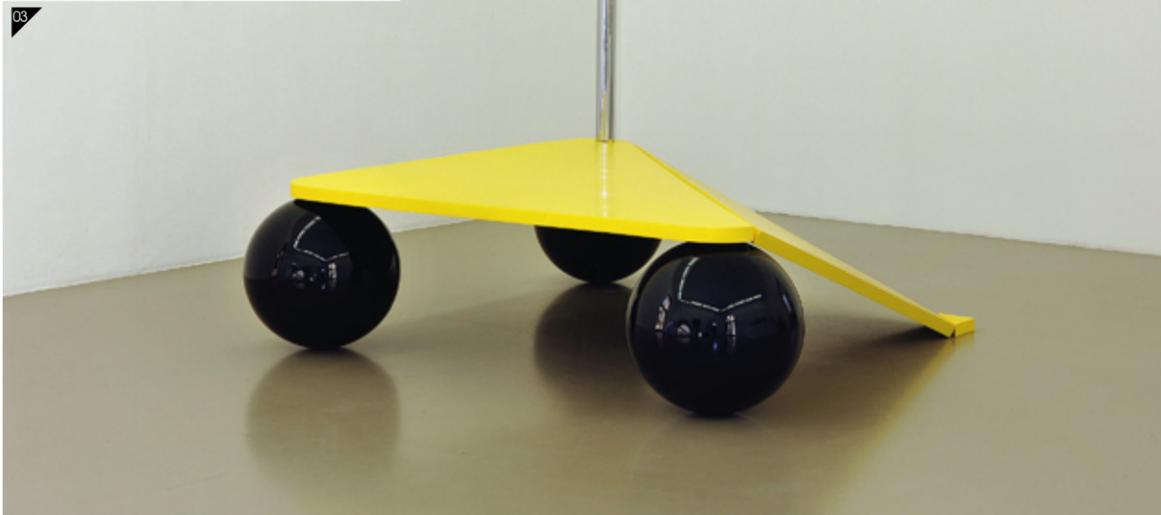




1/ Abstentionnistes. 2010. Cortesía Air de Paris, Paris.
2/ Panton BBQ. 2012. Cortesía Air de Paris, Paris.
3/ Trois boules. 1991/2007. Cortesía Air de Paris, Paris.
4/ Fourmi cafards. 2012. Cortesía Air de Paris, Paris.



FRANÇOIS CÛRLET

MINIMALISMO ESTÉTICO E IRONÍA DE LOS READY MADEs · SUBVERSION DE LA PUBLICIDAD, EL DISEÑO O LA CULTURA POPULAR · HUMOR NEGRO Y CRÍTICA SOCIAL · INTELLECTUALISMO Y ABSTRACCIÓN TRANSFORMADOS EN ALEGORÍAS Y FORMAS IMAGINATIVAS · HEREDERO DEL ESTILO DE MAGRITTE O BROODTHAERS

François Cûrlet subvierte el uso tradicional de los objetos más banales y cotidianos para ofrecer una reflexión poética y crítica de la simbología y las ficciones que nos rodean. Paradojas existenciales que plasma con un cinismo cargado de fantasía y diversión. **Inicios:** “Cuando tenía 11 años, vi en el telenoticias un reportaje sobre el escultor Cesar que comprimía coches y exponía cubos de hierro como si fueran cuadros. En ese momento comprendí que no hay que exponer únicamente dibujos para mostrar las cosas que uno quiere hacer. Desde entonces, con la ayuda de mi inadaptación escolar, me ocupo de esta manera: observar, responder”. **Signos:** “Estamos bombardeados, desnudos al despertarnos, decorados como árboles de navidad al acostarnos. Mi arte es una manera de desligarse un poco de este diluvio permanente de signos”. **Objetos:** “Tienen una huella, la del pensamiento negativo o loable, pero generado por el hombre. Los tiñen de sus atenciones u obsesiones y eso crea una saturación considerable. Todo lo fabricado por el hombre es activo, no existe neutralidad en ello. Ya sea si hablamos de un divertimento o de un objeto tan sencillo

como una cucharilla que también necesita una compleja orquestación para alcanzar su forma y su difusión”. **Simbolos:** “El símbolo es una heráldica, impuesta hace tiempo por la fuerza bruta y más tarde por la fuerza de pegada de la publicidad. Actualmente lo es por un nuevo dato: la clasificación en la parrilla social, el ranking, una nueva faceta de reconocimiento fabricada para el sujeto consumista. Esta búsqueda de distinción a través de una abdicación que pasa por la compra de lo similar”. **Humor:** “La distancia que implica el humor, gris de preferencia, contenido y ácido, es un gesto de pudor sobre el hecho de convocar a los demás para mostrar signos provenientes del pote común de nuestro entorno”. **Papel del arte:** “Antes de que el mercado del arte estuviera invadido por el mundo de la finanza, era una libertad de tono interrogativa que mezclaba una apertura de valores y momentos de excepción individual. Hoy son Monsieur Jourdain [famoso personaje inventado por Molière que simboliza la ingenuidad-tontería] inflados de dividendos que marionetizan la producción de las almas. Creo que hay que patearles el culo por el bien común”.