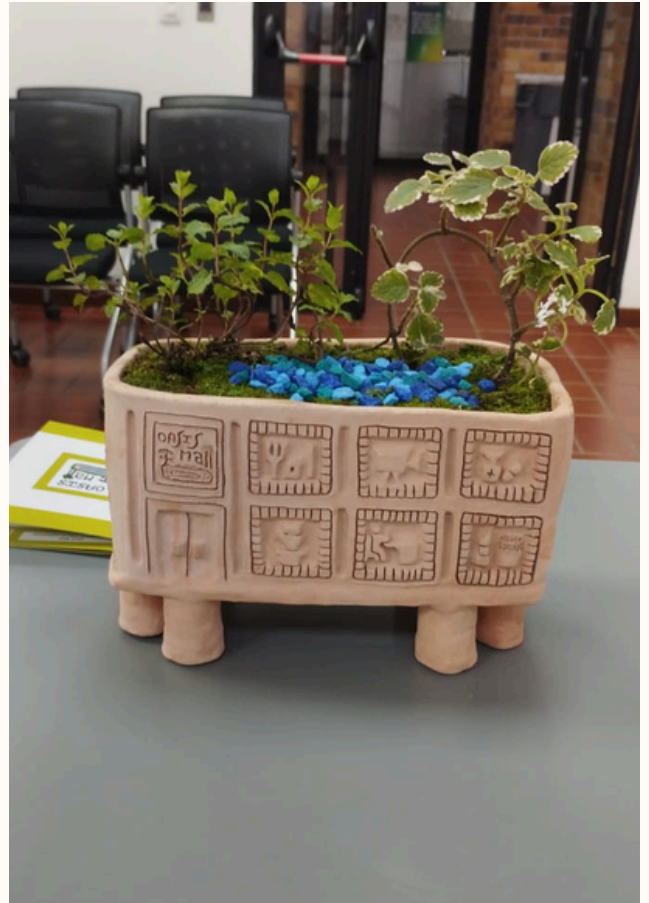
# *El supermercado de Oasis Mall*



## *Centro comercial Oasis Mall*



*Vista cercana  
del frente de Oasis Mall*



*Vista cercana  
de la parte trasera de Oasis Mall*

# El supermercado de Oasis Mall



## Logos



*Logo en la pared izquierda  
(al entrar al supermercado)*



*Logo en la pared de adelante  
(al fondo del supermercado)*

# *El supermercado de Oasis Mall*



*El catalogo de productos del supermercado*



*Catalogo/Anuncio  
(de productos del supermercado)*

# *El supermercado de Oasis Mall*



## *La salida del supermercado*



## Referencias



- Poggi, D. (2023, 4 septiembre). Andy Warhol. Brillo Boxes (1964). 3 Minutos de Arte. <https://www.3minutosdearte.com/en/fundamental-paintings/andy-warhol-brillo-boxes-1964/>
- Patyleiva. (2008, 9 noviembre). Jeff Koons: El Consumismo al servicio del Arte -. Zancada. <https://www.zancada.com/jeff-koons-el-consumismo-al-servicio-del-arte/>
- SoporteHimalaya. (2024, 31 octubre). Wilson Díaz. Gusto y conflicto, motivos para coleccionar. Museo la Tertulia. <https://museolatertulia.com/wilson-diaz-gusto-y-conflicto-motivos-para-coleccionar/>
- Lenguaje, palabra e imagen: Antonio Caro (1950-2021) - Google Arts & Culture. (s. f.). Google Arts & Culture. <https://artsandculture.google.com/story/lenguaje-palabra-e-imagen-antonio-caro-1950-2021-bogota-museum-of-modern-art-mambo/kAWB3tWE8thtrw?hl=en>

