

Supercomercial: el universo de Chocotoy

*Making money is art and working is art and
good business is the best art*

ANDY WARHOL

La reproducción está más presente que nunca: no hacen falta impresoras ni imprentas, todo se repite en las palmas de nuestras manos. Pero la obra de arte no ha muerto. Como la energía que nos falta en los dedos de tanto deslizarlos sobre nuestros celulares, se ha transformado. No somos ya quienes iban al museo o al templo para purgar nuestra ansiedad ante un cuadro. Somos los hijos de *Nickelodeon* y del *manga*, los hermanos de los *stories* y las notificaciones: no nos importa lo que no se replica, sino lo que nos saca risas o lágrimas cuando se replica.

En este contexto, *Supercomercial* es una muestra de nuestra contemporaneidad. Ante los *fake news* que nos obligan a ver todo en blanco y negro, que apenas son una faceta de los tiempos que vivimos, Chocotoy nos baña en colores y alegría cual meme digital. En vez de escapar del mercado, que para algunos elimina el valor del arte y para otros lo define totalmente, sus personajes se entremezclan con la publicidad y el diseño gráfico para recordarnos que no queda lugar para esnobismos. Entre la desinformación en las redes sociales y los saberes puestos en duda queda como real el afecto—¿y qué cosa más real que la sonrisa que se replica en la cara de toda persona, en la cara de las ilustraciones de Chocotoy?



“Bienvenidos al oasis”, cantan J. Balvin y Bad Bunny en uno de los discos más escuchados de 2019. Bienvenidos, sí, al oasis de píxeles y lenguajes digitales que nos salvan del desierto de lo real. Enciende el dispositivo, sintonízate con las ondas y abandona el estrés de cada día. Las malas costumbres no tienen lugar en la diégesis de Chocotoy. ¡A dejar de preguntarse qué es el arte y volverse uno con la ternura que invocan las pantallas!