

[Original]

Parodia y crítica en fotografías argentinas de los noventa

VERÓNICA SILVANA LÓPEZ
Universidad Nacional de Córdoba
Centro de Estudios Avanzados
Córdoba, R. Argentina
✉

Resumen: El artículo que a continuación presentamos propone el análisis de fotografías producidas en la década de los 90 en Argentina. El objetivo es observar los sentidos, las representaciones y las narraciones sobre la década en un tipo particular de discurso, el fotográfico. Indagamos en cuatro series fotográficas: *Color* de Atahúlfo Pérez Aznar, *Pop Latino* de Marcos López, *El plastiquito: Qué rico el plastiquito!* de RES y en retratos del fotoperiodista José Luis Cabezas. Las series fueron agrupadas bajo el eje de lectura *La parodia como crítica*. En un primer momento observamos marcas que en el análisis se transformaron en huellas de las relaciones (ideológicas) entre el objeto (los 90) y las condiciones de producción. La imágenes propondrán desde la parodia, la ironía y el humor un cuestionamiento a la década en términos sociales, políticos y culturales pero también, y especialmente, a gramáticas del lenguaje artístico y fotográfico.

Palabras clave: Discursividad social – Representaciones – Narraciones.

[Full Paper]

Parody and Criticism in Argentine Photographs of the Nineties

Summary: The article that we present here proposes the analysis of photographs produced in the 90s in Argentina. The objective is to observe the senses, the representations and the narrations about the decade in a particular type of discourse, the photographic one. We investigated in four photographic series: *Color* by Atahúlfo Pérez Aznar, *Pop Latino* by Marcos López, *El plastiquito: Qué rico el plastiquito!* by RES and in portraits by photojournalist José Luis Cabezas. The series were grouped under the reading axis *Parody as criticism*. At first we observed marks that in the analysis were transformed into traces of the (ideological) relations between the object (90) and the conditions of production. The images will propose from the parody, the irony and the humor a questioning to the decade in social, political and cultural terms but also, and especially, to grammars of the artistic and photographic language.

Key words: Social Discursivity – Representations – Narrations.

Fotografía de los noventa: una dimensión significativa

Toda práctica o hacer puede ser analizada desde distintas dimensiones, la semiótica aborda la dimensión significativa de los fenómenos sociales. Esta premisa implica una serie de afirmaciones: el sentido es material y se produce socialmente, el acceso a lo real se realiza desde lo textual y lo discursivo, los discursos disputan por imponerse.

En un artículo reciente de Santiago Ruiz y Ximena Triquell (2016) titulado «Imágenes y palabras en la lucha por imposición de sentidos: La imagen generadora de relato» se afirma que, a sabiendas de que tras el giro lingüístico ya no es posible pensar la correspondencia entre signos y cosas, se torna necesario estudiar las funciones de la imagen. Para los autores, la verdadera lucha en el campo de lo social se produce en el intento de imponer unos relatos sobre otros. En tal disputa por el sentido, las imágenes actúan como mediadoras, es decir, median como generadoras de relatos argumentativos, narrativos o explicativos. Este razonamiento es contrario al principio de Roland Barthes quien afirmaba que la imagen es polisémica. Para Barthes, la imagen requería del texto escrito para su anclaje en la realidad. La reformulación sugiere que la imagen, en su materialidad, se nos presenta vacía de sentido en su aspecto indicial, como icónica la imagen solo muestra, «(...) no puede narrar, ni argumentar. De allí que las bajadas de las fotografías que Barthes consideraba anclajes resulten más bien relatos en los cuales enmarcar el instante que la fotografía muestra, describe» (Ruiz y Triquell 2016:150). El poder de las imágenes descansa en uno de los rasgos del índice no suficientemente considerado, el que refiere a éste como un signo que se impone a la percepción. El poder es una capacidad de intromisión abrupta y necesaria

(...) la imagen siendo ella quien se nos impone, no nos obliga a leerla en un sentido determinado, la imagen simplemente exhibe, nos dice «esto es» o «esto ha sido», y nada más. (...) Como un signo aislado, la fotografía remite a un objeto pero no nos dice nada más sobre éste. Ante ella sólo podemos describir lo que muestra (Ruiz y Triquell 2016:150).

Frente a lo cual se hace necesario el abordaje de la representación en vinculación con los otros discursos de la época.

En este caso, observamos y analizamos cómo aparece representada la Argentina

durante los años noventa, período de profundas transformaciones no sólo por la imposición del modelo neoliberal sino por los desarrollos en el campo fotográfico. En efecto, se incrementó significativamente la cantidad de trabajos y de publicaciones sobre fotografía y se abrieron nuevas salas de exhibición. También se produjo un quiebre con la tradición fotográfica latinoamericana que implicó un viraje en relación con los discursos y las prácticas de décadas anteriores; por ejemplo, se comenzó a utilizar el color en un ámbito tradicionalmente ligado al blanco y negro, se jerarquizó la puesta en escena,¹ se incorporaron nuevas temáticas y modos diferentes de abordarlas.

La renovación de la fotografía artística está ligada también a una postura crítica con respecto a aquello que se tomaba como objeto de la representación. La curadora e historiadora de arte Valeria González (2011) ha señalado que es hacia fines de los 90 cuando en la práctica fotográfica artística, comienza a tomar cuerpo la reflexión metalingüística —coincidente con el ingreso de la fotografía en el sistema del arte—, en oposición a la labor fotográfica durante los 80, la que estuvo dominada por el fotoperiodismo y la documentación social.

Aquí, las fotografías funcionan como «prácticas discursivas», que al decir de Marc Angenot, constituyen «hechos sociales y en consecuencia, hechos históricos» (2010:15). De allí que, como fragmentos de un discurso social, abordemos las condiciones de producción y los efectos de reconocimiento que se produjeron en un contexto ideológico particular. Nos interesa observar en qué medida y cómo se (re)presentan las condiciones contextuales referidas.

Acudimos a series fotográficas y no fotografías aisladas ya que el análisis de la serialización implica el abordaje de las transformaciones en los componentes del enunciado fotográfico ya sean de los personajes, los espacios o el tiempo. Este posicionamiento enfatiza la importancia en la construcción de una mirada, a partir de la cual, el enunciador asume un punto de vista, asimilable con la mirada del fotógrafo. Una sola fotografía sólo puede describir, lo que no impide que, en algunos casos, se sugiera una acción o la expectativa de que algo vaya a ocurrir.

¹ Existe, según consta en el libro *Fotografía en la Argentina 1840-2012* de Valeria González, un antecedente del año 1979 en la utilización del color y la puesta en escena que se puede observar en la fotoperformance titulada *Mientras unos destruyen otros construyen* de Dalila Puzzovio. La utilización de esos recursos responde a una *estrategia de connotación*, siguiendo la definición de Cora Gamarnik, frente a la censura de la dictadura cívico-militar.

La investigación de la que es parte este trabajo² indagó en diecisiete series fotográficas producidas por aquello que hemos definido como movimiento y al que hemos designado como Nueva Fotografía Argentina. La elección de este nombre parafrasea la construcción «Nuevo Cine Argentino» con el que guarda profundas vinculaciones no solo formales sino también conceptuales.

Entre los fotógrafos de ese movimiento se encuentran Marcos López, Marcos Zimmerman, RES (Raúl Stolkner), Adriana Lestido quienes integraron en el año 1996 el volumen titulado *Fotografía Argentina Actual Dos*, de la editorial fotográfica La Azotea, con selección y textos a cargo de la reconocida fotógrafa y ensayista argentina, Sara Facio. En ese momento, se daba a conocer a estos fotógrafos como incipientes figuras del ámbito artístico. Sin embargo, y entendiendo que esta situación particular de cambios que se puede observar en la fotografía argentina a partir de los noventa quedaría reducida si sólo se detuviera en la selección de Facio, optamos por ampliarla a otros fotógrafos relevantes de la década reconocidos por su activa labor en relación a la actividad fotográfica tanto por Facio como por otros importantes curadores, críticos de arte y fotógrafos.³ Entre ellos, consideramos a Alejandro Kuropatwa, Alberto Goldenstein, Daniel Yako, Atahúlfo Pérez Aznar, Facundo de Zuviría, Juan Travnik y José Luis Cabezas.

El recorrido por los 90, revela una década signada por crisis devenidas de la instalación del modelo económico, social y cultural neoliberal. Para su estudio tomamos en cuenta algunos discursos que circularon y que colocaron al «tedio» como característica principal. Sin embargo, también circularon sentidos contrarios que polemizaron esa apreciación y, desde ámbitos como el artístico, asumieron una relación crítica e incluso de resistencia.

Estas disputas por el sentido nos resultan potentes a la hora de abordar el campo fotográfico de la década y más específicamente las producciones de la «cultura oficial» en las cuales se ubican las fotografías que analizamos. Esto se evidencia en los espacios por los cuales las series circularon, ámbitos del arte ya consagrados como la Fotogalería del Teatro San Martín, el Museo Nacional de Bellas Artes, el Centro Cultural Recoleta o en proceso de consagración como el

² Investigación doctoral titulada *La fotografía artística como discurso crítico de la realidad: Representaciones sociales de la Argentina de los 90 en la Nueva Fotografía Argentina*. Doctorado en Semiótica, Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, 2017.

³ Rodrigo Alonso, Valeria González, Gumier Maier, Jorge López Amaya, Juan Travnik, Alberto Goldenstein.

Centro Cultural Rojas que empezaban a incorporar la fotografía en sus salas. El incremento en la circulación y la exhibición es parte de la consolidación de la fotografía en el campo artístico argentino.

Objetivo

La investigación referida estructuraba el análisis en tres ejes denominados: *Lo real documentado*, *La realidad personal* y *La parodia como crítica*. Aquí por cuestiones de extensión sólo desarrollaremos parte del análisis del eje *La parodia como crítica*.

Los ejes de lectura surgen de la relación texto (nivel icónico), discurso (nivel indicial) y discursividad (nivel simbólico). Para este artículo consideramos las series *Color* de Atahúlfo Pérez Aznar (1989-1991); *Pop Latino* de Marcos López (1993-1999); *El plastiquito: Qué rico el plastiquito!* de RES (1994); y el retrato de Ernesto Sábato de José Luis Cabezas. Una primera lectura de las mismas dejó entrever recurrentes oposiciones como blanco y negro vs color, por ejemplo, pero consideramos que ese hecho formal no alcanza para definir un tipo lectura que dé cuenta de los aspectos indiciales y simbólicos. Por ende, propusimos articular el análisis interno (formas, temas, mirada) con el externo (los espacios de circulación y recepción de las series) a partir de lo cual y, en vinculación con el eje mencionado, se expondrá un posicionamiento crítico con rasgos humorísticos sobre aquello que se representa.

Cabe señalar que si bien existen en el campo de las Ciencias Sociales varios estudios que abordan la complejidad de la década, no se encuentran trabajos que asuman la especificidad de los discursos fotográficos en la construcción de representaciones sociales del periodo. Entendemos que abordar este problema desde la producción fotográfica puede servir para comprender de qué manera este arte es capaz tomar posición y proponer nuevas interpretaciones sobre la realidad. Se trata en definitiva de dar cuenta de lo que la fotografía puede decir distinto de otros discursos en el marco histórico de crisis que caracterizó a la década.

La parodia como crítica

El eje *La parodia como crítica*, contiene una serie de imágenes que se ponen al servicio de la parodia con el objetivo de producir una crítica a los noventa. Aquí entendemos la parodia en los términos de la definición bajtiniana como «todo tipo de discurso en el cual el autor asume o se apropia de la palabra del otro

pero a partir de una orientación semántico-valorativa diferente y opuesta a la orientación que lleva dicha palabra ajena» (Berone 2006:212).

Históricamente la parodia surgió relacionada con los géneros cómicos-serios de la Antigüedad clásica, aquellos que movilizaban una visión carnavalesca del mundo. Esta es analizada en *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento: El contexto de Francois Rabelais* (Bajtín 1965). La idea principal de aquella investigación es que durante el Medioevo, las manifestaciones de la cultura cómico popular o cultura de la risa constituyen, en su heterogeneidad, un modo de oponerse a la cultura oficial, al tono serio, religioso y feudal. La simbólica del carnaval se caracteriza por una lógica del mundo al revés que parodia la vida ordinaria a través de la risa festiva. Estos rasgos de los festejos del carnaval —como segunda vida o mundo utópico— llevan a Bajtín a afirmar que estas manifestaciones culturales son consecuencia de la división de clases.

La crisis feudal, el fenómeno del mercantilismo, el sistemático intercambio cultural y el plurilingüismo generan quiebres en la cultura europea. El cambio en las condiciones materiales provoca modificaciones en la visión de mundo medieval. A partir de la modernidad, la concepción carnavalesca del mundo se torna negativa, individual, carente de utopía y de ideales universales, por ejemplo, la degradación se vuelve, al igual que las groserías y obscenidades, exclusivamente negativa, de un carácter egoísta y personal; la risa pierde la fuerza utópica y regenerativa que contenía durante la Edad Media cuando a través de ella se parodiaba la vida ordinaria; la máscara adquiere un tono lúgubre. Durante este período se formaliza, la parodia se torna oscura y vuelve sobre el pasado pero solo para contribuir a consolidar los valores presentes que sostienen la desigualdad.

Como podemos observar la parodia bajtiniana no es puramente literaria y no se restringe a un determinado género literario sino que puede aparecer en discursos con diferentes propósitos.

La parodia es entonces una actitud que surge como una posición frente a una realidad que es valorada en términos éticos y cognitivos. La estrategia del discurso paródico es mostrar la falsedad de otro discurso, relativizar su sentido contra la voluntad de asumirse como absoluto. Según Marcelo Moreno (2009) la inversión del sentido se realiza mediante diferentes procedimientos como la sustitución de una palabra o un sonido, la alteración del sentido de una representación o una forma socialmente estereotipada, entre otros. Igualmente, lo paródico puede ser utilizado como fin en sí mismo, es decir, como valor cómico,

como género literario o con otros propósitos como la crítica a algunas formas establecidas.

Además, es susceptible de incorporar la ironía ya que ésta implica la inversión del sentido de la palabra ajena. Para explicar la ironía pensemos en el doble circuito de la comunicación de Charaudeau. El autor señala que el acto de lenguaje es resultado de dos actividades, una de producción y otra de interpretación. La actividad de producción supone un proyecto de habla de un sujeto comunicante. En tanto, la actividad de interpretación instituye un sujeto interpretante. Ni el sujeto comunicante ni el sujeto interpretante son seres de habla, esta distinción queda en evidencia en la mentira y la ironía cuando el sujeto hablante enuncia lo contrario de lo que piensa el sujeto comunicante, con la diferencia de que en la mentira, el sujeto interpretante desconoce el proyecto de habla del sujeto comunicante y en la ironía, está en condiciones de conocer una parte pues comprende, por ejemplo, que la expresión «Qué rico el plastiquito!» quiere decir «qué asco el plastiquito!».

Sin embargo, no realizaremos aquí un análisis textual de la ironía pues los textos fotográficos y verbales complementan las series, es decir, la ironía debe entenderse como componente de una actitud paródica. En este sentido veremos, por ejemplo, los modos en que la serie *Color* ironiza y parodia «lo establecido» en torno a lo bello.

Las fotografías que integran este eje utilizan la parodia para apropiarse del discurso establecido —sobre todo en lo que refiere a política, arte, medios de comunicación, mundo del espectáculo— y proponer, parafraseando los desarrollos bajtinianos, una concepción carnavalesca negativa del mundo.

El recurso a la parodia tendrá como resultado la exageración como sema recurrente que se expresará formalmente en la utilización del color, en la escenificación, en el uso de máscaras y disfraces y conceptualmente aumentando o disminuyendo el sentido de las cosas. Este sema se articulará en la figura retórica de la hipérbole la cual explora, de manera intencionada, en el exceso los rasgos de la realidad que representa.

La parodia prevé la comprensión activa de los términos del enunciado paródico. Esto implica el reconocimiento y el saber sobre un enunciado previo. En consecuencia, se prefigura un enunciatario que sabe (la parodia sólo puede ser percibida gracias a ese conocimiento) sobre una experiencia compartida por el enunciadador y el enunciatario. Las series invitan a realizar un ejercicio de

intersubjetividad que de un «hacer saber» se proyecta a un «hacer interpretar» que busca desenmascarar los valores culturales puestos en circulación durante los noventa.

Análisis de las series

I. *Color* (Atahúlfo Pérez Aznar 1989-1991)

La serie consta de imágenes en color realizadas en interiores y exteriores. Los títulos de las fotografías referencian lugares (Hotel Amok, Berazategui; Edificio Irigoyen 2071, Mar del Plata; Museo Ciencias Naturales, La Plata; Carnicería 10 46 y 47, La Plata; Escuela 12 67 y 68, La Plata; Loma La Perla, Mar del plata; Torreón del Monje, Mar del plata, Cabaret Las Maravillas, Mar del Plata) y personajes «reales» (Rafael, Fabián en su casa, Roxana y sus trofeos, Mónica).

Hotel Amok Berazategui 1989, Edificio Irigoyen 2071 Mar del Plata 1990, Museo de Cs Naturales La plata 1990 describen paisajes prefabricados, adelantándose a la idea sobre el paisaje que descubre los elementos clásicos de ese tema en la sala de estar de un hotel, en la pared empapelada de un edificio o en el decorado artificial del museo. El canon del paisaje es parodiado: el paisaje como valor clásico (en la pintura clásica y en la fotografía) es negado. La puesta en escena expone y sobredimensiona la artificialidad del tema, del estilo y del registro fotográfico.

En estas tres fotografías, los títulos resultan descriptivos del lugar preciso donde fueron realizados los registros. Hay en la referencialización, un aspecto paródico vinculado con el estatuto de la fotografía como evidencia.

Carnicería 10 46 y 47 La plata 1990 registra reses colgadas en el interior de una heladera. La repetición imita la serialización plástica. Pero también, los elementos decorativos reproducen la naturaleza muerta o *still life*, de obras pictóricas y fotográficas. El registro de las reses como modelo plástico parodia el estilo, los temas y el valor estético de algunos lenguajes artísticos clásicos y fotográficos como el pictorialismo y el fotoclubismo.

La referencia a un aspecto de lo institucional aparece en *Escuela 12 67 y 68 La plata 1990*. El retrato de Sarmiento recupera y se apropia de un símbolo político de la historia nacional, lo transforma y lo actualiza desde la crítica paródica. En ésta se registra en contrapicado un monumento de cuerpo entero de Domingo Faustino Sarmiento con guardapolvo. Las dimensiones corporales son

exacerbadas no solo por la angulación sino por las propias proporciones de la escultura: las manos parecen inmensas, al punto de la deformidad, en relación con el resto del cuerpo. La expresión de seriedad del rostro también es desmesurada. Estos elementos expresan hiperbólicamente los rasgos del personaje histórico que en este caso se asocia con la escuela. El título sugiere a la figura de Sarmiento como metáfora de «la escuela» obviando de manera significativa el lado más polémico del prócer como político.

En *Loma La Perla Mar del Plata 1990*, aparece, de nuevo a través del contrapicado, un hombre vistiendo disfraz del superhéroe norteamericano: Superman. Podríamos comparar la caracterización de la máscara romántica con la del disfraz ya que, en ambos casos, sirve para disimular, encubrir y engañar. El personaje rompe así con la verosimilitud del título. Como en la imagen anterior, se recupera un símbolo, en este caso, de la cultura popular norteamericana. La ironía surge de la dislocación entre figura (Superman) y fondo (la ciudad de Mar del Plata).

Torreón del Monje Mar del Plata 1990 registra en contraluz un personaje que debido a esta iluminación no puede ser visto con claridad. El sujeto que posa para la cámara, puede asimilarse con el superhéroe Batman debido a ciertos rasgos. Sobre el fondo, se localizan unas tiendas que almacenan elementos localizables en las playas, entre ellos, mesas, sillas, sombrillas y en lo alto se ubica un tigre en una publicidad de Maxxo. El título hace referencia a uno de los símbolos de la ciudad balnearia de Mar del Plata pero de nuevo el misterioso personaje rompe con la referencialidad.

Rafael, Cabaret Las maravillas Ensenada 1989 y *Fabián en su casa Barrio obrero Berisso 1989*, son dos fotografías que muestran a travestis. En la primera imagen, el fondo es plano e indefinido aunque el título revele que se trata de un Cabaret. En la segunda, hay un espacio contextualizado, es el hogar del modelo. Ese lugar es precario, observamos paredes de bloque sin revocar, puerta de chapa, la modelo posa sobre un mueble sostenido en un bloque. En los casos, mientras los títulos refieren al «hombre» (en los nombres propios masculinos), la imagen revela «la mujer».

Respecto a los desnudos de Atahúlfo Pérez Aznar, Roberto Guareschi reflexiona:

Sus desnudos masculinos y femeninos no están bendecidos por ninguna «escuela», disculpados por ninguna versión del erotismo, ni siquiera los modela la sensualidad. Esas personas desnudas son expuestas frontalmente a la cámara en la cotidianeidad de las distintas habitaciones de sus casas.

No es insólito que alguien transite su living desnudo. Sin embargo algo falla en las fotos de Pérez Aznar. ¿Será una ausencia de emoción? ¿Cómo habrá que fotografiar un cuerpo sin ropa en una cocina para que la combinación no se convierta en mescolanza? Las respuestas abrirán caminos. La audacia de la búsqueda enseña a veces tanto como el testimonio de un hallazgo (1986:3).

Los desnudos de Pérez Aznar, y otros artistas, desataron la polémica a fines de los ochenta. Durante el año 1986, en un hecho sin precedentes en el país, la muestra del Núcleo de Autores Fotográficos (NAF), y las imágenes de Atahúlfo Pérez Aznar, fueron censuradas.⁴ Además se secuestraron 21 de las 124 obras expuestas, bajo la acusación de «exhibición obscena». En el año 1991, Pérez Aznar vuelve a padecer la censura en la muestra personal titulada «Reflexiones de una década». Entre las obras expuestas figuran la fotografía *Fabián en su casa barrio obrero Berisso 1989*. En este caso es el modelo quien solicita el secuestro de la imagen argumentando que «hubo violación de intimidad, libertad y reputación».⁵ Estos hechos dan cuenta de las resistencias generadas en la recepción de las obras no sólo por parte del público sino también por la justicia, uno de los modelos y los ámbitos de circulación (Centro Cultural «Las Malvinas» y Museo Nacional de Bellas Artes) a casi tres años de finalizada la dictadura cívico militar. También refieren a la novedad del lenguaje fotográfico, las reticencias que las obras generaban frente al arte consagrado, legítimo y las dificultades en el ingreso a las instituciones que justamente otorgaban dicha legitimidad.

Cabaret Las maravillas Ensenada 1989, Roxana y sus trofeos La Plata 1990 y Mónica Berisso 1991-92, son tres desnudos femeninos. El primero remite nuevamente al espacio del cabaret. En la imagen se exhibe una mujer parada tocando su vagina, en un escenario habitado por instrumentos de percusión. La imagen se va oscureciendo conforme se debilita la luz blanquecina del flash. El nombre del lugar resulta irónico frente al propio espacio del cabaret que exhibe un espacio precario. En la segunda imagen, observamos una mujer joven sonriente, desnuda, que oculta parte de su rostro con lentes de sol. El título

⁴ El juez Eduardo Sabatini sobreseyó definitivamente a varios integrantes del Núcleo de Autores Fotográficos, NAF, acusados de exhibiciones obscenas por la denuncia de un particular en oportunidad que éstos realizaban una exposición en el Centro Cultural «Las Malvinas», ex. Galerías Pacífico, Dirección Nacional de Artes Visuales de la Secretaría de Cultura de la Nación (Bécquer Casaballe 1987:23).

⁵ Cfr. "Travesti arrepentido", *El Popular*, 23 de octubre de 1991: 6.

agrega información al plantear una relación entre la modelo y los trofeos que se exhiben, que parecen remitir tanto al cuerpo como a una actividad. La última imagen es una joven posando en la cocina de su casa, apoyada en una vieja heladera. Al igual que en el caso de los travestis, mientras los títulos remiten a información pública sobre los personajes registrados, las fotografías develan aspectos privados. Tanto en las imágenes de los travestis como en los desnudos, la ironía matiza la sensualidad y el erotismo de los modelos.

La representación de temas como el paisaje y los desnudos se realiza desde una visión conceptual y paródica. No sólo los desnudos pueden enmarcarse en la categoría artística de «feísmo» tal como Guareschi afirma, también los paisajes interiores, nocturnos, artificiales pueden ser incorporados en esa definición.

En esta serie se parodian los temas clásicos (desnudos, paisaje, naturaleza muerta) provenientes del arte pictórico pero también ampliamente trabajados por la fotografía. Podemos afirmar igualmente que aparecen burlados aspectos técnicos de la fotografía, los «errores» de iluminación (la escasa iluminación, el uso de flash directo, sin filtros ni difusores, lo que provoca subexposiciones en el fondo de la toma y rebotes en superficies reflectantes y en el uso de luz del ambiente) y encuadre (que incorporan enchufes y cables) son acá considerados recursos artísticos. Además se presentan ciertos juegos entre lo que los títulos proponen y lo que las imágenes muestran: en *Edificio Irigoyen* aparece un paisaje de playa, en *Rafael, Cabaret Las maravillas* y *Fabián en su casa* aparecen personajes travestidos. Las imágenes son metonimias (parte por el todo) en *Hotel Amok*, *Edificio Irigoyen*, *Museo Cs Naturales*, *Carnicería 10 46 y 47* y metáfora en *Escuela 12 67 y 68*.

A nivel semántico, el título de la serie *Color* además de referir a la sensación visual generada por la luz pareciera también asociarse con cierta cualidad de los objetos, espacios y sujetos representados, es decir, estaría dando cuenta de un carácter peculiar que estos poseerían. En ese sentido, el color se conectaría con lo popular y lo pintoresco. Lo colorido correría a la par de cierta informalidad y se opondría a lo formal, lo serio, lo respetable.

II. *Pop Latino* (Marcos López 1993-1999)

La serie fotográfica *Pop Latino* comienza a realizarse en 1993 y se extiende hasta el 2009. En este trabajo analizaremos sólo las imágenes producidas en Argentina durante el período 1993-1999.

Si bien las imágenes no se presentan en secuencia cada una de ellas remite a un conjunto que se compone de personajes, espacios y tiempo que refieren a la política argentina de los noventa, la guerra fría, el interior de Argentina, Buenos Aires y Latinoamérica. La serie se apropia de la estética y re-significa la crítica del *Pop Art* al parodiar la historia cultural de Latinoamérica y algunos aspectos de la vida política argentina durante los noventa. Para el análisis agrupamos las fotografías bajo títulos que evocan procesos políticos particulares: a) Política Argentina de los noventa, b) Guerra fría; y asociados a los espacios del enunciado: c) Interior argentino, d) Buenos Aires y e) Latinoamérica.

a) Política argentina de los noventa: *Todo por dos pesos. Córdoba, 1995*. La imagen muestra como figura central a un personaje conocido en el ámbito cinematográfico como la «máscara de Loki», dios de la travesura y la maldad. El mismo fue interpretado por Jim Carrey en la película *La máscara. La otra cara del héroe* del año 1994. En términos generales, el uso de la máscara tiene como efecto la transformación de la personalidad de quien la porta, es decir, el objeto sólo funciona cuando es colocada. Como señala Bajtín es la negación de la identidad. La fotografía sólo muestra la cara del personaje transformado, dando cuenta de la metamorfosis o también, en términos bajtinianos, de la «ridiculización». El uso de la máscara implica entonces un antes y un después. La máscara señala con un gesto entre risueño y macabro el cartel de un negocio en el cual se lee «Importación \$1.99 todo por». El título refiere a la fórmula «Todo por dos pesos» que se reprodujo en comercios que vendían productos importados de China. El espacio de la representación es una calle sin otra referencia que el idioma español pero el título informa que fue realizado en la ciudad de Córdoba, lo que ancla la fotografía en este espacio.

En el contexto de los noventa, la máscara establece una relación entre la realidad, la política económica de la importación y la imagen de un personaje grotesco que encubre las consecuencias de esa política. El efecto humorístico resulta de la desmesura de la escena que compone el enunciado y la información del extratexto.

b) Guerra Fría: *Atrapado por las fuerzas del mal. Buenos Aires, 1997*. Tres personajes integran esta imagen: un hombre joven con camisa militar, un personaje con máscara de cocodrilo y una careta que se asoma desde abajo con la fenotipia de Fidel Castro. La imagen recupera una serie de símbolos vinculados con la lucha revolucionaria en Latinoamérica, la más evidente es Fidel Castro. El título colabora en la interpretación y sugiere la oposición entre los

personajes del enunciado por un lado, el hombre atrapado y por otro lado, las fuerzas del mal (que son quienes lo atrapan: un sujeto disfrazado de cocodrilo con un arma de juguete y un muñeco). El personaje es representado como mitad humano mitad reptil, porta un arma de plástico color naranja. El espacio expone una mezcla de imágenes, se muestra como fondo el dibujo de una explosión en la estética del comic y la fotografía (pintada) de una cúpula similar a la del planetario de la ciudad de Buenos Aires. Aunque la puesta en escena imita los personajes involucrados en el discurso anticomunista de la guerra fría, la fotografía parodia el discurso que ve enemigos («las fuerzas del mal») en lugares donde éstos no existen (sólo son juguetes y disfraces).

c) Interior Argentino: *Antena. Jujuy, 1996*. La imagen presenta un cactus de plástico magenta en medio de un paisaje árido compuesto en su mayoría por cactus «reales» y piedras. La primera oposición sugerida es artificial vs. natural. El mensaje lingüístico sin embargo alude a otro objeto. El título propone una sustitución (antena por cactus), la imagen propone una comparación (cactus como antena). La designación «antena» además es significativa en el espacio de la representación que se caracteriza por ser inhóspito. En términos reales, la antena facilita el contacto directo con el exterior, en la imagen la antena es un simulacro. No hay posibilidades de contacto. A este hecho se suma la información geográfica del lugar que refiere al noroeste argentino. Naturaleza y cultura son burladas, la primera por su estilo poco acogedor, la segunda por su artificialidad. Se impone así lo falso e innecesario (ya que no hay necesidad de un cactus de plástico donde hay cactus naturales) por sobre lo verdadero y lo necesario (una antena). Pero también el cactus presenta características fálicas (pene erguido), es decir, la comparación es cactus como falo. Ese tipo de imágenes, muy populares en la historia del arte, la religión y también en el psicoanálisis, han sido asociadas con la fertilidad y la masculinidad. En la fotografía, lo fálico, es representado desde la artificialidad, el falo es de plástico. La imagen representa la forma del órgano masculino y la esfera de lo masculino en vinculación con el espacio geográfico, desértico y predominantemente masculino (en relación con la presencia de las otras formas fálicas, los otros cactus) que necesitaría ser fecundado.

d) Buenos Aires: *Gardel apareció en el picnic y Gardel preocupado. Buenos Aires 1997*. La primera fotografía muestra a un personaje que imita al conocido cantante de tango Carlos Gardel. Éste aparece rodeado por cinco mujeres jóvenes con uniforme escolar que lo rodean haciendo gestos exagerados de sorpresa y emoción. En ese registro el supuesto Gardel aparece sonriendo sobre

un fondo colorido de edificios y antenas parabólicas. El título relata la llegada del personaje a un picnic. La imagen asocia el reconocimiento que tiene Gardel en Argentina a la fama de algunas figuras públicas de la actualidad (desde los 90 o incluso antes). Las jóvenes se acercan a tocarlo, lo miran extasiadas. La relación entre símbolos de la cultura popular porteña, década del noventa y fama es parodiada.

En la segunda, aparece otro personaje reproduciendo a Carlos Gardel pero esta vez, la gestualidad cambia, se lo observa serio y pensativo y ya no mira a cámara. Como fondo aparecen estructuras cilíndricas, edificios y una antena parabólica. Los colores de la imagen se atenúan, en su lugar aparecen colores de tonalidades fríos. El título describe al personaje como «preocupado». La parodia surge de la invención de hacer aparecer a Gardel en el Buenos Aires de los años noventa. El rostro está enmarcado por las estructuras cilíndricas lo que pone en relación la preocupación del personaje con el espacio en el que se lo hace aparecer. En ese contexto el personaje resulta extemporáneo.

e) Latinoamérica: *Santuario. Buenos Aires, 1998*. Una mujer con clara expresión de sorpresa y atuendo de empleada doméstica, limpia una mesa con una serie de imágenes religiosas (Jesucristo, San Cayetano), míticas (el gauchito Gil), políticas (Bolívar) y figuras del comic norteamericano (Superman, Robin). El «Santuario» como describe el título propone una especie de sincretismo que combina figuras de ámbitos diversos.

La parodia no sólo surge de la escena «milagrosa» (una luz aparece en el momento de la limpieza de una de las figuras) sino de la mezcla entre figuras religiosas, políticas, de la cultura popular y de la cultura de masas.

Las imágenes de *Pop Latino* apelan a las competencias de los espectadores. El conocimiento requerido se vincula con la historia política y cultural de Argentina, de Latinoamérica y de Estados Unidos. De hecho, en todas las fotografías analizadas existe algún personaje, objeto o hecho que hace referencia a esa relación. La cultura argentina es representada a partir de símbolos políticos (María Julia Alsogaray, Carlos Menem, Plaza de Mayo), patrios (escarapela y bandera), culturales (Carlos Gardel, fútbol), míticos (Gauchito Gil), religiosos (San Cayetano) y en objetos de consumo (carne). La cultura Latinoamericana a través de símbolos políticos (Fidel Castro, Simón Bolívar), artísticos (Botero) y objetos de consumo (Inca Kola). La cultura norteamericana a partir de símbolos patrios (*Estatua de la Libertad*, bandera), políticas gubernamentales (el patio trasero) expresiones idiomáticas (*Happy Day*),

objetos de consumo (Coca Cola) y personajes del entretenimiento (Power Rangers, La máscara, Superman y Robin). La parodia opera sobre la tensa relación entre esas conexiones.

La serie incorpora algunas reflexiones de Marcos López, que complementan el sentido sincrético de las imágenes y especifican un sentido sobre el «Pop Latino»:

Introducción al Manifiesto de Caracas, 1998

Hay una escena básica: en la gran avenida, un día lluvioso y gris de pleno invierno, un niño se abre paso entre las piernas de los grandes para mirar cómo pasa el desfile.

Una mezcla de carnaval carioca donde también marchan militares, policías, diabladas bolivianas, comparsas correntinas, guardaespaldas, testafierros, gendarmes de frontera.

Civiles que bailan a destiempo.

Un Trío eléctrico. Un grupo de Sin Tierra. Mariachis. Banderas verde y rosa de Mangueira.

Con la cabeza baja, dos cuerdas de actores desempleados que marchan en silencio.

Por los parlantes, el locutor insiste: «Hermanos, al recibirlos, la patria se engalana...»

Las músicas se mezclan: Tarantela, candombe, pasodoble, fanfarrias militares.

Con el correr del día, la gente se emborracha. Hay disturbios y grupos que se enfrentan.

Tiros, perros, caballos desbocados.

El recuerdo es de miedo.

La fiesta como siempre se tiñe de amargura (Marcos López).

El primer texto describe la imagen de lo que parece ser una fiesta patria en una zona de frontera argentina, López la caracteriza como una mixtura de carnaval carioca y marcha militar. La mezcla es el elemento que se destaca. Hacia el final del texto, lo festivo se degrada hasta adquirir un tono negativo y lúgubre.

Manifiesto de Caracas, 1998.

América Latina.

Argentina.

La patria como crisol de razas.

Los que estaban y los que llegaron de los barcos.

¿Cómo es una cultura con identidad propia?
Soy un europeo nacido en el exilio, dijo Borges.
Gardel, el tango, el Che Guevara...
El club de fútbol Boca Juniors.
La necesidad continua del psicoanalista: «mamita te pega porque te quiere y a mí me duele más que a vos...»
Las marcas invisibles de la dictadura.
La publicidad. El periodismo. El mercado del arte.
Buenos Aires: poner cara de que me interesa lo que se dice en las reuniones. Dar propinas. Perder la billetera. Pedalear como tonto mientras miro la tele en la bicicleta fija del gimnasio.
Lo anterior es la inspiración. Ahora voy a describir el gesto interno, el rumbo, la acción misma.
Subo al último mangrullo que quedó en pie en lo que fue la zona de fortines, en la frontera, en los confines de la pampa húmeda.
El secreto es callarse, mirar hacia el Norte, hacia la inmensa América, y descifrar lo que te dice el viento.
Galopes, gritos del malón que viene degollando, balazos, festejos de aguardiente.
El rocío. La inevitable calma.
Llantos de cautivas que parecen orgasmos.
Luego, dejarse embeber por lo más refinado del espíritu bolivariano.
Dejarse poseer.
Reencarnarse en la fiereza del Indio Guaicaipuru.
Escuchar a Iemanjá, a Ochum, a Obatalá.
Internalizar la mística y los ideales del muralismo mexicano para luego hacer switch y adaptarlos a los códigos actuales de comunicación de esta insensata aldea global-Armani-Dolce Gabbana-misiles a Belgrado-realidad virtual.
Pelear a machetazo limpio.
Sentirse en las huestes del profeta Martí.
Sentirse Maradona.
Tomar caipirinha desde el mediodía hasta que se ponga el sol.
Formar un grupo para cantar en restaurantes: cuatro, maracas, guitarra y arpa.
Ir a jugar con los duendes de la siesta que viven en la selva del Chaco paraguayo.
Experimentar la intensidad de un loco amor: rojajjú, guaraní, cuñataí...

Pop Latino: Un Shopping center de cartón pintado que tambalea azotado

por los vientos patagónicos.

Pop Latino: Al terracota profundo de la América/Altiplana lo cambio por rojo tahití, verde calypso o rosado escarlata.

El color de los carros en Maracaibo.

Trabajar en lo visual con frases hechas y arriesgar por el camino de la obviedad: primer plano, gran angular, fondo, mensaje social.

Un toque de humor y cierta liviandad en la mirada.

Evitar lagrimear por miedo de llorar hasta morir.

«Tú no tienes la culpa que el mundo sea tan feo», dice Manu Chao en un disco de moda.

Yo digo como dice el bolero:

«Vuelvo a casa y tú no estás.

Te busco.

Ya no estás» (Marcos López).

Ambos textos son letanías que enumeran las tensiones en torno a la identidad provocada por la hibridación cultural. Ese rasgo de origen de América Latina y Argentina se presenta como problemático. Las tensiones también hacen referencia a la ambivalencia de los estados de ánimo: la alegría es amargura.

En el segundo escrito se hace explícito el sentido del pop latino que, a su vez, se describe como «el gesto interno, el rumbo, la acción misma».

Se dice:

Pop Latino: Un Shopping center de cartón pintado que tambalea azotado por los vientos patagónicos. Pop Latino: Al terracota profundo de la América/Altiplana lo cambio por rojo tahití, verde calypso o rosado escarlata (*Ibíd.*).

El primer significado refiere al Pop Latino como *Shopping Center*. Recordemos que en *Escenas de la vida Posmoderna*, Sarlo (1994) lo describe como simulacro de ciudad, como monumento de un nuevo civismo conformado por un mercado que disuelve identidades y que para contener a algunos debe excluir a otros. Para López, el Pop Latino es artificialidad frágil. En tanto, el segundo significado hace referencia a una elección estética que refiere a uno de los elementos más importantes en la obra de López: el color.

Podríamos resumir diciendo que en los textos *Pop Latino* es una colorida mezcla de artificialidad frágil.

III. *El plastiquito: Qué rico el plastiquito!* (RES, 1994)

En la página oficial del fotógrafo, la serie no aparece expuesta. Recién aparece en el año 2009 cuando el Centro Cultural Recoleta realizó una muestra retrospectiva, auspiciada por *Página 12*. Valeria González, curadora de la muestra, observa:

En *El Plastiquito*, serie iniciada en 1994, las fotos muestran alimentos envueltos en plástico transparente, tal como son entregados en el supermercado. Las imágenes, realizadas en color, se apropian de la estética publicitaria: los objetos se presentan como valiosas alhajas en el centro de la escena. Sin embargo, Res revierte la estética del escaparate y devela el vacío que yace detrás de las promesas del consumo (González 2009:15).

En una nota titulada «Fotografía y Temporalidad» de *Página 12*, Fabián Lebenglik señala al respecto de la serie:

De *El plastiquito* (1995), por ejemplo, Res dice que es «una suerte de arqueología urbana de fin de siglo. Es la vida atrapada en bolsitas»: allí el consumo casi como una naturaleza muerta, donde los productos más diversos, comprados en el supermercado, son encerrados y transportados en bolsitas. Según la curadora, en esta serie el artista restituye en el discurso las condiciones materiales que el lenguaje publicitario excluye (2009:s/p).

Hay una coincidencia en ambos artículos en resaltar la estética publicitaria y la vinculación temática entre basura y consumo. En el marco de los 90, las fotografías pueden ser puestas en relación con algunos de los valores asignados, desde distintos sectores intelectuales, a la cultura de la década. Entre ellos la postura del crítico francés Pierre Restany quien, según Valeria González, afirmó que las obras de la década «reflejaban la cultura guaranga, ordinaria y superficial del menemismo» (2011: 117).

A diferencia de otros trabajos del fotógrafo los registros no son realizados en secuencia ni presentados en dípticos. Aunque existe implícitamente una relación temporal entre un antes y un después sugerido entre los alimentos que se encuentran en buen estado (que no vemos) y la basura que es lo que efectivamente se exhibe. El tiempo de la enunciación es un tiempo presente,

que cobra contemporaneidad en los elementos del lenguaje fotográfico como el color, la escenificación y en la temática del consumo.

La serie es un concepto. Los objetos fotografiados asocian los restos de la sociedad de consumo como algo propio del contexto político, económico, social y cultural de los noventa. Dicha representación simbólica se expresa a través de objetos cotidianos: diferentes tipos de bolsa de basura, basura colocada a modo de alimentos, alimentos envueltos en plástico. El elemento que se reitera es el plástico. No hay formas humanas aunque la basura funciona como un rastro de humanidad o lo que es lo mismo la humanidad es representada a partir de la basura.

El título de la serie *El plastiquito: Que rico el plastiquito!* es una ironía sobre los alimentos y su consumo. Existen dos acepciones de la palabra «plástico», una que se asocia con las cualidades materiales de ese elemento, es decir, como material sintético; otra lo hace en el sentido figurado, y refiere a la frivolidad y la pertenencia social. En la serie, el título refiere a la primera acepción y enfatiza la propiedad del sabor que ese material no posee. La cualidad de los alimentos se transfiere a la de un material no comestible. El diminutivo «plastiquito» acentúa la ironía del enunciado.

IV. José Luis Cabezas

El 25 de enero de 1997, José Luis Cabezas, fotoreportero de la revista *Noticias* es asesinado en General Madariaga, Pinamar. Cabezas se destacó como fotógrafo de personalidades del espectáculo y de la política argentina durante la década de los 90. Se desempeñó en el principal semanario político del país, perteneciente a la editorial Perfil, creado por Jorge Fontevicchia en 1989.

El asesinato de este fotoperiodista representa un punto álgido con respecto a una década signada por el deterioro institucional, la corrupción, el entrecruzamiento del sector gubernamental y el empresarial. En ese marco, es significativo que las imágenes logradas para uno de los semanarios políticos de la década incluyan indistintamente figuras del periodismo, del espectáculo y de la política. Incluso los modos de representación elegidos tienden a subvertir los rasgos y roles de los fotografiados.

Para el análisis realizamos un recorte sobre las imágenes de personajes relevantes como Ernesto Sábato (escritor argentino, integrante de la CONADEP); Graciela Mejjide (activista por los Derechos Humanos, madre de un joven

desaparecido, integrante del FREPASO y la ALIANZA); Mirtha Legrand (actriz y conductora de TV); Mario Pergolini (periodista y conductor radial y televisivo, creador del ciclo *Caiga Quien Caiga*); Eduardo Duhalde (político, Vicepresidente de Carlos Menem, Gobernador de la provincia de Buenos Aires, Presidente durante el 2002 y 2003 durante la Ley de Acefalía); Carlos Ruckauf (político, Vicepresidente de Carlos Menem); Carlitos Menem Junior (corredor de autos, hijo del ex Presidente Carlos Menem). Aquí sólo presentamos el retrato de Ernesto Sábato.

Sobre los retratos

La temática de las fotografías de Cabezas es siempre el retrato. Estos se caracterizan por perspectivas exageradas, ángulos picados y contrapicados, el uso de gran angular, el color, la puesta en escena, la mirada a cámara. Estas decisiones técnicas llevan a acentuar la presencia de su punto de vista, de la mirada. Si bien el género documental y fotoperiodístico marca un predominio de los aspectos icónicos e indiciales, las imágenes adquieren un carácter simbólico por la intencionalidad artística y testimonial vinculada a la escena política, mediática y del espectáculo de los noventa.

En estos casos la parodia se sitúa en el juego de desfase entre los elementos de la puesta en escena y el rol social del personaje en el extratexto. En este marco, las imágenes parecen estar refiriendo, a través de los personajes, a las instituciones que representan o a los hechos por los cuales adquieren notoriedad. En este sentido, Mario Pergolini es representativo de los medios de comunicación; Graciela Fernández Meijide, Eduardo Duhalde y Carlos Ruckauf de la política partidaria; Mirtha Legrand del espectáculo; Carlos Menem Junior de la investidura presidencial; Ernesto Sábato de la cultura.

Con relación a esa discordancia, en las imágenes veremos que los personajes posan utilizando elementos disonantes en relación con su imagen pública o en espacios de escasa conexión con el rol social que detentan. Esto sobre todo acontecerá con las figuras políticas. Estas maniobras tácticas de representación están en estrecha vinculación con el origen de la reproducción mecánica.

Eliseo Verón analiza los cambios en lo que define como «estrategias enunciativas» de representación a partir de la introducción de la fotografía en el siglo XIX. Desde los primeros años de la fotografía, se instala un uso que retoma los códigos pictóricos del retrato. Los notables, comenzando por el mismo Emperador, se hacen fotografiar a la manera en que antes se hacían pintar.

Aquí, la estrategia enunciativa, retomando las reglas de producción del retrato pintado, expresa —como este último— una voluntad de ejemplariedad: trabajada por la estilística del retrato pintado, la colocación de un resabio de eternidad. En el dominio fotográfico, tenemos una primera figura enunciativa de la neutralización de las condiciones específicas de la vista tomada: el referente (para retomar la terminología de Barthes) está destemporalizado.

Una estrategia enunciativa asociada a un soporte (la pintura) es transferida a un nuevo soporte (la fotografía). En el caso de la pintura, el conjunto de procesos de circulación del sentido permanece en la esfera pública; como se trata de un notable (es decir un hombre público), el retrato se justifica. Y como la pintura es un arte autográfico por excelencia (...), la consumación colectiva de esta obra única no tendrá lugar más que en un contexto público. La técnica fotográfica introduce una diferencia fundamental: la imagen fotográfica es reproducible a voluntad. Se puede comprar una fotografía del Emperador (acceso pagado, aspecto fundamental de la mediatización), lo que implica una nueva modalidad de apropiación privada de un elemento signifiante del orden público. Desde ese momento, la fotografía fue ligada, en los medios, al consumo privado de valores públicos, encarnados en las múltiples figuraciones del poder y de las instituciones (Verón 1997:11).

Los notables, debido su relevancia pública, hacían uso de la estrategia de voluntad de ejemplariedad:

«La existencia de la fotografía, dice Barthes, corresponde a la creación de un nuevo valor social, que es la publicidad de lo privado: lo privado es consumido como tal, públicamente» (...). Es un movimiento que aparece, lo vemos, como el inverso al precedente: ya no es el retrato del Emperador; es el Emperador en la mesa, rodeado de su familia, jugando con sus hijos: tiene así mismo una vida privada. En ese caso, los efectos técnicos de la fotografía afectan a la misma estrategia enunciativa: lo que aparece como valor ya no es, como en el caso del retrato, la dignidad destemporalizada de la notabilidad, sino podríamos decir la naturalidad de una vida que, marcada por el sello de lo público, no es por ello menos vida (*Ibid.*).

La reproductibilidad engendrará una nueva modalidad de apropiación de lo privado hacia lo público. Cabe entonces preguntarnos ¿cuáles son las estrategias enunciativas de las figuras públicas fotografiadas por Cabezas?

En la fotografía de Ernesto Sábato, el personaje viste un traje negro, con pulóver bordó. Usa gafas negras, sombrero, cruza sus brazos y sus piernas, expresa un gesto serio y mira a cámara. Su figura se ubica sobre un fondo de playa, de día soleado. La particularidad es que el fondo es un dibujo de un estilo infantil, entre naíf y surrealista. Hay un doble mecanismo de simulación en esa puesta, del personaje y del escenario. Los rasgos personales del fotografiado son incoherentes con la puesta en escena, su figura actúa como contraste marcado con el fondo. El efecto cómico no sólo se ubica en la relación entre la figura pública y el espacio representado, sino en la conjunción de dos lenguajes artísticos disímiles: la pintura y la fotografía.

En los registros de personajes políticos, culturales y del espectáculo, la notabilidad pública es mínima debido a las características del espacio y del personaje. La investidura pública es informalizada. El fotógrafo, y en consecuencia el espectador, ingresan en la esfera privada de una figura pública. No hay referencias a su rol social, y sus rasgos individuales pueden ser asociados a la simpatía, la espontaneidad y la frescura. En este sentido, la fotografía lo construye como un ciudadano más.

Opera así la estrategia demagógica de acercar el personaje político (que se percibe como lejano debido a su lugar en la representación política) al público general.

En las fotografías se despojan (invirtiendo o degradando) a los retratados de sus roles sociales. En el marco de los noventa ese gesto es político y actúa en el presente como documento de la espectacularización del discurso político y mediático. En sus imágenes, los roles sociales son superados por los rasgos personales. La mirada del fotógrafo se marca mediante dos opciones: la mirada a cámara del personaje que lo reconoce como interlocutor y la utilización de ángulos aberrantes, que al salir de la normalidad, fuerzan al personaje y al espectador a mirar (se) desde otro lugar. Ese otro lugar se encuentra vinculado a veces a espacios íntimos, a espacios escenificados o a espacios abiertos ilocalizables. Las referencias en todos los casos quedan sujetas a las competencias de los lectores, que deberán identificar a esos personajes que son en la mayoría «públicos» pero representados desde su intimidad. Tal como afirma Eliseo Verón:

Poniendo en evidencia su aspecto privado, un valor público reencuentra, en la apropiación privada del receptor, el estatuto de un lugar de

reconocimiento, de una cierta puesta en paralelo de dos esferas de lo privado. Incluso, si la puesta en representación fotográfica de lo privado no guarda interés más que por ser el reverso de la notabilidad. Este mecanismo deviene fundamental en los medios informativos modernos (1997:10).

El reverso de la notabilidad, inversión y degradación en términos paródicos, es la estrategia enunciativa que el fotógrafo propone y que los retratados acuerdan. Dicha modalidad de representación se torna polémica y a la vez referencial de la época que ha sido caracterizada por el ingreso, exposición y debate de la política sólo a través de los medios masivos de comunicación. Parodia también es sinónimo de simulacro, en estos casos, los sujetos se prestan al juego de inversiones, al intentar representarse y mostrarse por oposición.

Registros en clave paródica

Marcelo Moreno (2009) en la introducción de su artículo sobre la parodia diferencia dos tipos o modalidades paródicas; una cercana al ridículo y otra a la burla. De acuerdo con ello, observamos que en el caso de *Pop Latino* la parodia actúa por imitación. Por el contrario en los casos de *El plastiquito*, *Color*, y en los retratos de José Luis Cabezas actúa por transformación o trasposición. Ahora bien, las trasposiciones son diferenciales: en el caso de *El plastiquito*, al colocar la basura en el lugar del objeto de arte, se traspone el sentido embellecedor del arte, de la fotografía en ese caso. *Color* también operará por trasposición, al poner en escena personajes, objetos y lugares «coloridos» que trastocan el estilo noble del arte en un estilo vulgar.

Lo que estas series evidencian no es sólo un posicionamiento con respecto a la compleja sociedad de los noventa sino que reflexionan igualmente sobre el propio mecanismo, problematizando el lugar de la fotografía en el arte y los valores consagrados en ese mundo. En este sentido, podemos relacionar el eje con algunos de los postulados del *Pop Art* y sobre todo con la obra de Andy Warhol quien al parodiar las imágenes de consumo masivo puso en tela de juicio no sólo comportamientos y valores sociales de su tiempo sino la solemnidad hacia la cultura y la admiración de las manifestaciones del arte consagrado. El *Pop Art* buscó diluir la frontera entre arte culto y cultura de masas ubicando los objetos de uso cotidiano como modelos plásticos. Para ello

se valió del tono kitsch, del reciclaje de imágenes, de la apropiación y de la recuperación de símbolos, entre otros.

Si nos atenemos a las jerarquías sobre los grandes géneros artísticos impuestas por las academias europeas entre el siglo XVII y la Edad moderna veremos que el eje «La parodia como crítica» se estructura en torno a tres géneros inferiores: el retrato, el paisaje y el bodegón. Además de ser considerados géneros, éstos eran calificados como menores por ser simples representaciones de objetos externos, sin fuerza moral o imaginación artística.⁶

Si bien es cierto que las series recuperan el cuestionamiento del *Pop Art* hacia las jerarquías pictóricas y la sociedad de consumo, lo novedoso, es que la crítica se vuelve sobre el propio lenguaje fotográfico. En el *Pop Art* se utilizaba la representación mecánica para negar y desnaturalizar los trazos pictóricos. En ese caso, el cuestionamiento se dirigía hacia el expresionismo abstracto que bregaba por el genio del artista y la trascendencia de su obra. El *Pop Art* proponía ser una forma de arte hecha deliberadamente para no durar, es decir, para no trascender.

En las series para que la parodia funcione, el mecanismo debe ser también parodiado. Por eso se visibilizan los decorados en las fotos de Cabezas; se encuentran paisajes donde no los hay en *Color*; se marca la diferencia entre los diferentes lenguajes en la conjugación entre pintura y fotografía en *Pop Latino* y la basura se vuelve objeto plástico en *El plastiquito*.

A pesar de la proyección social que impera en las fotografías analizadas existe una mirada individual en la mayoría de las series. Las formas paródicas adquieren elementos negativos, no hay utopía y el intento de universalización queda neutralizado por la mirada personal, acotada a una realidad nacional y latinoamericana.

Valen entonces algunas reflexiones finales sobre este eje que deben ser leídas en el marco general del arte fotográfico de los noventa y sus condiciones de producción.

⁶ En oposición a ellos, en lo más alto de la escala se ubicaba la Pintura de historia (cuyos temas eran religiosos, mitológicos, históricos, literarios y alegóricos) que buscaba realizar interpretaciones de la vida y portaban un mensaje intelectual y moral además de transmitir una verdad universal. En segundo lugar, se ubicaba, la «escena de género» que representaba escenas de la vida cotidiana y por ende no era ni ideal en estilo ni elevada en temas.

El interrogante es si desde la parodia las series llegan a atacar el núcleo duro de las problemáticas de los 90. Recordemos que la estrategia mediática, sobre todo televisiva por esos años, adoptó la ironía para cuestionar y denunciar la política. Investigadores como Eva Da Porta (2004), indican que el uso de esas modalidades terminó alimentado una visión escéptica del mundo que contribuyó al distanciamiento entre política y sociedad. Además, colaboró en la reducción de lo político a la política,⁷ consolidando una estrategia demagógica de los medios que colocó la figura de los periodistas por encima de los verdaderos excluidos de la época, invisibilizándolos.

Ahora bien, en las series no habría tal pretensión de verdad, por lo cual el efecto paródico resulta legítimo en el cuestionamiento. Aquí es donde la función poética a la que adscribe la serie y su modalidad de «hacer interpretar» cobra relevancia. Las fotografías presentan una mirada crítica, pero ésta es insuficiente a la hora de atacar los puntos neurálgicos de las problemáticas de los 90. Por el contrario, en varias oportunidades el arte se autorreferencia. Desde esta perspectiva, las imágenes son paradójicas, participan de la hegemonía impuesta sin poder deconstruir los sentidos, y al hacerlo asienten desde la reflexión. Esto, sin embargo, no neutraliza el valor de la parodia para polemizar las palabras de un otro político, artístico, cultural, argentino o latinoamericano. 🇲🇦

Referencias

- ANGENOT Marc
(2010) *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*, Buenos Aires: Siglo XXI.
- BAJTIN Michail M.
1965 *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento: El contexto de François Rebeláis*, Madrid: Alianza, 1987.

⁷ La diferencia entre lo político y la política es la desarrollada por Santiago Ruiz y Ximena Triquell (2012) quienes, siguiendo la distinción que establece Eliseo Verón entre definiciones descriptivas y analíticas de la ideología/ «lo ideológico» y del poder, diferencian «la política» como término descriptivo que refiere a la estructura a partir de la cual los partidos políticos se disputan el poder institucional de «lo político» como instancia analítica que refiere a una manera de representar. En otras palabras, la distinción da cuenta de la relación entre el discurso con el mundo al que refiere y representa.

- BARTHES Roland
1980 *La Chambre claire. Note sur la photographie*, París: Gallimard/Seuil/Cahiers du cinéma; (tr. esp.: *La cámara lúcida*, Barcelona: Paidós, 2003).
- BÉCQUER CASABALLE Amado
1987 "Los fotógrafos del NAF sobreseídos", *Revista Fotomundo*, 232: 23.
- BERONE Lucas
2006 "Parodia", en *Nuevo diccionario de la teoría de Mijaíl Bajtín*, Córdoba: Ferreyra Editor, pp. 212-215.
- DA PORTA Eva
2004 "Acontecimientos políticos, efectos discursivos", en *Cartografías de la Argentina de los '90. Cultura mediática, política y sociedad*, Córdoba: Ferreyra Editor, pp. 201-217.
- FACIO Sara (selec. y textos)
1996 *Fotografía Argentina Actual Dos*, Buenos Aires: La Azotea.
- GONZÁLEZ Valeria
2011 *Fotografía en la Argentina 1840-2010*, Buenos Aires: Ediciones Artexarte de la Fundación Alfonso y Luz Castillo.
- GUARESCHI Roberto Pablo.
1986 "Doce autores fotográficos. El coraje de la búsqueda", *El Clarín*, 16/06/1986:3.
- MORENO Marcelo
2009 "Parodia", en FLORES Ana (dir. y coord.), *Diccionario crítico de términos del humor y breve enciclopedia de la cultura humorística argentina*, Córdoba: Ferreyra Editor, pp. 152-163.
- RUIZ Santiago y Ximena TRIQUELL
2012 "Cuando la forma es política. Dispositivos narrativos en *Historias Mínimas* (Sorlín, 2002) e *Historias extraordinarias* (Llinás, 2008)", en *Cómo nos contamos. Narraciones audiovisuales en la Argentina del Bicentenario*, Córdoba: Ferreyra Editor, pp. 139-157.
- 2016 "Imágenes y palabras en la lucha por imposición de sentidos: La imagen generadora de relatos", *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* [en línea], 61: 143-154, (consultado 15/11/2017), disponible en: <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/596_libro.pdf>
- SARLO Beatriz
1994 *Escenas de la vida posmoderna*, Buenos Aires: Ariel.
- VERÓN Eliseo
1997 "De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de Una fotografía", en *Espacios públicos en Imágenes*, Barcelona: Gedisa, pp. 10-18.