

# LYDIA GARVÍN

PORTFOLIO 2026

[www.lydiagarvin.com](http://www.lydiagarvin.com)

[lydiagarvin@gmail.com](mailto:lydiagarvin@gmail.com)

+34 616598784

LA CIUDAD Y MI EXPERIENCIA DE ELLA ES EL AMPLIO TEMA BAJO EL QUE SE ENMARCAN TODOS MIS PROYECTOS.

ME APROPIO DE ELEMENTOS, OBJETOS O SÍMBOLOS DE UN LUGAR (FÍSICA O CONCEPTUALMENTE), PARA TRANSFORMARLOS Y DEJARLOS EN UN LUGAR DIFERENTE AL DE SU ORIGEN, PERMITIENDO QUE LOS PROYECTOS SEAN ATRAVESADOS POR LA IRONÍA Y EL HUMOR.

PREFIERO QUE EL CONCEPTO DE CADA PROYECTO SEA EL QUE GUÍE SU FORMALIZACIÓN. EL RESULTADO ES UN CONJUNTO HETEROGÉNEO ESTÉTICA Y TÉCNICAMENTE, PERO CON TEMAS QUE SE ENTRELAZAN Y PROFUNDIZAN EN LAS PROBLEMÁTICAS Y REALIDADES DE LA CIUDAD.

INTENTO ALIMENTAR EL DIALOGO ENTRE EL ESPACIO PÚBLICO Y EL TALLER ARTÍSTICO, PENSANDO MÁS ALLÁ DE LA INTERVENCIÓN URBANA Y MÁS DE LA SALA EXPOSITIVA.



**388 KM**

**VIDEO INSTALACIÓN.**

2025

Esta pieza fue el resultado de la residencia RE/Utopía en Cehegín, Murcia, y presentada en el Centro Párraga. Los artistas éramos invitados a reflexionar sobre la periferia, los márgenes y la disidencia.

La videoinstalación invita a sentarse en los asientos traseros de un taxi y escuchar una selección de las conversaciones que en él se han dado mientras las personas eran llevadas a su destino. Fueron registradas sin permiso, en Madrid, durante mi jornada laboral como taxista. En las conversaciones se habla de amor, de arte, de orígenes, de irse lejos, de la playa; se dan consejos no pedidos y se habla con la ligereza que da entablar conversación con un desconocido que jamás volverás a ver.

Una ventana de aleatoriedad a mi trabajo alimenticio y de supervivencia, que intenta visibilizar lo que rodea la práctica artística: los trabajos insospechados de los artistas en entornos no artísticos. Un viaje entre la periferia de ser artista y la obra de arte.

La duración total de los audios originales es de más de cuatro horas, el tiempo que se tarda en hacer un Madrid-Murcia en coche. El vídeo es la compilación de los mejores extractos de esas conversaciones. Imaginando que recorreremos esos 388 km. con todas estas personas anónimas que, sin saberlo, nos acercan a un acto artístico y nos alejan del centro de Madrid.

#### FICHA TÉCNICA:

“388km.”

Pantalla de tv o móvil en el interior de un taxi real de Madrid, sistema de audio abierto de la propia pantalla, sin auriculares.

Duración del video: 28' 00"

Medidas de instalación completa: 465x177x165 cm.

Muestra online del video: <https://youtu.be/gts1T20Tesc>



INSTALACIÓN EN LA PUERTA DEL CENTRO PÁRRAGA

**LOS HEREDEROS**  
PINTURA. INTERVENCIÓN.  
ACCIÓN EN CALLE.  
2024

El proyecto fue pensado específicamente para las nuevas marquesinas de la estación de Chamartín, que, aún ocupando un lugar público tan transitado e importante, no daban servicio de ningún tipo (ni si quiera publicitario). Durante dos meses de 2024 “Los Herederos” fue la responsable de dar la bienvenida a la capital a miles de personas. Muchas de ellas vendrían a Madrid en busca de un futuro.

La acción consistía en colocar 12 carteles en las 6 marquesinas de la calle Hiedra, salida de la Estación. En el primer cartel, sobre un gran “WELCOME MADRID”, un párrafo del famoso chotis “Si te casa en Madrid”: Forastero, aunque no seas tú de aquí, lo serán tus herederos si te casa en Madrid. Sus autores, El Cipri y Olga Ramos, avisaban así al provinciano que osaba burlarse del madrileño al llegar a la capital en el siglo pasado, ya que su descendencia sería madrileña al quedarse ellos aquí.

Pero ahora, si vienes a Madrid, ¿tendrás herederos? El resto de carteles que siguen al “WELCOME MADRID”, dan la respuesta: 11 retratos de perros, cuyos dueños (la mayoría mujeres) superan los 30 años, viven en Madrid y están teniendo perros en vez de hijos.

Todos los carteles fueron realizados en óleo-pastel por su materialidad pictórica y su rastro, para hacer muy obvio que estaban hechos a mano, es decir no impresos y por ende, no podían ser publicitarios, aunque estuvieran dentro de marquesinas que normalmente contienen publicidad.

Los carteles no fueron retirados por el ayuntamiento ni por personal de la estación; las piezas fueron recogidas cuando comenzaba a ser robadas poco a poco, para que pudieran tener una posterior vida en el circuito expositivo, como así tienen a día de hoy.

FICHA TÉCNICA TRAS LA ACCIÓN:

“Los herederos”

Acrílico y óleos-pastel sobre papel impreso.

8 piezas enmarcadas: 174x118 cm.



WELL  
COME  
Forastero  
aunque no eres tú  
de aquí  
lo serán tus herederos  
si te casas en Madrid  
MADRID



CARTELERÍA EN EL ESTUDIO ANTES DE REALIZAR LA ACCIÓN





CARTELERÍA COLOCADA EN LA ESTACIÓN DE CHAMARTÍN



## **LA GENTE**

PINTURA COLABORATIVA

REGISTRO

2024-2025

El lienzo recoge en su trasera todas las veces a lo largo de 2024 que alguien dijo la expresión “La gente...” mientras era llevado en mi taxi.

Usamos continuamente esta expresión, pero en un contexto de burbuja y ante un desconocido (yo) aumenta significativamente el número de veces que se generaliza sobre lo que son o lo que hacen los demás.

La expresión “La gente” nos incluye a todos, y en realidad, no hace referencia a ninguna persona en concreto. Puede abarcar desde afirmaciones como “La gente se está muriendo” hasta expresiones como “La gente es subnormal”.

Registré un total de 102 frases que se dijeron en 2024, y fueron escritas en la trasera del lienzo a lo largo de 2025 por las personas que fueron pasando por el estudio a conocer este y otros proyectos.

En la delantera del lienzo sólo aparece escrito LA GENTE, en una normativa tipografía helvética, en azul claro sobre un fondo azul oscuro. En la trasera, sobre un llamativo flúor, las 102 frases escritas con la aleatoriedad propia del proyecto, es decir, tipografía manual con diferencia de tamaño y estilo.

### FICHA TÉCNICA

“La gente”

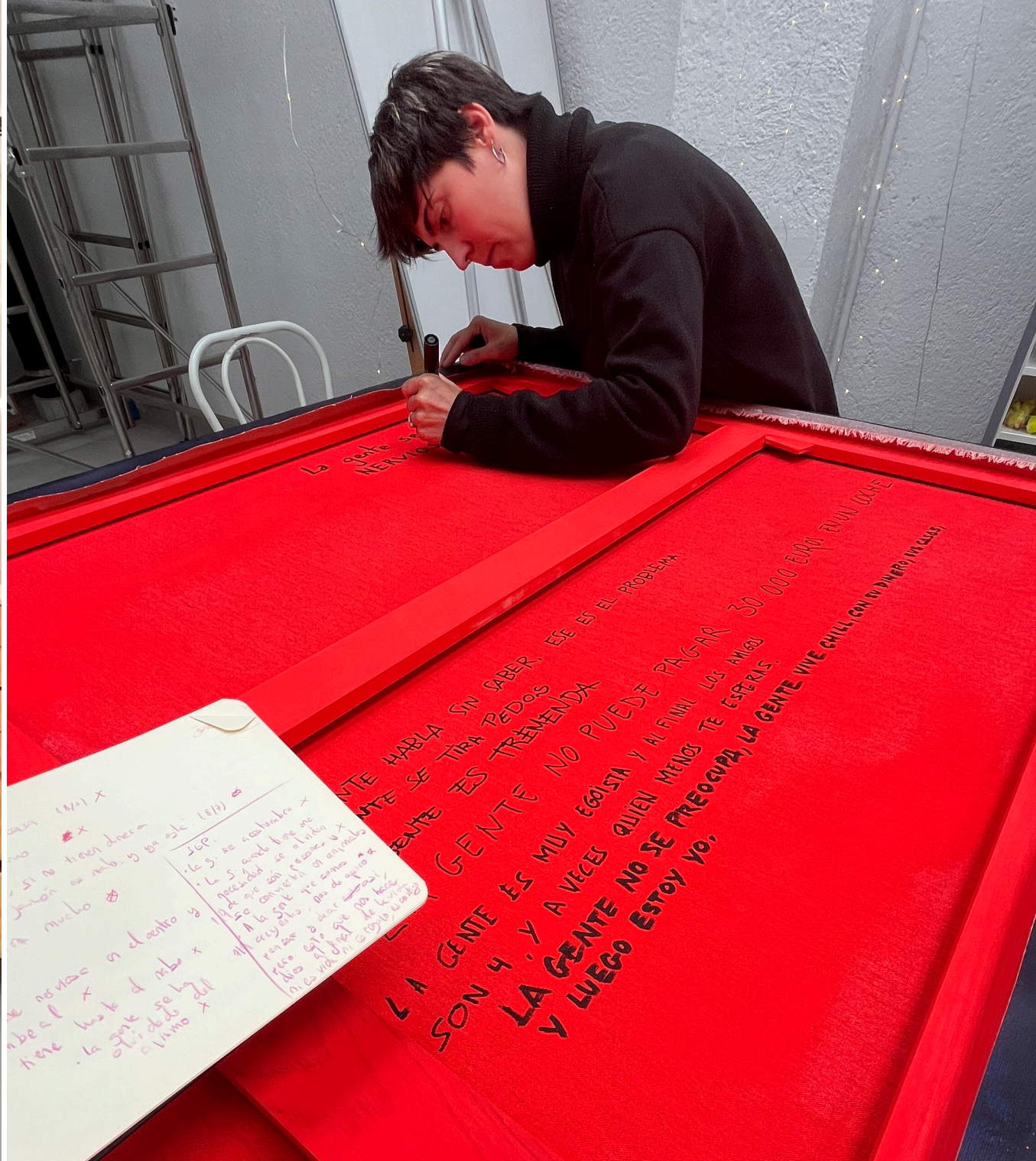
Acrílico sobre lienzo

a colgar respetando que pueda ser vista la trasera.

100x200 cm.







“LA GENTE” SIENDO MOVIDA POR EL TALLER PARA QUE LOS INVITADOS ESCRIBAN



## **QUERER SER LÍQUIDO QUERER SER MÁRMOL**

PLASTILINA SOBRE PAPEL  
2019-2024

La generación que creció viendo el anuncio de “Be water, my friend” se enfrenta ahora a una sociedad en la que la teoría de Zygmunt Bauman sobre las sociedades líquidas se palpa en el día a día. Pero no siempre el agua golpea en la dirección deseada y el fluir pasa a convertirse en intentar sobrevivir a la marea.

En las últimas décadas, la teoría de las sociedades líquidas ha sido recogida por el marketing, las empresas e incluso la política para disfrazar la precariedad de oportunidad.

La serie de piezas “Querer ser líquido” explora esta falsedad y perversión de la teoría de Bauman, utilizando plastilina, un elemento maleable que, visualmente, genera la ansiada liquidez a través de la presión ejercida sobre el material, en un intento imposible de que deje de ser lo que es: denso, estable y compacto.

De la misma forma que la plastilina es presionada para parecer que fluye con un resultado atractivo, la generación millennial es presionada para abrazar la liquidez como algo naturalmente propio.

La serie de piezas “Querer ser mármol” hace el camino contrario, con el objetivo de generar una imagen de dureza, perpetuidad y lujo, pero de nuevo con plastilina, un material químico, infantil y blando.

El resultado de ambas series es un paisaje abstracto, potente e incluso preciosista, que nace de un proceso lento y delicado en el que los colores son cuidadosamente seleccionados, combinados, arrastrados y presionados sobre el papel.

### **FICHA TÉCNICA**

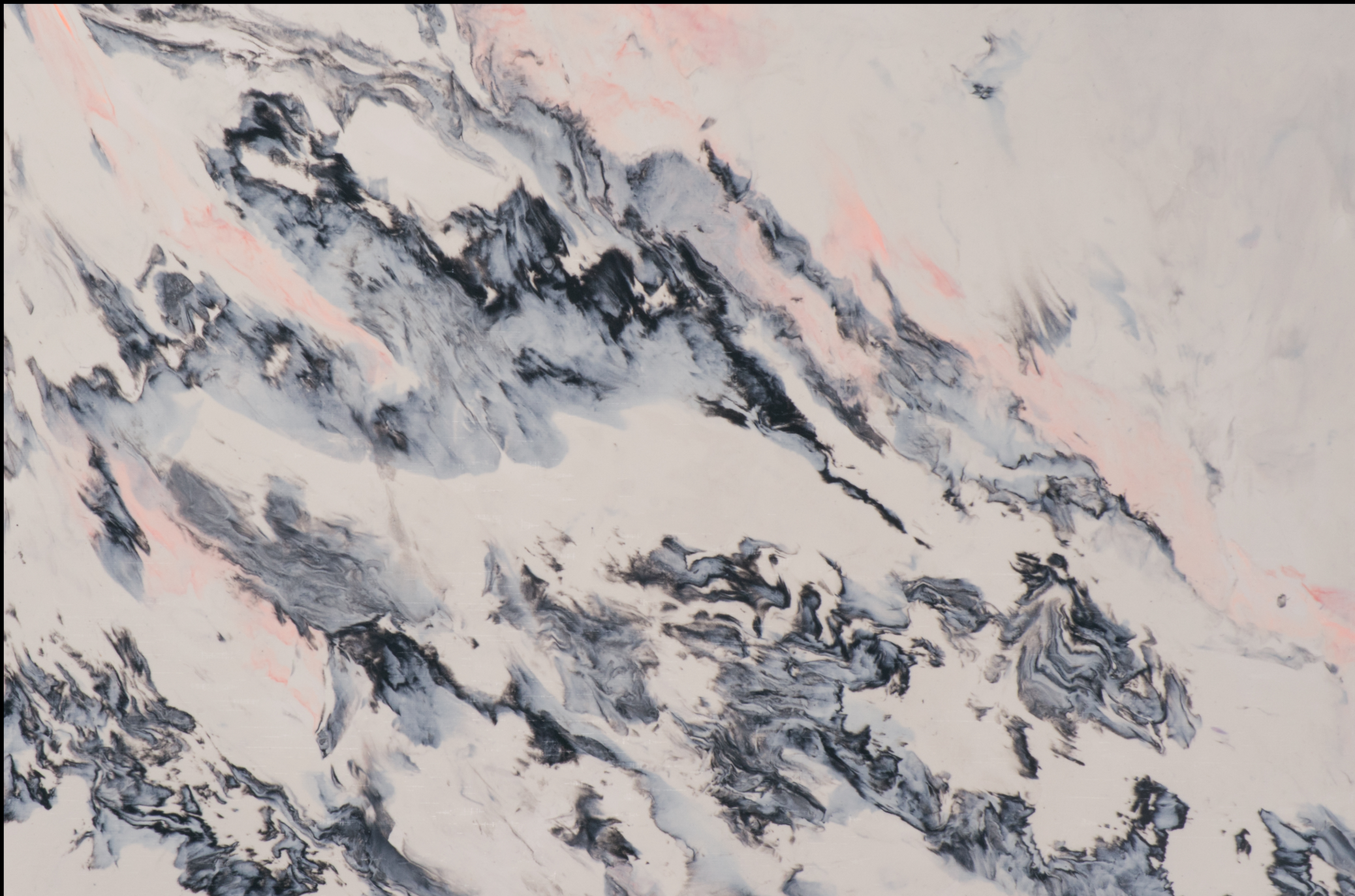
Plastilina sobre papel y tabla, enmarcadas para su óptima conservación.  
Serie conformada por más de 50 piezas, cuyas medidas van desde los 30cm hasta los 200cm.





ZOOM DE PIEZAS DE LA SERIE “QUERER SER MÁRMOL”





PIEZA DE LA SERIE “QUERER SER MÁRMOL”

## **IDEAL**

INTERVENCIÓN SOBRE  
CARTELERÍA REAL DE IDEALISTA  
2019-2020

Piezas generadas a partir de la campaña publicitaria del portal inmobiliario Idealista, con el objetivo de degenerar al máximo el eslogan del que hacen uso para su publicidad en marquesinas. Una forma de venganza por el apropiacionismo que las grandes empresas hacen de frases de amor de dominio popular.

Se sustrajeron los carteles de varios MUPIS publicitarios, para posteriormente pintarlos a spray (buscando exactamente el código de color de la marca) dejando visibles sólo las letras que me interesan para componer la nueva frase y pervertir la anterior.

### FICHA TÉCNICA

Spray sobre papel impreso, enmarcadas.

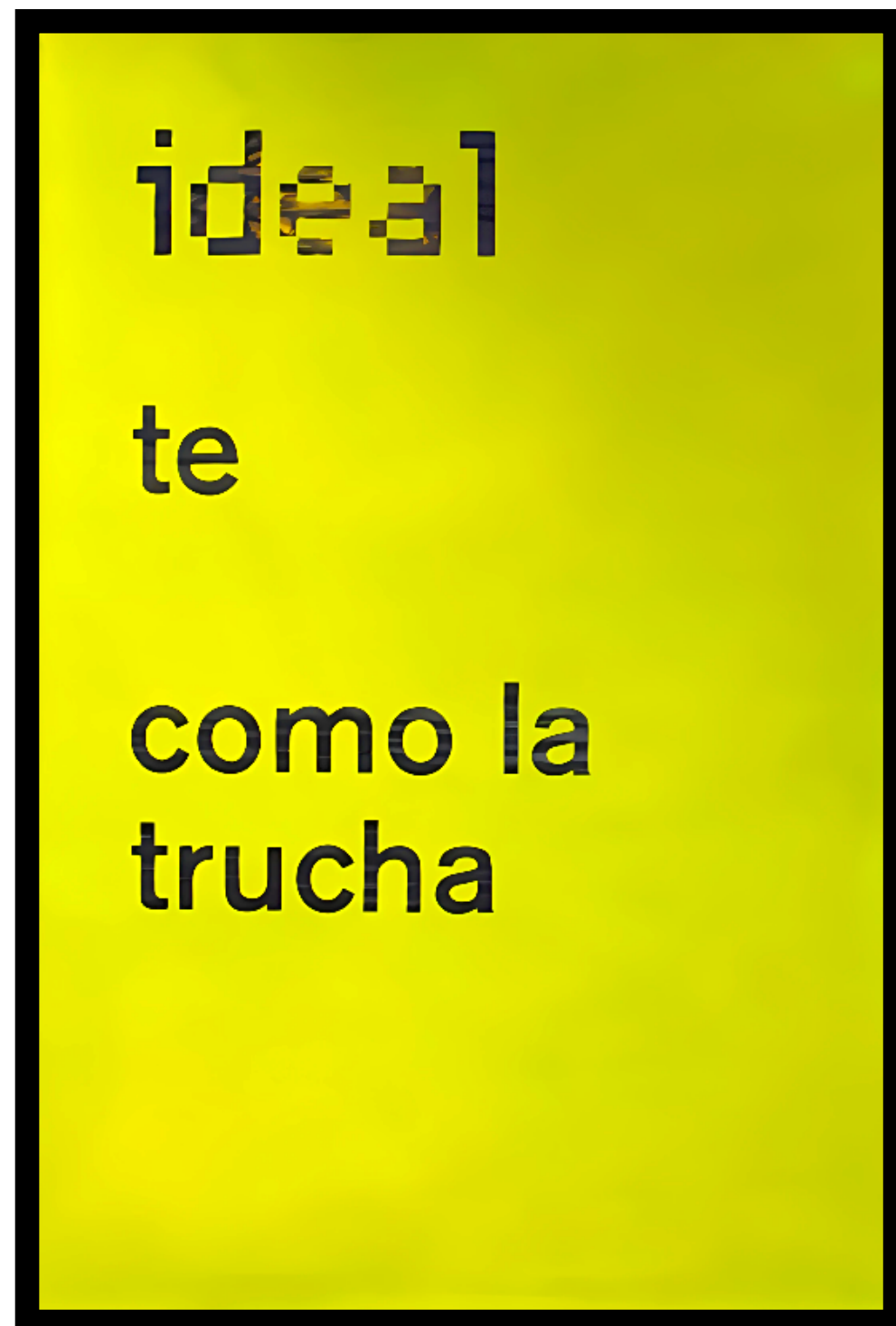
“Trucha” versión I, 176x122 cm

versión II, 160x110 cm



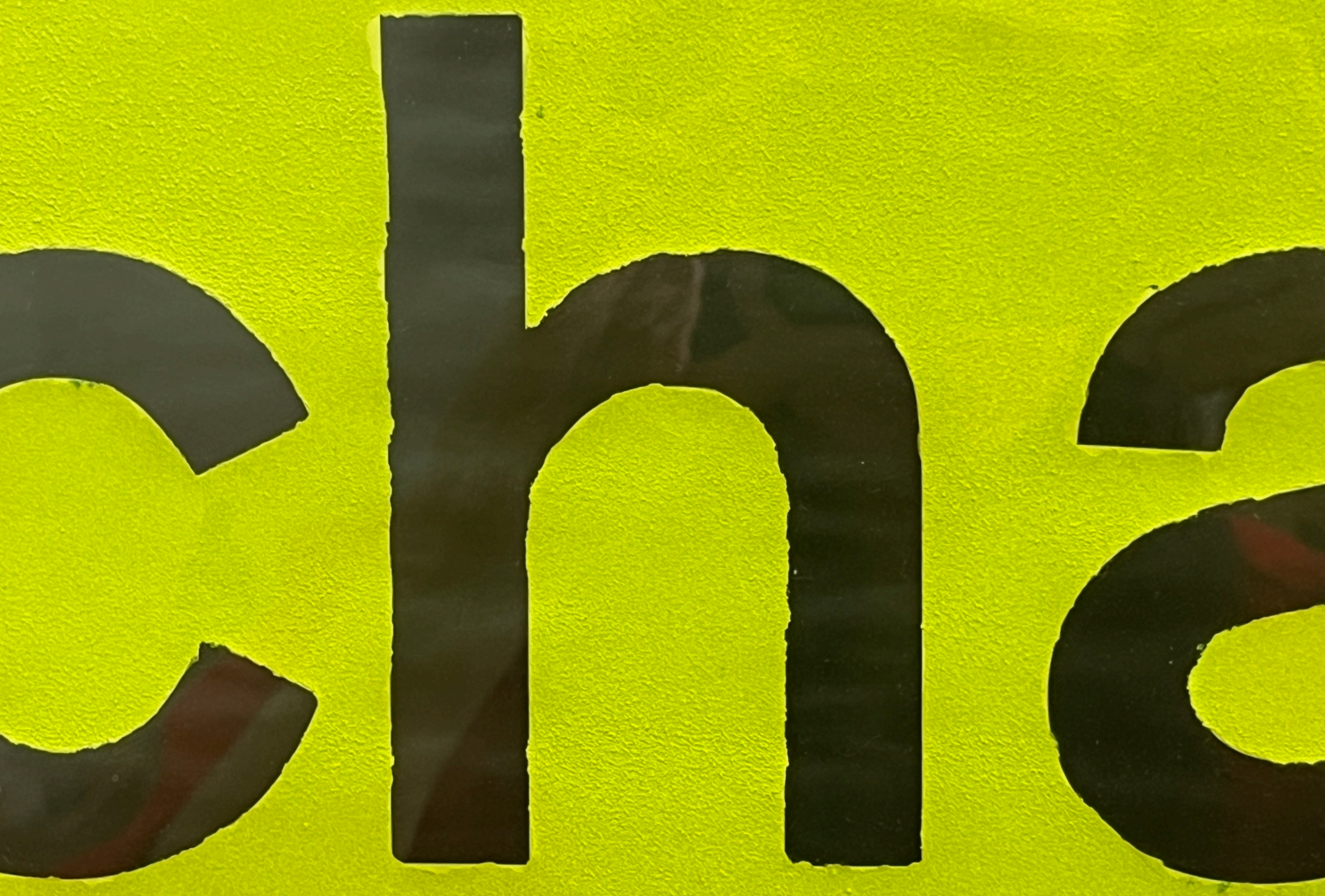


CARTEL ORIGINAL ANTES DE LA INTERVENCIÓN



“TRUCHA”





DETALLE