

Universidad Nacional de Rosario
Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales
Escuela de Comunicación Social

**"Marcos López y la década del noventa: radiografía
fotográfica del neoliberalismo criollo".**

Estefanía Miguel
Legajo M1183/5

Tesina de Grado
Licenciatura en Comunicación Social
Plan de Estudios 2001

Director: Sandra Valdetaro

Rosario, 2013

HOJA DE EVALUACIÓN

"Marcos López y la década del noventa: radiografía fotográfica del neoliberalismo criollo".

Tesina de grado presentada a la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario como parte de los requisitos necesarios para la obtención de la Licenciatura.

Mesa evaluadora:

Tutor: Sandra Valdetaro
Co- Tutor: Juan Pablo Hudson

Rosario, 2013

Resumen

El tema abordado en esta tesis es la obra del fotógrafo Marcos López referida a la década del noventa en la Argentina.

Sus collages llenos de color y texturas logran con eficacia mostrar y denunciar las críticas consecuencias económicas, sociales, políticas, culturales y estéticas surgidas como consecuencia de la implantación del neoliberalismo. Para comprender este contexto en el que se desarrolla su obra haremos referencia al advenimiento, de la mano de los gobiernos neoliberales de Carlos Saúl Menem (1989-1999), de una economía de mercado que puso en crisis al Estado-Nacional, provocando un pasaje decisivo: del ciudadano, otrora entendido como la subjetividad dominante bajo la soberanía estatal, al consumidor como figura hegemónica. Al mismo tiempo, en la tesis se analiza un estilo de gobierno que hemos resumido bajo la noción de estética menemista, en la que la frivolidad, el kitsch, el reino de la imagen, la corrupción y el consumismo determinan las formas gubernamentales.

Para abordar el tratamiento singular que le ha dado Marcos López a estos procesos de cambio que dejaron como saldo millones de excluidos, analizamos, desde múltiples enfoques (políticos, históricos, biográficos, técnicos, estéticos, etc.), las fotografías de sus dos series principales: Pop Latino y Sub-realismo Criollo. Las dos hipótesis principales son las siguientes: Su obra referida a los noventa es una crítica al modelo de vida consumista impuesto a partir del neoliberalismo. A través de sus fotografías, López muestra las transformaciones estéticas de los centros urbanos haciendo un fuerte hincapié en los procesos de mercantilización de la vida cotidiana.

Palabras claves

Fotografía — neoliberalismo- consumo - vida plástica- estética menemista

*Al abuelo, a papá, a Gonza
... aquellos tres
que inspiraron esta tesis*

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
MARCO METODOLÓGICO.....	12
MARCO TEÓRICO.....	16
CAPÍTULO 1: LA FOTOGRAFÍA	
1 - La dimensión fotográfica.....	20
2 – Fotografía como medio de comunicación social.....	21
3 – El fotorreportaje.....	23
4 – La fotografía como obra de arte.....	25
5 – La fotografía: una obra abierta.....	28
CAPÍTULO 2: LA DÉCADA DEL NOVENTA	
1 – De la vigencia del Estado-nación al mercado neoliberal.....	31
2 – Características de las políticas económicas neoliberales en la Argentina.....	34
3 – La estética <i>menemista</i>	37
4 – La frivolidad como marca gubernamental.....	41
CAPÍTULO 3: EL POP ART	
1 – Contexto histórico de surgimiento y período de auge del <i>Pop Art</i> ...	44
2 – Andy Warhol.....	51
3 – El Pop Art en Argentina.....	53
4 – Marta Minujín: la embajadora del Pop Art en Argentina.....	56
5– Marcos López y el Pop Art.....	58
6 – Influencia de otras tradiciones estéticas en la obra de Marcos López.....	60
CAPÍTULO 4: MARCOS LÓPEZ Y LA DÉCADA DEL NOVENTA	
1 – Contexto histórico del nacimiento de esta obra.....	62
2 – Crítica al consumo neoliberal.....	64
3 – El subdesarrollo: desde el sur hacia el sur.....	67

4 – La estética <i>menemista</i> : lo kitsch y lo bizarro como marca de época.....	70
5– Frivolidad mediática.....	74
CAPÍTULO 5: RECURSOS ESTÉTICOS PARA RETRATAR LOS NOVENTA	
1 – Elementos y personajes.....	79
2 – El uso de productos de consumo masivos.....	82
CAPÍTULO 6: RECURSOS TÉCNICOS PARA RETRATAR LOS 90´	
1 – La Iluminación.....	85
2 – El fotomontaje.....	86
3 – La fotografía publicitaria.....	87
4 – El color.....	88
CAPÍTULO 7: OBRAS CONCRETAS SOBRE LOS 90´Y PUESTA EN ESCENA.....	
CONCLUSIONES.....	96
BIBLIOGRAFÍA.....	103
ARCHIVO FOTOGRÁFICO.....	109

Introducción

El tema que abordaremos en la presente tesina será la obra del fotógrafo santafesino Marcos López referida a la década del noventa en la Argentina.

La fotografía es una disciplina pertinente al campo de la comunicación y una de las formas de expresión que exploramos en la carrera de Comunicación Social, ya sea a través del análisis semiótico de la imagen o a través del estudio de la función histórica y política del fotoperiodismo y su capacidad para transmitir informaciones y sensaciones en torno a episodios salientes de la vida social. Siguiendo el planteo de Elizabeth Martínez Aguirre (2005: 1), "la fotografía -mediatizada en la prensa escrita o concebida como recurso artístico- se nos revela como un componente esencial en la construcción de un ambiente cultural contemporáneo (...), como un elemento fundamental en la construcción de la memoria -individual y colectiva- por su doble capacidad de registro y expresión". Si elijo analizar la obra de un fotógrafo sobre una década tan crucial y determinante en estos treinta años de período democrático ininterrumpido luego de la más sangrienta dictadura militar que haya conocido nuestra historia, es porque la potente obra de Marcos López se ha transformado un documento imprescindible de diez años gubernamentales que cambiaron de manera dramática las coordenadas de nuestro país. El arte de fotografiar es un modo posible de mirar y recortar la realidad. Su relevancia radica en poder transmitir múltiples sensaciones e informaciones a partir de una sola imagen y en su capacidad de registrar y hacer perdurar determinados acontecimientos a lo largo del tiempo. Una sola fotografía puede quedar grabada en la memoria de miles de personas si logró captar un instante decisivo o si simplemente logró provocar ese *punctum* del que habla Roland Barthes. En el caso de las fotografías de Marcos López, sus collages llenos de color y texturas logran, con eficacia, mostrar y denunciar las principales consecuencias económicas, sociales, culturales y estéticas en la década de 1990. Así como David LaChapelle lo hizo desde el Pop Art norteamericano y Martin Parr desde el Pop inglés para reflejar el avance de la industrialización, la cultura chatarra, los medios de comunicación y las estrategias de marketing, Marcos López se hace eco de esta corriente artística para trabajar estas problemáticas desde una posición eminentemente latinoamericana.

En lo que refiere al contexto de esa época, la crisis hiperinflacionaria desatada hacia finales de la década de 1980 puso en escena una operatoria esencial del mercado

neoliberal: la expulsión social. La década del noventa llevó al paroxismo dicha operación. El consumo fue determinante en una sociedad de mercado propulsada por el gobierno neoliberal de Carlos Menem. Recordemos las elecciones de 1995 y ese terror de los ciudadanos -devenidos consumidores- a que un posible cambio de gobierno derivara en una desestabilización tal que impidiera la adquisición (o el mantenimiento) de productos comerciales nuevos. Si la última dictadura militar aplicó su terror a través de la coerción física, el mercado neoliberal operó a través de la amenaza -o concreción- de expulsión social. Los millones de desocupados y nuevos pobres e indigentes son el resultado de esa política. Si las fuerzas armadas, a través del genocidio, masacraron a una generación e inocularon el miedo, el mercado neoliberal anuló la figura del semejante, en tanto las únicas figuras con las cuales se conectan los consumidores son los objetos. En tal sentido, si algo logra comunicar la obra de Marcos López es que el mercado no toma en cuenta la distinción público-privado. Para el mercado los individuos carecen de interioridad. El consumidor vive en el reino de la imagen. A diferencia del ciudadano, que expresaba su interioridad hacia el exterior, para el consumidor la imagen es lo único que cuenta. Se trata de una figura eminentemente icónica. De allí la relevancia del registro fotográfico como modo de documentar estas transformaciones subjetivas y de una sociedad en decadencia.

Una pregunta inicial guiará la tesis: ¿Cuáles fueron las características principales de las políticas neoliberales en la década del noventa en Argentina? Para responderla me propongo describir y analizar las principales transformaciones que se implementaron durante la presidencia de Carlos Saúl Menem (1989-1999). En los capítulos destinados a pensar esta problemática, analizaremos las características de las principales políticas económicas, tales como la Ley de Convertibilidad, la Ley de Emergencia Económica, la apertura económica y el boom de lo importado, las privatizaciones de los principales activos públicos y el avance masivo del desempleo y la pobreza. Al mismo tiempo, daré cuenta de un estilo de gobierno y una estética impuesta por el presidente Carlos Menem en sus dos presidencias. Finalmente, analizaré el consumo como modo de vida hegemónico durante esta década.

A continuación, para comenzar a adentrarnos en la obra de Marcos López, será preciso analizar las principales corrientes estéticas que influyen su trabajo como fotógrafo. Para ello se explorará en el contexto de nacimiento del Pop Art, tanto como las características principales de esta corriente estética, sus principales exponentes y el

contexto de surgimiento y sus referentes en la Argentina. Se sumará también un análisis de otras influencias artísticas como es el caso de la obra de los artistas Diego Rivera y Antonio Berni.

En la segunda parte de esta tesis, abordaremos en detalle el tratamiento singular que le ha dado Marcos López a las transformaciones acaecidas en la década del 90' en la Argentina. Esta mirada crítica será abordada a través del análisis de sus principales fotografías, los recursos técnicos utilizados y los montajes de sus obras. Serán dos las hipótesis a desarrollar: 1. La obra de Marcos López referida a la década del noventa es una crítica al modelo de vida consumista propia del neoliberalismo. 2. A través de sus fotografías, este artista muestra las transformaciones estéticas de los centros urbanos haciendo un fuerte hincapié en los procesos de mercantilización de la vida cotidiana.

A continuación detallo cada uno de los siete capítulos que van a conformar la tesina.

En el Capítulo 1, cuyo título es *“La Fotografía”*, me propongo analizar la historia de la fotografía, su nacimiento, los avances técnicos y el constante movimiento de esta disciplina y su inscripción en el campo de la comunicación social.

El Capítulo *“La década del 90”* estará orientado a analizar los cambios en el país a la luz de la adopción de un sistema político y económico de corte neoliberal por parte del presidente Carlos Menem. Al tiempo que se analizará la lógica y la estética de este gobierno en una sociedad que comenzó a estar regida por el consumo, las agendas impuestas por los medios masivos de comunicación y las estrategias de marketing.

En el Capítulo 3 -“El Pop Art”- realizaré un recorrido histórico que comienza con el nacimiento del Pop Art en Inglaterra y en Estados Unidos, con sus principales referentes artísticos -Andy Warhol, David Hockney, Roy Lichtenstein-, hasta su llegada a la Argentina de la mano de la artista plástica Marta Minujín. Paralelamente, analizaré otras vanguardias estéticas que influenciaron al Pop Art tales como el surrealismo y el dadaísmo. Este capítulo me permitirá dar cuenta de las principales referencias y tradiciones artísticas en las que se inscribe la obra del fotógrafo Marcos López.

En el Capítulo 4 -*“Marcos López y la década del 90”*- haré referencia al contexto histórico en el que surgió su obra referida a esta década. Haré referencia puntualmente a la serie Pop Latino (2000) y *“Sub realismo Criollo”* (2003). Me propongo analizar sus obras y detectar los elementos y recursos a través de los cuales hace referencia y critica la vida consumista que rigió en esta década, tanto como lo que

denominaré la estética *menemista*, caracterizada por lo *kitsch*, lo bizarro y la farandulización de la política.

El Capítulo 5, cuyo nombre es “*Recursos estéticos para retratar los noventa*”, se centrará en los elementos utilizados por el artista para hacer referencia a este período histórico. Analizaré los personajes que López utiliza para montar las escenas y el uso de productos de consumo masivo que aparecen en cada una de sus fotografías.

En el Capítulo 6, llamado “*Recursos Técnicos para retratar los 90*”, daré cuenta de los elementos técnicos que López utiliza para montar las escenas en sus fotografías. En este caso me detendré en la iluminación, el fotomontaje, la estética publicitaria y el uso del color.

Finalmente, en el Capítulo 7, “*Obras Concretas sobre los noventa y puesta en escena*”, analizaré el modo en que Marcos López monta sus muestras y exposiciones. Analizaré su papel como artista integral al tiempo que detallaré el montaje de sus instalaciones más importantes.

Marco metodológico.

Los aspectos metodológicos de una investigación se vinculan con una serie de saberes y procedimientos que no se encuentran aislados del tipo de proceso social analizado y de los interrogantes teóricos entrecruzados en éste. El proceso de recolección de la información, elaboración de datos e interpretación, más allá de sus reglas y técnicas específicas, deberá ser dinámico y flexible, a fin de propiciar su revisión y ajuste a partir de los diferentes resultados parciales obtenidos en el campo de estudio.

En este capítulo se tiene como objetivo poner de manifiesto los fundamentos metodológicos implicados en esta tesina.

Esta investigación se fundamenta en un estudio de tipo cualitativo. Basándonos en las afirmaciones de Mason (Vasilachis, 2007: 24) la investigación cualitativa está “a) fundada en una posición filosófica que es ampliamente interpretativa en el sentido de que se interesa en las formas en las que el mundo social es interpretado, comprendido, experimentado y producido, b) basada en métodos de generación de datos flexibles y sensibles al contexto social en el que se producen, y c) sostenida por métodos de análisis y explicación que abarcan la comprensión de la complejidad, el detalle y el contexto”.

El presente estudio se sustenta a partir de dos fuentes de información: la recolección y análisis de bibliografía vinculada a la problemática investigada y el análisis de la obra de Marcos López, puntualmente de dos series: Pop Latina (2000) y Sub-Realismo Criollo (2003).

La investigación se encuentra circunscripta al análisis de las fotografías creadas por este artista santafecino.

Las fotografías analizadas fueron las siguientes:

- La ciudad de la alegría (1993).
- Todo por dos pesos (1995).
- Atrapado por las fuerzas del mal (1993).
- Asado en Mendiolaza (2001).
- Esquina Roja (2003).

- Supermercado en Santa Fe (2003).
- Esquina ADIDAS (2003).
- Carnaval Criollo (1996).
- Mozo (1997).
- Comida rápida (2007).
- Suite Bolivariana (2009).
- El Mártir (2005).
- Amanda (2005).
- Chica leopardo (2010).
- Familia de Sastres (2010).
- Terraza (2009).
- Vendedor de terrenos virtuales (1997).
- Predicador de TV (1997).
- Il Piccolo Vapore (2007).
- Gardel preocupado (1997).
- Gardel apareció en el picnic (1996).
- Feliz cumpleaños (1996).
- Carne argentina” (1996).
- Taxista de La Quiaca (1996).
- La reina del trigo (1997).
- Señora en la avenida 9 de julio (1996).
- Botero en el Parque (1996).
- Cavallo en la Puna (1996).
- Bandera Nacional (1996).
- Reelección (1995).
- Autopsia (2005).
- Gaucho Gil (2008).
- En el jardín botánico (1993).
- Esquina Barracas (2005).
- Ciudad de Santa Fe (1996).
- Chica vaca con perro (2003).
- Criollitas (1996).

- Picada de Proa (2005).
- Feliz Navidad (1997).
- Esquina Azul (2003).
- Constitución (2005).
- Tía Negra Lavando Ropa (1996).
- Aldea Global (1997).
- Sireno del río de La Plata (2002).
- Plaza de Mayo (2005).
- Carnicera (2005).
- Reina de la Frutilla (1997).
- Falso Hockney (2003).

Las dimensiones indagadas en la bibliografía recolectada sobre el contexto social, político, cultural, y económico fueron las siguientes:

- Del Estado-Nación al Mercado: cambios en la lógica dominante.
 - La destitución del ciudadano.
 - El consumidor como figura.
 - La sociedad del consumo generalizado.
 - El papel de los medios de comunicación.
- Las principales medidas económicas y políticas implementadas en la Argentina en la década de 1990.
- Las consecuencias sociales de las medidas económicas y políticas en la Argentina en la década de 1990.
- El tipo de estética impulsada por el gobierno de Carlos Saúl Menem durante sus dos presidencias de la nación (1989-1995/1995-1999)

En una segunda etapa, las dimensiones indagadas en la bibliografía recolectada sobre la problemática fueron las siguientes:

- Contexto histórico de surgimiento y período de auge del *pop art*.

- Características del *pop art*
- Principales exponentes del pop art en el mundo
- El Fotoarte: Andy Warhol
- Contexto histórico de surgimiento del pop art en Argentina
- Características del pop arte en nuestro país
- Principales exponentes
- Marcos López y el pop art
- Recursos fundamentales del pop art que utiliza ML en su obra.

En una tercera etapa, se procedió a relevar las siguientes dimensiones en las fotografías de Marcos López. Dicho análisis se realizó a partir del estudio de las fotografías y el relevamiento de bibliografía complementaria

- Crítica al consumo neoliberal
- Radiografía de la sociedad del consumo
- La exposición de la estética "menemista": lo kitsch y lo bizarro como marca de época.
 - Lo plástico
 - Frivolidad mediática
 - Lo kitsch y lo bizarro
 - Las máscaras
 - Lo absurdo
- Elementos y personajes de su obra utilizados para referirse a la década del 90.
 - Aparición de próceres argentinos y latinoamericanos en su obra.
 - Incorporación de modelos no profesionales.
 - Tipología y características de los modelos no profesionales.
 - Escenarios de aparición de los modelos no profesionales
 - El uso de productos de consumo masivos
- Recursos técnicos utilizados para representar la década del 90.
 - El uso del fotomontaje
 - El uso del flash de estudio

- La fotografía publicitaria como estilo
- El uso del color.
- Tipo y gama de colores.

Marco Teórico.

Todo trabajo de investigación cuenta con un marco teórico que “tiene como función iluminar conceptualmente aspectos relevantes de los datos o fenómenos sociales, y la dirección de sus posibles relaciones, que de otro modo podrían pasar inadvertidas o no ser comprendidas” (Vasilachis, 2007: 76). En tal sentido, para Mendizábal (Vasilachis, 2007: 76 y 77), el marco teórico se elabora a partir de diversas fuentes o recursos, bajo los siguientes criterios: "1) la experiencia vital del investigador y sus propias especulaciones o ideas; 2) el conocimiento y dominio de las tradiciones teóricas referidas a la temática estudiada, y el análisis crítico de la bibliografía pertinente y relevante, tarea que se denomina, curiosamente, estado del arte; 3) los estudios o investigaciones anteriores”.

El trabajo con teorías implica, necesariamente, conocer la teoría disciplinar y también la vinculada a la problemática específica que se decide abordar, tanto en los casos en los que uno se propone llevar a cabo una investigación en otro contexto para ampliar el alcance de la teoría, como en aquellos en los que hay motivaciones para enriquecer conceptos e ir más allá de los existentes. De manera tal que llevar a cabo un análisis crítico, y no simplemente instrumental, de la bibliografía permite hallar inconsistencias, vacíos, brechas en el conocimiento, así como contradicciones, vínculos no apropiados o no realizados.

Sobre la base de estas elaboraciones en relación a la bibliografía, a continuación comenzaremos a desandar los conceptos que conforman el corpus teórico de la tesis.

Un concepto vital que se abordará será el de **subjetividad**. En principio, nos apoyaremos en el concepto de subjetividad propuesto por Ana María Fernández (2006), en tanto éste plantea que la subjetividad es una *producción* y no una estructura o entidad instituida que, ante determinados procesos, sufriría una serie de cambios y transformaciones. Más que pensar entonces a partir de *rupturas* en la subjetividad o en la identidad, nuestro punto de partida es el siguiente: la subjetividad es una instancia procesual, abierta, en permanente devenir de acuerdo a las dinámicas de afectación entre los cuerpos (individuales y colectivos) y las mutaciones del campo social e histórico. Así define Ana María Fernández la producción de subjetividad (2006:9): “Con la noción

de producción de subjetividad aludimos a una subjetividad que no es sinónimo de sujeto psíquico, que no es meramente mental o discursiva sino que engloba las acciones y las prácticas, los cuerpos y sus intensidades; que se produce en el entre con otros y que es, por tanto, un nudo de múltiples inscripciones deseantes, históricas, políticas, económicas, simbólicas, psíquicas, sexuales, etc. Con el término producción aludimos a considerar lo subjetivo básicamente como proceso, como devenir en permanente transformación y no como algo ya dado. No se trata de un sujeto interior y un social histórico exterior a los que habría que tratar de poner en relación. Se trata de pensar la dimensión subjetiva que se produce en acto y que construye sus potencias en su propio accionar”.

Asimismo, en la tesis utilizaremos la noción de *dispositivos productores de subjetividad*. Básicamente, de acuerdo a mi objeto de estudio, concibo a los medios de comunicación como los dispositivos fundamentales en la producción de la figura del consumidor. Así lo define Ignacio Lewkowicz (1999, 211): “Las prácticas productoras de subjetividad son las prácticas que instauran unas operaciones en la carne humana. Las prácticas productoras de subjetividad, si se estandarizan, dan lugar a lo que llamamos dispositivos de producción de subjetividad. Las operaciones que instaura un dispositivo no son las que él mismo hace. Son las que obligan a hacer a un individuo para permanecer, para pertenecer, para ser un habitante de un dispositivo. La pura existencia del dispositivo exige una serie de operaciones subjetivas para habitarlo”.

Esta definición nos permite incluir también una concepción de los **medios de comunicación** en tanto máquinas discursivas o dispositivos de enunciación que nos obligan a realizar determinadas operaciones para habitarlos. Esas operaciones que estamos obligados hacer, porque de lo contrario nos quedamos por fuera del discurso (mediático), por fuera del lazo, nos constituyen subjetivamente” (Corea, 2000: 5). Con discurso, en este trabajo, se “designa el conjunto de prácticas comunicativas, comerciales y técnicas que funcionan como condiciones de producción de los medios masivos. Tales prácticas instituyen unas condiciones de recepción específicas del discurso. Para entrar en ese universo de discurso, los sujetos están obligados a realizar una serie de operaciones. Esas operaciones producen un tipo de subjetividad específica: la del espectador o consumidor” (Corea, 1999: 53).

Respecto a la crisis de la soberanía del Estado-nación y el advenimiento de las

sociedades de mercado, utilizamos los planteos de Miguel Benasayag (2001: 54): “La economía, las llamadas “ciencias económicas”, como es sabido, no existen en todas las culturas y civilizaciones. Por supuesto que podemos identificar en casi todas las culturales, a través de la historia, lo que más bien podríamos llamar “hechos económicos”. Estos engloban la existencia, precoz y permanente, de un mercado, o incluso de intercambios más o menos complejos, que incluyen, a menudo, la mediación y, por ende, la existencia de la moneda. (...) La existencia de mercados no puede identificarse con la emergencia “del mercado” centralizado y liberal, tal como lo conoce nuestra civilización. Entre hechos económicos y “economía”, entre mercados e intercambios y “sociedad de mercado”, existe un “momento”, un espacio: el momento histórico y el espacio de la profunda separación de lo económico con respecto a la sociedad, hasta devenir un hecho o un conjunto de hechos autónomos de la sociedad que Polanyi describe como des-socialización de la economía”. A partir de este planteo, Miguel Benasayag (2001) realiza una diferencia entre las sociedades con mercado y las **sociedades de mercado**. Si se efectúa un rastreo a lo largo de la historia se puede determinar, más allá de las diferencias de época, que los hechos económicos fueron tratados a través de estructuras y modos de organización al interior de lo social de cada cultura. La gran reformulación de nuestra época, señala Benasayag, se desencadena cuando lo económico se autonomiza de la sociedad para sobrevolarla y determinarla. El hombre queda reducido a la esfera económica, y ya entonces no se trata de una sociedad que organiza intercambios económicos mediante un mercado, sino de una sociedad regida por los imperativos de un mercado global.

Estrechamente vinculada con la crisis de la hegemonía del Estado, en la tesis se utilizará la noción de **meta-institución**. Así la definimos: ¿Qué significa que el Estado haya sido una meta-institución? “Significa que es condición de existencia institucional, principio general de consistencia, articulador simbólico que dona sentido a las situaciones que son parte de esa lógica. Si el Estado-Nación es condición de existencia institucional, principio de consistencia, y articulador simbólico, implica que el Estado es el marco organizativo donde la transcurre la vida. En la lógica nacional, fuera de ese universo meta-institucional, no hay existencia socialmente instituida” (Lewkowicz, 2003: 38).

Asimismo, para poder pensar las transformaciones en la década de 1990 trabajadas por Marcos López, analizamos la destitución de la figura del **ciudadano** y

el advenimiento del **consumidor** como figura subjetiva dominante en la sociedad actual. Para distinguir ambas figuras, utilizamos el planteo de Ignacio Lewkowicz (2004, 25): Al ciudadano “se lo puede definir como sujeto de la conciencia: de la conciencia política, de la conciencia moral, de la conciencia jurídica, en definitiva, sujeto de la conciencia nacional. El ciudadano es el sujeto instituido por las prácticas propias de los estados nacionales: escolares, electorales, de comunicación. (...) El ciudadano, entonces, se establece como el soporte subjetivo de los estados nacionales. El Estado se apoya sobre la nación que se apoya sobre los ciudadanos”. Por su parte, respecto al consumidor, Lewkowicz (2004: 36 y 37) plantea lo siguiente: “La ley fundamentada en un pueblo de ciudadanos ya es ficticia. Emerge una ley fundada en otra ficción naciente pero oscura, que retroactivamente vuelve ficticia la legitimidad nacional de la legalidad constitucional. En el agotamiento ficticio de la verdad del ciudadano, el consumidor aparece como nueva fuente de razón y justicia. (...) La soberanía no emana ya del pueblo sino de la gente. La gente ya no son los ciudadanos sino los consumidores. Si el consumidor se inviste como soberano, la ley será la ley de consumo.

En lo que respecto a determinados conceptos ligados al campo artístico, utilizaremos la noción de *kitsch*. En el caso de uso que le da Marcos López para mostrar los noventa, nos referimos a lo siguiente: “Su obra recuerda el peso de la estética del mal gusto en la cultura menemista y recuerda también la cualidad excepcional de un discurso político en tal ámbito” (González 2008). Al mismo tiempo, debemos tener en cuenta que lo kitsch por onomástica es una característica propia del arte moderno. El fotógrafo y director de cine Arias Zuñiga (2007) expone que lo kitsch se hizo presente en el arte contemporáneo como una conjunción de “híbrido” y “mixtura”. Kitsch es “lo ritual y lo popular adosado a los gustos desmesurados, es yuxtapuesto al mal gusto o la ironía y el absurdo. Abraham Moles (1971) describe cinco características que definen lo *kitsch*: primero, la inadecuación como un producto que está bien acabado pero su concepción original está tergiversada. En segundo lugar, la acumulación característica propia del barroco que rompe con el estilo clásico. En tercer lugar, la percepción sinestésica, esto significa que al encontrarnos con un objeto kitsch se activan todos los sentidos. En cuarto lugar, la mediocridad dado que el *kitsch* es considerado un atributo propio de las masas. En quinto lugar, como última característica, el confort relacionado con la cercanía de estos objetos al alcance de todos.

CAPÍTULO I:

LA FOTOGRAFÍA

La dimensión fotográfica

Para poder introducirnos en la obra del fotógrafo Marcos López sobre la década del 90', es indispensable hacer una breve historia del nacimiento de la fotografía y, fundamentalmente, incluir una serie de análisis sobre su función social y comunicativa.

La fotografía es la técnica y el arte de obtener imágenes a través de la luz que luego se imprime sobre un material fotosensible. Fotografía proviene de dos palabras griegas: *phōs*, que se traduce como luz, y *graf*, que se significa conjunto de líneas o escritura. Los dos términos juntos se traducen como dibujar con luz. El científico francés Joseph Nicéphore Niépce fue quien consiguió en 1826 la primera imagen fotográfica utilizando el principio de la cámara oscura: las imágenes ingresaban a una caja por un pequeño orificio y eran reflejadas de manera inversa en una superficie donde se imprimían a partir del uso de sustancias sensibles a la luz. Niépce obtuvo las primeras imágenes captadas desde la ventana de su propiedad por la cámara oscura y las imprimió sobre metal y piedra utilizando betún de judea, inaugurando un procedimiento al que llamó heliografía (escritura al sol). Esta fotografía llevó mucho tiempo de exposición para tomarse. Demandó varias horas de espera para que esa imagen se fijara sobre el metal. Razón por la cual, años más tarde, Niépce decidió asociarse con el escenógrafo francés Louis Daguerre para hacer el proceso más efectivo. Daguerre estaba obsesionado con poder fijar las imágenes que se veían al interior de la cámara oscura pero sin pasar por el dibujo¹. Tras muchos años de experimentación descubrió que la mezcla de sales de plata y tiza se oscurecía con la exposición a la luz. Fue así que logró en 1837 imprimir las imágenes en papel. A este proceso se lo denominó “daguerrotipo”, dándolo a conocer al mundo en 1839.

En tal sentido, la fotografía es el resultado de varios descubrimientos, experiencias y distintas ciencias² que han trabajado para que exista tal como la

1 Las imágenes que se fijaban sobre metal eran pasadas al papel mediante la técnica del dibujo.

2 Vale mencionar que muchos años antes de estos descubrimientos científicos que dieron lugar a la fotografía, Aristóteles ya hablaba de la experiencia de la luz reflejada sobre una superficie plana.

conocemos hoy: la matemática, la física, la química, la óptica, la ingeniería, tanto como la economía y las ciencias sociales. Desde sus inicios la fotografía ha sido una disciplina en continuo devenir tanto por sus cambios a nivel técnico (desde el fotograbado, el daguerrotipo, los negativos, la película fotográfica en blanco y negro y a color, las cámaras portátiles, la fotografía instantánea, hasta la fotografía digital) como por los diferentes usos que se la ha dado: la fotografía familiar, el fotoperiodismo, la propaganda política, la fotografía publicitaria, el fotoarte, entre tantos otros. Se suma también que fue la fotografía la que dio lugar al nacimiento de otros canales de comunicación tan importantes como el cine y la televisión.

Fotografía como medio de comunicación social

Una de las características fundamentales del hombre ha sido su deseo y capacidad para comunicarse, para interactuar e intercambiar "a través de diferentes medios significados, informaciones y experiencias con sus prójimos (Raymond Williams, 2000: 19). El lenguaje es la capacidad que posee el hombre para comunicarse. Cualquier sistema u organización de signos que tiende a representar o designar otro objeto externo al sistema mismo puede ser considerado lenguaje. Por 20 mil años existieron pinturas, murales, durante cerca de 2500 años se utilizaron inscripciones en roca y hace aproximadamente 700 años la pintura se enmarca para adornar paredes en las casas (Pettersson, 1993). La fotografía, en tal sentido, sigue la tradición iniciada por la pintura aunque con un plus determinante: su capacidad de ser reproducida. En términos históricos, una vez transcurrida la Revolución Francesa, la burguesía comenzó a reflejarse a través de la fotografía; al tiempo que la fotografía se sostuvo económicamente como consecuencia de una cada vez más creciente demanda burguesa. Los integrantes de esta clase social buscaban retratarse del mismo modo que la aristocracia lo hacía con la pintura. De hecho, la composición visual de la imagen es la misma, sólo que, en el caso de los retratos fotográficos, la burguesía tenía a su favor la posibilidad de reproducirla. De esta forma podían enviar a sus familiares que residían en otros países copias del retrato familiar para destacar su posición de clase. La imagen no sólo colgaba en las paredes de las casas sino que podía ser vista por otros como prueba de estatuto social. Elizabeth

Martínez de Aguirre (2005: 5) sostiene que "el álbum de familia guarda -en el espacio de un registro alegórico- los acontecimientos vividos cronológicamente y organiza un relato del tiempo o una novela de identidad que narra las peripecias de los sujetos y sus vínculos desencadenando múltiples discursividades tendientes a consolidar lo que Pierre Bourdieu, en otro de sus trabajos, ha denominado la ilusión autobiográfica". Hacia 1850, por ejemplo, se multiplicó en las capitales europeas la cantidad de estudios fotográficos que practicaban retratos y se convirtió en moda el retrato de celebridades: políticos, comediantes y artistas que pasaban por los estudios más importantes y ostentosos. Material visual que también solía ser publicado en la prensa frívola de la época.

Según lo establece Roland Barthes, a diferencia de la pintura, la fotografía permite una doble operación: actúa de realidad y de pasado, en tanto nunca se puede negar en la fotografía que la cosa ha estado allí³. La fotografía es literalmente una emanación del referente (Barthes: 1990). Por su parte, Berguer (2005:68) considera que "lo que hacen las fotografías en el espacio exterior a nosotros, se realizaba anteriormente en el marco del pensamiento". A este respecto, Susan Sontag (Berguer 2005: 70) aclara: "En cierto modo, Proust no supo ver que las fotografías no son tanto un instrumento de la memoria como una invención o un sustituto de ésta". La fotografía deja una huella de lo real, son reliquias del pasado, son registros visuales de lo que ha sucedido. La imagen lleva implícita el noema "esto ha sido, esto es". De hecho, para Barthes (2012: 29) "la fotografía no dice (forzosamente) lo que ya no es, sino tan solo y sin duda alguna lo que ha sido. La esencia de la fotografía consiste en ratificar lo que ella misma representa". La fotografía nos dice algo, nos muestra algo que está ahí, algo que existe y supo estar al momento de ser fotografiado. Es decir, ocupa la función de documento histórico. Para Bourdieu (1989: 28,29) "lo que la fotografía reproduce al infinito únicamente ha tenido lugar una sola vez: la fotografía repite mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente". La fotografía, en definitiva, nos comunica algo que ha sucedido y se convierte en prueba de que eso ha ocurrido. Hace que el pasado se vuelva visible. Afirma Martínez de Aguirre (2005: 5): "Si la fotografía ha podido constituirse en uno de los instrumentos privilegiados de la memoria social ha

3 Los avances tecnológicos en las últimas dos décadas han tensionado esta tesis esgrimida por Roland Barthes. Los cada vez más sofisticados programas de edición -con el Photoshop como estandarte- permiten la manipulación de las imágenes, incluyendo la posibilidad de eliminar o incluir nuevos cuerpos u objetos.

sido, entre otras razones, porque ha asumido la función normalizadora que la sociedad también le confía a los ritos funerarios: en una operación de registro de lo vivido, reavivar la memoria de los desaparecidos y la de su desaparición".

Por lo tanto, la invención de esta nueva tecnología de la imagen trajo consigo grandes cambios en nuestros hábitos culturales y en nuestra subjetividad. En principio porque revolucionó profundamente la concepción de la comunicación, la representación y el conocimiento que teníamos antes de ella (Aguirre, Biselli, Marengo, 2000:35). Desde su nacimiento la fotografía se ha convertido en uno de los actos comunicacionales por excelencia dada su efectividad y por su capacidad de síntesis. Dice Barthes (Rigat, 2012: 166): "'la foto es literalmente una emanación del referente". Y explica: "la foto no es una copia de lo real sino una emanación de lo real en el pasado... Lo importante es que la foto posee una fuerza constatativa y que lo constatativo de la fotografía ataña al objeto y no al tiempo... el poder de autenticación prima sobre el poder de representación". Aún con la palabra escrita de por medio (en el caso de los diarios, libros y revistas) la fotografía termina por anclar esa historia que se narra poniéndole caras a las personas, mostrándonos un lugar, una situación, un momento histórico. Como señala Sontag (1975:21), "la fotografía documenta (en el caso de la historia), acusa, incrimina (en el caso de los reportes policiales), sirve también de prueba incontrovertible cuando dudamos de que algo pasó. En definitiva, establece una relación más visible con el objeto real que cualquier otra cosa que busque representarlo".

El fotorreportaje

La fotografía como medio de comunicación social tuvo que alcanzar su estatus lentamente. Un primero paso, en este sentido, fue su utilización en los campos de batalla. La guerra de Crimea (1854-1855) es el primer conflicto que los fotógrafos cubrieron de manera continuada. Se trataron de imágenes que, como consecuencia de los largos tiempos de exposición necesarios, se limitaban a ruinas, campos de batalla y cadáveres de soldados que comenzaron a aparecer en los periódicos acompañando las noticias. En este sentido, la cobertura más completa en un campo de batalla fue durante

la guerra de Secesión, si tenemos en cuenta que se trató de cuatro años de conflictos que dejaron miles de imágenes registradas por fotógrafos autorizados a moverse durante los combates.

Sin embargo, los avances técnicos permitieron el nacimiento del fotorreportaje, cuyo primer territorio de experimentación, como decíamos, fue la guerra. En 1878, el norteamericano Eadweard Muybridge⁴ utilizó un revolver fotográfico logrando captar a razón de una imagen por segundo el galope de un caballo, dando lugar a un importante avance que, un tiempo después, incluyendo una serie de nuevos ajustes, posibilitó la fotografía instantánea.

Hacia 1925, las cámaras de fotos se hicieron más livianas y manejables: los alemanes sacan al mercado la cámara Leica, revolucionaria por su formato de 35 mm. Las cámaras más fáciles de transportar y la toma instantánea permiten registrar imágenes espectaculares durante los combates. El público comienza a sentirse atraído por estas fotografías que testimonian las muertes y son estratégicamente explotadas por los diarios. Así nace la fotografía entendida como reportaje. El más famoso y difundido fue el de Robert Capa, quien es considerado el corresponsal de guerra gráfico más importante del siglo XX. Con su Leica tomó la legendaria fotografía del momento justo en el que un miliciano de la Guerra Civil española es alcanzado y herido por una bala franquista. “Muerte de un miliciano” fue tomada en el frente de la ciudad de Córdoba el 5 de septiembre de 1936 y reproducida en la mayoría de los libros sobre la Guerra Civil. La composición perfecta de la toma produjo tal revolución al ser difundida en los diarios que incluso se dudó de su autenticidad.

La fotografía como reportaje pasa a ser un instrumento complementario de la escritura dado que hasta ese momento la palabra era la única forma de registro posible en el periodismo gráfico. De ahí en más desempeñará un papel documental considerado como indispensable en tanto logra mostrar a través de la imagen lo que ocurre en el mundo. Todavía más: la fotografía es capaz no sólo de reflejar episodios de la realidad sino de transformarse en un medio de construcción misma de la realidad. “La invención de la cámara ligera hizo que sacar una fotografía dejara de ser un ritual y se convirtiera en un reflejo. Con el fotoperiodismo el texto empieza a seguir a las imágenes en lugar

4 Eadweard Muybridge (1830-1904). Fotógrafo e investigador nacido en Gran Bretaña que inventó un obturador mecánico con el que se lograba un tiempo de exposición récord de 1/500 de segundo. Sus experimentos sobre la cronofotografía sirvieron de base para el posterior invento del cinematógrafo.

de ser a la inversa” (Berguer 1992: 69). La foto comienza a tener un peso suficiente como para transformarse en la propia historia periodística. Es decir, no se requiere indispensablemente un texto que ancle la imagen sino que la imagen puede ser en sí misma la noticia.

Tal como decíamos, a principios de siglo XX, con la evolución de las técnicas y el perfeccionamiento del proceso de reproducción mecánica, nace el oficio del reportero gráfico (Bauret 2010: 39). En el período de entre guerras la fotografía se afirma y se extiende al punto tal que después de la Segunda Guerra Mundial, Robert Capa junto a otros reporteros gráficos como Henry Cartier Bresson (considerado su discípulo), George Rodger⁵ y David Seymour⁶, fundan la agencia Magnum Photos para proteger sus derechos de autor y sus trabajos frente al avance de otros medios como la televisión. Siguiendo con la labor de Capa, Cartier Bresson, considerado el padre del fotorreportaje, acuñó la idea del “instante decisivo”: alinear la cabeza, el ojo y el corazón en el mismo momento en el que se desarrolla el clímax de una acción. La fotografía deja de ser un recurso meramente técnico: con el fotorreportaje aparece la fotografía de autor. Así aparecen estos grandes nombres de la historia de la fotografía: Robert Capa, Henry Cartier Bresson, André Kertész, Man Ray, Hemut Newton, entre otros.

La fotografía como obra de arte

Hacia 1840 el interés que comienza a mostrar la prestigiosa Academia de Bellas Artes por la fotografía modifica su estatus. Esta institución considera como arte esta disciplina en tanto las fotografías eran similares a los dibujos de grandes artistas de la época (Bajac, 2011). Un dato significativo es que una década más tarde empiezan a formarse

5 George Rodger (1908-1995). Fotoperiodista de origen inglés. Trabajó para la BBC y fue el único fotógrafo independiente en tomar fotografías de la liberación de los campos de concentración en 1945. Para la revista Life cubrió las guerras del oeste de África. Tras ella no volvió a trabajar como corresponsal de guerra.

6 David Seymour (1911-1956). Nació en Varsovia, estudió arte y fotografía en Polonia y Rusia. Como antifascista fotografió en 1936 el horror de la guerra civil. En la segunda guerra mundial se nacionaliza como norteamericano y trabaja como fotógrafo e intérprete para el ejército. Documenta los efectos de la guerra en los niños y publica en 1949 el libro “Children of Europe”.

los primeros clubes de fotografía destinados a facilitar el intercambio de información acerca de esta nueva disciplina. Dichas organizaciones estaban integradas por los retratistas de la época más realizados por las clases sociales altas, los letrados, escritores, científicos y artistas. A esto se le suma el gran interés hacia la fotografía manifestado por la reina Victoria y el príncipe Alberto en Inglaterra y por Napoleón III en Francia, que contribuyó a difundir la afición por la nueva técnica entre las clases dirigentes (Bauret 2011:96).

Sin embargo, para 1860 la mayoría de los intelectuales que trabajaban para darle a la fotografía el estatus de obra de arte se dispersaron por distintos motivos. Al tiempo que se sumaron las duras críticas de un círculo de intelectuales, entre ellos el poeta y crítico de arte Charles Baudelaire, quien señalaba que esta nueva industria de la fotografía contribuía a arruinar lo poco que quedaba del divino espíritu francés. En este período quedaron como defensores únicamente un grupo de fotógrafos comerciales que no hacían más que copiar recetas estereotipadas sin desplegar ningún talento artístico (Bajac 1992:107).

En esta segunda mitad del siglo XIX nace un tercer movimiento denominado pictoralismo, término que deriva de la palabra en inglés *picture* (imagen, cuadro, pintura). Este grupo consideraba vulgar la fotografía de aficionados y se levantaba en contra de las copias de laboratorio que podían ser reproducidas innumerables veces. Contrariamente a la concepción academicista, la consideraban un arte como cualquier otro (pintura, escultura, etc.) y renunciaban a la imitación como técnica. Los pictoralistas buscaban una imagen alterada de lo que registraban y no una mera reproducción idéntica de la realidad. Es por eso que trataban de lograr principalmente el efecto *floue*, que consistía en una imagen borrosa o de poca nitidez. Para esto utilizaban filtros, pantallas, al tiempo que jugaban con la iluminación y hasta recurrían a elementos no fotográficos para obtener una imagen con algunos puntos de desenfoco y/o poca nitidez. Los temas más trabajados por los pictoralistas fueron escenas de paisajes, con días de lluvia o nublados, que colaboraban en lograr ese efecto *floue*. Lo mismo en el caso de retratos femeninos y escenas como alegorías de figuras clásicas. Los pictoralistas trabajaban sobre todo en el proceso de revelado y positivado de la imagen y no tanto en la toma. Utilizaban distintos procedimientos para intervenir los negativos y

así alcanzar distintos efectos⁷: a través del rayado y el degradado convertían a la imagen en una pieza única que no podía ser reproducida. El negativo se usaba varias veces pero daba lugar a obras diferentes. Algunos pictoralistas incluso destruían los negativos para evitar su reproducción. El principal teórico de este movimiento artístico fue Peter Henry Emerson⁸, quien argumentaba a favor de este retrabajo manual de la fotografía y buscaba posicionarla en el lugar de una expresión artística como cualquiera otra. Frente al pictoralismo internacional, sin embargo, aparece Alfred Stieglitz, un fotógrafo estadounidense que luchó para dar a la fotografía el estatus de obra de arte. Stieglitz no acordaba con las ideas de los clubes de fotógrafos de la época y se dedicó a estudiar la pintura para luego encontrar las particularidades de la fotografía. En este punto se diferenciaba del pictoralismo que todavía tenía puesta su mirada en la pintura. Organizó exposiciones, abrió una galería y fundó la revista *Camera Work*, en cuyas páginas proponía la fotografía directa y manifestaba su punto de vista sobre el arte en general. La fotografía es considerada como un acto espontáneo que mantiene una relación directa con la realidad. Una imagen espontánea inspirada en la vida. Es así que Alfred Stieglitz, Henry Cariter Bresson, Edward Weston⁹, André Kertész¹⁰, entre otros, son quienes prolongarán el alcance de la fotografía entendida como obra de arte. Ellos dejan valorarlo en tanto mero proceso químico y empiezan a realzar la mirada y el punto de vista del autor como el factor constitutivo y esencial. En este sentido, Walter Benjamin (Bauret 2011: 88) manifiesta que el espíritu se expresa a través de la sensibilidad del ojo. La historia de la fotografía tiene que ver con la evolución de ese espíritu sensible determinado según cada época. Sontag, por su parte, fundamenta la desconfianza hacia

7 Los pictoralistas fueron unos avanzados en lo que refiere a la edición de los negativos de forma manual, aplicando distintos tipos de técnicas y sustancias para alterar los resultados.

8 Peter Herry Emerson Cuba (1856-1936). Fotógrafo inglés que defendió el papel de la fotografía como arte que posee sus propios recursos creativos utilizando presupuestos naturalistas. Fue un defensor de la toma de fotografías al natural

9 Edward Weston (1886-1958). Fotógrafo estadounidense. Utilizó el primer plano en tomas naturales para obtener formas poco corrientes, los objetos en sus tomas terminan por convertirse en otra cosa. Realizaba tomas directas y en blanco y negro.

10 André Kertész (1894 -1985). Fotógrafo húngaro. Se destacó por sus composiciones fotográficas y por sus esfuerzos en establecer un ensayo fotográfico. Trabajaba con ángulos poco ortodoxos y tenía un estilo muy personal. En París formó parte del movimiento dadaísta y a pesar de los premios que obtuvo durante su carrera el público y la crítica no valoraba su trabajo.

la fotografía en cuanto obra de arte dado que "nada es menos característico de la sacrificada labor de un artista que la supuesta facilidad de la fotografía, que implicaría tan sólo un simple movimiento para un acceso instantáneo a lo real" (Sontag 1975: 231).

Esta serie de tumultuosas discusiones y experimentaciones a lo largo del siglo XX, convergieron en un movimiento que elevó la fotografía a la categoría de arte con verdaderas propuestas rupturistas. Andy Warhol, padre del *Pop Art*, y otros autores, adoptaron este soporte como medio de expresión, siguiendo la tradición del mítico Robert Capa. Estos artistas toman elementos de los autores clásicos y los reinterpretan mixturando técnicas y soportes. Esta consagración definitiva de la fotografía entendida como obra de arte ha hecho que ocupe un lugar privilegiado en museos y galerías junto a la pintura y a otras formas de expresión contemporáneas, al punto de ser considerada un octavo arte.

La fotografía: una obra abierta

La fotografía implica una doble condición: permite diferentes recortes de la realidad por parte del fotógrafo y también supone múltiples interpretaciones de quien aprecia las fotografías. Una vez que la imagen llega al espectador, ofrece la posibilidad de distintas lecturas. Al igual que una obra literaria o de una pintura, la fotografía también es una "obra abierta". Umberto Eco (Pavlosky, De Brasi 2000) afirma que "el autor produce una forma conclusa en sí misma con el deseo de que tal forma sea comprendida y disfrutada como él la ha producido, no obstante en el acto de reacción a la trama de los estímulos y de comprensión de su relación, cada usuario tiene una concreta situación existencial, una sensibilidad particularmente condicionada, determinada cultura, gestos, prejuicios personales, de modo que la comprensión de la forma originaria se lleva a cabo por cada reacción individual". Cada imagen será "vista" de acuerdo a los modos de pensar, ver y sentir que determina su estatus social, su grupo, su historia: puede agradar, desagradar, impactar, emocionar, dependiendo del habitus del espectador. Siguiendo este planteo, Eduardo Pavlosky y Juan Carlos de Brasi ("Lo grupal. Devenires. Historias", 2000) afirman que "una obra de arte, forma completa y cerrada, en su perfección de

organismo perfectamente calibrado, es asimismo abierta, posibilidad de ser interpretada de mil modos diversos sin que su irreproducible singularidad resulte alterada”.

Por su parte, vale la pena reproducir esta larga cita de Martínez de Aguirre (2012: 3). quien afirma que esa imaginaria noción de transparencia y universalidad del medio fotográfico entró prontamente en tensión con la complejidad del dispositivo fotográfico que incluyó las condiciones de interpretación y circulación social de las imágenes, dando lugar a las políticas de las imágenes: "La fotografía pasará a considerarse, entonces, como una metáfora de la aspiración democrática del mundo convirtiéndose -sí, es cierto- en un "duplicado" pero del orden cultural y no de la naturaleza referencial que también representa -y de manera codificada- mediante los artificios del lenguaje visual. No se trata ya de ver en ella un “calco” de lo real sino de apreciar su capacidad performativa: una manera de mostrar el mundo socio-político y socio-cultural y de intervenir en él".

Como dijimos anteriormente, la interpretación y la lectura que los receptores harán de una fotografía tendrá que ver con su habitus. El habitus, según la definición de Pierre Bourdieu (1972: 178), implica "un sistema de disposiciones durables y transferibles -estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes- que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir". Desde esta perspectiva, nuestras formas de mirar y pensar una fotografía estarán determinadas por las estructuras y posiciones sociales en las que estamos insertos. En un estudio sobre la fotografía, Bourdieu y sus colaboradores llegaron a la conclusión que los gustos del público -si las fotos eran lindas o feas, por ejemplo- estaban determinados tanto por el nivel educativo de las personas como por su ocupación (Bourdieu 1962). Incluso en el caso de las fotografías familiares, Bourdieu afirma: "Nada tiene más reglas y convenciones que la práctica fotográfica y las fotografías de aficionados".

Tomando la fotografía como obra abierta podemos pensar en la teoría desarrollada por Roland Barthes en su libro “La cámara lúcida”. En dicha publicación, se introducen dos elementos decisivos: el *studium* y el *punctum*. El *studium* implica el significado universal, más literal de una imagen fotográfica. Mientras que el *punctum* se vincula con los significados estrictamente personales, íntimos, que una imagen produce en cada uno de los observadores. Se trata de esos pequeños detalles que emocionan en

tanto significan algo para mí y para nadie más. El sentido de obra abierta que introducíamos a partir de Eco está vinculado directamente con el efecto *punctum* que describe Barthes. Son esas conexiones sensibles que provocan una imagen al entrar en conexión con nuestro mundo interior y nuestra historia sensible.

En esta tesis puntualmente nos interesa analizar cómo utiliza Marcos López toda una serie de recursos para retratar la década de 1990. Pero para cumplir con este objetivo, se torna imprescindible poder describir y analizar cuáles fueron las características de este período reciente de la historia de nuestro país.

CAPÍTULO 2:

LA DÉCADA DEL NOVENTA

De la vigencia del Estado-nación al mercado neoliberal

Para poder analizar la obra de Marcos López y la década del 90', es importante comprender el contexto político de la Argentina dado que cada una de nuestras formas de ver y sentir se vincula con las condiciones sociales, económicas, políticas y culturales de la sociedad en la que nos hemos desarrollado. Una vez entendidas las lógicas que rigen el contexto en el cual se desarrolla la obra de López, podremos analizar los recursos utilizados por este artista para retratar una década.

Uno de los grandes debates del fin del siglo XX en el mundo occidental y en Argentina en particular, es el papel del Estado dentro del contexto de una economía cada vez más globalizada. Desde sus comienzos el sistema neoliberal fue un orden en permanente y rápida expansión que logró constituir un mercado mundial y alterar radicalmente la estructura social de los países, especialmente del Tercer Mundo, provocando la crisis de los Estados Nacionales. Uno de los procesos más importantes que transformó la vida social en la década de 1990 fue justamente lo que se denominó el agotamiento de la soberanía del Estado-Nación frente al avance de las lógicas impuestas por el mercado neoliberal. Se produjo una crisis del Estado-nación (Lewkowicz, Cantarelli, 2003) entendido como aquella meta-institución¹¹ donadora de sentido de la vida social y como instancia hegemónica en la producción de subjetividad. Se trató de la reconfiguración de esa capacidad única, soberana, de dictar sus propias políticas económicas, informativas, culturales, sociales, monetarias, etc.-, que supo detentar el Estado sobre el territorio nacional a lo largo de su historia.

Pero analicemos este proceso propio de la década de 1990. La escuela, la familia, el hospital, las fábricas nacieron como las organizaciones base de la maquinaria estatal. Al interior de éstas se forjaba la subjetividad ciudadana. La crisis del Estado Nación provoca el estallido de estas instituciones que funcionaban bajo su órbita (Lewkowicz,

11 La noción de meta-institución refiere a que el Estado-nación se constituyó como la institución madre de las instituciones (familia, escuela, hospital, psiquiátrico, cárcel, etc.) cuando el Estado deja de funcionar como tal los ciudadanos pierden el sentido de la vida en comunidad, no son capaces de forjar esa subjetividad ciudadana necesaria para la vida en conjunto.

Cantarelli 2003). La subjetividad ya dejó de ser moldeada y producida únicamente por las instituciones estatales, para pasar a estar determinada básicamente por las prácticas de consumo, los medios de comunicación y la sociedad del espectáculo -volveremos sobre este punto. Sin un Estado capaz de organizar la vida social, el mercado neoliberal avanzó rápidamente transformando las condiciones de existencia. Del mundo reglado que imponía la vida estatal se produjo un pasaje hacia un escenario en permanente cambio que impusieron las dinámicas mercantiles. Esto se debe a que el mercado, a diferencia del Estado, no regula ni articula simbólicamente nada. Únicamente genera contactos transitorios necesarios para la valorización del capital. Una vez agotados los recursos de un territorio, los flujos financieros se fugan dejando tras su marcha una zona desértica. El capital financiero -flujo principal en el neoliberalismo- sostiene su rentabilidad en base a la posibilidad de trasladarse a una velocidad vertiginosa de un lado a otro del planeta a través de las redes informáticas. Ahora bien, vale aclarar que el Estado-nación no desapareció en los 90' sino que pasó a ser un administrador de las nuevas tendencias mercantiles. El Estado neoliberal se fue desentendiendo progresivamente de las poblaciones y territorios y se transformó en un ente cuyo principal fin fue generar las mejores condiciones para el arribo de capitales financieros. La expulsión social fue la consecuencia trágica que provocaron estas operatorias mercantiles. Así lo determina el Colectivo Situaciones (2002: 23): "La violencia que acompaña al capitalismo toma la forma de un suelo fragmentado e inconexo de instituciones, prácticas, discursos y representaciones y la emergencia de la división fundamental de incluidos y excluidos". Por su parte, para Néstor García Canclini la economía de mercado significa la pérdida de peso de los organismos locales y nacionales en beneficio de los conglomerados empresariales de alcance transnacional.

Decíamos: el Estado-nación se sustenta sobre una figura subjetiva: el ciudadano. O dicho de otra manera: el Estado se apoya en una nación conformada por ciudadanos. En la década de 1990, sin embargo, se pone en escena el agotamiento de esta figura subjetiva. La constitución ciudadana se producía siempre en torno a un tercero, y ese tercero era la ley (estatal). No se era ciudadano a partir de la relación inmanente con un *otro*. Es decir, a partir del vínculo que se generaba con un semejante. Se era ciudadano en la medida en que dos personas que se interrelacionaban se sometían a un tercero trascendente: la ley del Estado (Duschatzky, Corea, 2002). Esa ley, erigida como una meta-institución, era quien dictaminaba la igualdad ciudadana. No por nada en múltiples

discusiones entre personas se escuchaba reclamar “*yo también soy un ciudadano ante ley, tengo tus mismos derechos*”. Esta ficción funcionó mientras la soberanía se producía bajo condiciones estatales. El pasaje hacia la soberanía mercantil derrumba dicho esquema. La universalización abstracta de los mercados hace emerger una nueva figura subjetiva: el consumidor. El mercado no piensa ni opera sobre un pueblo de ciudadanos sino por segmentos de consumidores. Una persona ingresa en la categoría de consumidor en la medida en que *consume* un objeto. Caso contrario, no lo es. La complejidad del caso justamente es que quien no consume no sólo deja de ser consumidor sino que pierde su *ser*. Por otra parte, a diferencia del ciudadano, que asumía derechos y responsabilidades frente a la ley estatal (al menos formalmente), el consumidor tan sólo concibe que tiene derechos: derecho a consumir.

A partir de la década del 90' el consumo generalizado llevó a ese consumidor a pensarse como sujeto tan sólo por el hecho de obtener nuevos objetos. Néstor García Canclini (1995) afirma que el consumo, producto de la globalización, ha generado una nueva concepción de las personas: la cantidad de bienes que uno tiene determina su estatus social. La formación del dispositivo neoliberal, que sirvió como forma de dominación social (Colectivo Situaciones, 2002) en la década de 1990 y primeros años del siglo XXI, no se constituyó de forma inmediata sino que recorrió un largo camino hasta reducir al hombre a una única motivación existencial: la económica, produciendo una separación entre economía y política. A diferencia de épocas anteriores que se caracterizaban por ser sociedades *con* mercado, en el neoliberalismo puro y duro se instaló una sociedad *de* mercado que supone el sometimiento de lo social a los flujos económicos (Benasayag, 2002).

El consumidor mantiene un vínculo con el espacio público distinto al que mantenía el ciudadano: “la calle que antes era un espacio socialmente compartido, es ahora un lugar que separa al consumidor de sus objetos de consumo al tiempo que genera la reclusión de los incluidos por miedo a los excluidos” (Lewkowiz-Cantarelli, 2003:62). La calle se desvanece como espacio político público.

Tal como decíamos, el mercado neoliberal se basa en la variabilidad constante de sus reglas. Nada permanece fijo. Las estrategias de marketing (publicidades, campañas televisivas, radiales y en la vía pública) producen la necesidad de cambiar nuestros objetos cada vez más rápido: la tecnología (televisión, computadora, teléfonos celulares, cámaras digitales), lo mismo sucede con la ropa y todo aquello que el mercado

promueve renovar una y otra vez. La adquisición de productos no agota esa necesidad creada sino que una vez adquirido un objeto se pierde el interés rápidamente y se regenera el deseo de adquirir otro más moderno. El mercado nos somete en una especie de círculo vicioso del cual resulta difícil mantenerse alejado. El consumo es quien organiza las conductas, las relaciones y las estructuras transformándose en una práctica esencial de nuestra cultura contemporánea.

Características de las políticas económicas neoliberales en la Argentina

La crisis que sufrió la Argentina a finales de la década de 1980 estuvo determinada por una fuerte crisis fiscal del Estado, un creciente endeudamiento externo y un proceso hiperinflacionario. El avance del sistema neoliberal, cuyo punto de partida fue el período dictatorial iniciado en 1976 y finalizado en 1983, produjo una transnacionalización de la economía al tiempo que el Estado perdía su capacidad de regulación. Vale mencionar el prólogo del “Quince años después”, escrito por el ministro de economía de la dictadura, José A. Martínez de Hoz (1991: 19): “Las orientaciones de desestatización, desregulación y apertura de la economía, además de la estabilización, fueron adoptadas por el gobierno a fines de marzo de 1976 en medio de una de las situaciones más difíciles de nuestra historia”. El poder comenzó a encarnarse en capitales extranjeros y en organismos internacionales como el FMI y el Banco Mundial. El 9 de Julio de 1989, el presidente Raúl Alfonsín entregó el mando al recientemente electo Carlos Saúl Menem. Ese traspaso se produjo seis meses antes de la fecha oficial debido a una formidable crisis marcada por la hiperinflación, los saqueos a tiendas y supermercados y una sangrienta represión que dejó múltiples muertos en todo el país. Con un Estado en bancarrota, la moneda licuada, los sueldos reducidos y un contexto de violencia social, quedó expuesta la incapacidad que en ese momento tenía el Estado para gobernar y hasta para asegurar el orden frente a las operatorias de sectores políticos y las corporaciones (Romero, 2001).

A través de las primeras medidas económicas, el presidente electo dejó prontamente en claro que la política se subordinaría a la economía. La primera ley en

sancionarse fue la de Emergencia Económica (Ley 23.697). Dicha ley implicó la suspensión por 180 días de los subsidios y subvenciones, los regímenes de promoción industrial, de promoción minera y el régimen de compra nacional. Además prohibió, por el mismo plazo de tiempo, efectuar contrataciones o designaciones de personal que podrían incrementar el gasto de la administración pública, y autorizaba el despido de empleados estatales. Otra de las leyes sancionadas por el presidente Menem fue la Ley 23.696 de Reforma del Estado, sancionada el 17 de agosto de 1989, que declaró la necesidad imperiosa de privatizar una extensa lista de empresas estatales y la fusión y disolución de algunos entes públicos. Las privatizaciones se sustentaron en fundamentos que van más allá de la transferencia de la propiedad de las empresas públicas al sector privado: supuso la equiparación de la actividad de la empresa pública con la privada, la desregulación o eliminación de trabas que impedían la entrada en el mercado de empresas privadas y la prestación privatizada de bienes y servicios sociales. El gobierno se concentró primero en la venta de la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (ENTEL) y de Aerolíneas Argentinas. En poco más de un año se privatizó la red vial, los canales de televisión, parte de los ferrocarriles, gas del Estado, la principal acería del país (SO.MI.SA) y las áreas petroleras. Las privatizaciones tenían por objetivo, según los argumentos de Roberto Dromi (Ministro de Obras y Servicios Públicos), obtener recursos para paliar el déficit fiscal y poder equilibrar el presupuesto del Estado dando más eficiencia a los servicios públicos. El futuro inmediato mostró la falsedad de sus argumentos.

En este marco, el Congreso Argentino aprobó en marzo de 1991 la Ley 23.928 de Convertibilidad, bajo la iniciativa del entonces Ministro de Economía Domingo Cavallo. La ley establecía una relación cambiaria fija entre el austral argentino (que luego será remplazado por la nueva moneda: el peso) y el dólar norteamericano como forma de controlar la hiperinflación que azotaba la economía del país en esos años. Además se prohibía al Poder Ejecutivo modificarla y emitir moneda por encima de las reservas, de modo de garantizar la paridad cambiaria. El Estado, que tantas veces había emitido moneda sin respaldo, se ataba las manos para convencer de sus intenciones a los grandes grupos y organismos multilaterales de crédito, a la vez que renunciaba a su principal herramienta de intervención en la economía (Romero, 2001). Los resultados inmediatos fueron exitosos: volvieron los capitales emigrados, bajaron las tasas de interés, cayó la inflación y mejoró la recaudación fiscal. La Argentina volvía a ser

confiable para los inversores. Esta Ley de Convertibilidad se complementó con una apertura desregularizada de las barreras aduaneras, provocando el ingreso masivo de productos importados a bajo costo que pusieron en crisis a la industria nacional, incapaz de competir con los precios extranjeros.

La bonanza económica inicial ocultó por un tiempo los aspectos más duros de las medidas tomadas por el gobierno durante la primera presidencia de Carlos Menem. El más notable fue el desempleo provocado por las privatizaciones de las empresas estatales. Paralelamente, las pequeñas y medianas industrias, que ya no podían competir con los productos extranjeros, se vieron obligadas a reducir personal para ahorrar costos, a incorporar maquinaria (que reemplazaban al trabajador) y mayormente cerraron sus puertas. En cuanto a los servicios prestados ahora por capitales extranjeros, las consecuencias también recayeron sobre los usuarios: se aumentaron las tarifas pero no se mejoró ni se mantuvo la calidad del servicio, al tiempo que se suspendió el servicio por falta de pago y conexiones ilegales para reducir pérdidas.

Durante la década del 90' se produjo un gran flujo de migraciones provenientes de países como Bolivia, Perú y Paraguay, dado que, atraídos por el beneficio cambiario como consecuencia de la igualación monetaria del peso con el dólar, la mayoría de las personas venía a trabajar para enviar dinero y sostener económicamente a sus familias. Al punto tal que, según el censo del 2001, la inmigración proveniente de estos países era de un 2,5%, siendo los paraguayos los que se ubicaron en lo más alto de la escala con un 0,9%. La Argentina ha sido históricamente un polo regional de atracción de migraciones laborales. Sin embargo, el arribo en los 90' de nuevos migrantes aumentó considerablemente, ubicando a los nuevos trabajadores en espacios específicos del mercado tales como servicio doméstico, la gastronomía, la construcción, el comercio, la agricultura a baja escala (quintas y huertas), principalmente.

La evolución económica del capitalismo argentino produjo un contraste entre la miseria y la riqueza fortaleciendo desigualdades flagrantes. El aumento del desempleo provocó un brutal crecimiento de la pobreza. Así analiza Cecilia Satriano (2006: 2) las políticas sociales de la época: “Se convierten en ámbitos de manipulación y clientelismo y el plano asistencial se recortó a una provisión directa de algunos bienes de consumo (cajas de ayuda alimentaria o tickets familiares) y puestos de trabajo precarizados”. Estas acciones focalizadas funcionaban como una forma de legitimación del sistema que mantenía la pobreza y el desempleo y que reemplazaba los derechos del ciudadano por

el clientelismo. Paralelamente hay que tener en cuenta que los organismos internacionales de crédito incentivaron al sector privado para que se hiciera cargo del gerenciamiento a nivel estatal condicionando los préstamos para realizar programas sociales.

A modo de resumen, podemos decir que el incremento de la pobreza en Argentina en la década del 90' es resultado de la caída del salario, la desigual distribución de los ingresos, la precarización de las condiciones laborales y el desempleo producto de la desindustrialización.

La estética *menemista*

De la mano de la degradación y el cierre de las industrias nacionales, el crecimiento fenomenal del desempleo, el consumo pensado como forma de vida hegemónica y la mediatización de la sociedad, la vida social se vacía de contenido. Todos estos elementos, sumados a una forma de gobernar y actuar de la clase política dirigente, sumergida en la frivolidad y los escándalos mediáticos, fundan una estética propia en la década de 1990 que vamos a denominar *menemista*. Esta cultura será retratada por Marcos López en sus obras llamadas Pop Latino y, especialmente, en Sub-realismo criollo.

Durante las dos presidencias de Carlos Menem, los medios de comunicación cobraron un papel protagónico y contribuyeron a crear una estética propia del líder riojano, cuya vida comenzó a verse reflejada en programas de televisión y en revistas del corazón. "Sin necesidad de montar la compleja maquinaria de la movilización callejera: le bastaba con responder a entrevistas radiales o visitar los programas de televisión más populares, opinar sobre los temas más diversos" (Romero 1994:281). La campaña, iniciada en 1989, apeló a los medios masivos de comunicación en el contexto de la eliminación de las fronteras internacionales de la economía, provocando una espectacularización que se alejaba de las modalidades propias de la política tradicional. Si bien Menem era apoyado por el peronismo clásico, sus métodos y formas de gobierno pronto dejarán de lado los ideales folclóricos del partido, fundando una nueva forma de hacer política, basada en los medios y la frivolidad. Giovanni Sartori (1998: 79) analiza

el alcance de lo que denomina la videopolítica: "La democracia ha sido definida con frecuencia como un gobierno de opinión (...), y esta definición deviene pertinente con el nacimiento de la videopolítica. Porque es cierto que la televisión es una fuente importante de creación de opinión. En la actualidad, el pueblo soberano "opina" sobre todo de acuerdo con la forma con la que la televisión le induce a opinar. El poder del video se convierte en el centro de todos los procesos de la política contemporánea por su capacidad de orientar la opinión". A sabiendas de esta creciente mediatización de la sociedad y la política, el candidato justicialista fue pionero en implementar una nueva forma de movilización y marketing capaz de atraer a las cámaras televisivas. Beatriz Sarlo (1994) afirma que el crecimiento de la televisión acompaña el proceso de transformación política, económica y representacional que se instaló en la Argentina a partir del estilo político *menemista*, fundado en un modelo económico social de corte neoliberal. El gobierno tuvo la capacidad de instalar un imaginario en torno a qué debía entenderse -o no- como moderno. El presidente se encargó de hacernos sentir como un "país del primer mundo". La lógica del consumo que permitió a ciertos segmentos de la clase media comprar tecnología en cuotas y hacer viajes internacionales, contribuyó a la instalación de esa ilusión que planteaba el primer mandatario. Desde la perspectiva de Romero (2001: 279): "Menem combinó la discrecionalidad con un estilo de gobierno más propio de un príncipe que el del jefe de un Estado republicano (...). Menem se concentraba en la política pero no se interesaba específicamente en ninguna cuestión de administración". Desde este mismo punto de vista, las actividades del presidente se mezclaban en la Quinta de Olivos con las cuestiones personales, así como los recursos públicos con los patrimonios privados, diluyendo los límites entre lo público y lo privado en todos los aspectos de su gobierno. Su imagen se reforzaba a través de sus apariciones en eventos deportivos y espectáculos de música internacional, se rodeaba de todo tipo de personajes, desde sindicalistas, políticos de provincia, grupos de ultraderecha, y los principales personajes de la farándula.

Esta época se caracterizó también por escándalos políticos resonantes que involucraron a familiares directos del presidente: Amira Yoma (cuñada de Menem) fue sorprendida transportando valijas llenas de dólares, dando lugar a un escándalo conocido como Narcogate, a partir del cual se descubrió la relación entre Yoma y Monzer al Kassab, un conocido traficante de armas que en ese entonces poseía un oscuro pasaporte argentino. Este episodio se conectó con otro: la venta ilegal de armas a

Croacia y Ecuador violando acuerdos internacionales por la paz. Por su parte, en la sesión de la Cámara de Diputados que trataba la privatización de Gas del Estado se descubrió a un desconocido tratando de votar, escándalo que circuló bajo el nombre de “diputrucho”. El empresario postal Alfredo Yabrán, considerado responsable de la muerte del fotoperiodista José Luis Cabezas, fue otro de los personajes que rodeaban al ex presidente.

Otro pilar fundamental de la estética menemista fue los personajes públicos trasladados a la política: en 1991, Menem lanzó la candidatura del cantante Ramón “Palito” Ortega y del automovilista Carlos “Lole” Reutemann. Asimismo, estableció vínculos personales con algunos presidentes y ex presidentes norteamericanos que le expresaron su apoyo, como George Bush y Bill Clinton, inaugurando lo que el canciller Guido Di Tella nombraría con cinismo: las relaciones carnales con Estados Unidos. El presidente viajaba por la costa argentina en una Ferrari de lujo, se codeaba con artistas y la casa Rosada pasó a ser un lugar de paso obligado de las estrellas internacionales.

Paralelamente, durante estos años de gobierno, se producen grandes transformaciones culturales. Siguiendo con la lógica del neoliberalismo reinante, los medios de comunicación optan por programas políticos que fomentan y legitiman la economía de mercado, como fue el caso de los periodistas Bernardo Neustandt y Mariano Grondona en su ya clásico “Tiempo Nuevo”, junto con programas masivos basados en la frivolidad, la imagen y el consumo como “Videomatch”, conducido por Marcelo Tinelli, lo mismo que “Hola Susana”, a cargo de la diva Susana Gimenez, y programas de entretenimiento vacíos como lo fue “La noche del Domingo”, creada y conducida por Gerardo Sofovich, en donde se promocionaba a la mujer entendida como objeto de consumo.

Por otra parte, como consecuencia de la Ley de Convertibilidad, determinados sectores sociales tuvieron acceso a viajes al exterior y a un nivel de consumo notable. Tal como lo explica Svampa (2005:79), las elite debieron soportar el ingreso de los denominados “nuevos ricos” que generaba el gobierno menemista a espacios y lugares que les habían sido exclusivos hasta el momento. Según la autora (2005:79), dado que este período coincide con la globalización y el avance del mercado neoliberal, se pasa a una ostentación desmedida y a un exhibicionismo desenfrenado: “Hasta la Sociedad Rural Argentina se incorporaría al clima de fiesta y frivolidad que atravesó la época, resignando gran parte del conservadurismo que, junto con el liberalismo y el

antiperonismo militante, se habían constituido en los pilares de su identidad de clase". Esta época también fue descrita por la periodista Sylvina Walger (1994), quien la define como una "cultura del transformismo" o una época que mezclaba "la pizza y el champagne", en la que el estilo de vida estaba marcado por el consumo, la ostentación, la frivolidad, los excesos de empresarios, políticos y hasta miembros de la elite tradicional. Svampa (2005: 85) explica que este desdibujamiento de los límites durante el menemismo también se traslada a lo social puesto que se produce una mezcla entre los elementos plebeyos, tradicionalmente asociados al peronismo, y el consumo ostentoso propio de las clases altas, generando un verdadero estilo *kitsch* (en los próximos capítulos describiremos y analizaremos las formas en que retrata esta época *kitsch* Marcos López). Los nuevos ricos que surgen durante el menemismo son principalmente quienes exhiben ese estilo. La autora los describe a partir de un look post-plebeyo que gana espacio en las páginas de semanarios sociales y en el periodismo de investigación, al punto que las clases altas dejan de lado ese "antiperonismo" que los caracterizaba y miran con simpatía la farandulización de la política, la desmesura y el mundo bizarro impuesto por el jefe de estado.

De la mano de la lógica del mercado neoliberal y el surgimiento de estos nuevos ricos se produce un crecimiento de la autosegregación urbana a partir de la construcción de barrios privados. Este tipo de viviendas y los institutos educativos privados que se construyen a su alrededor son elegidos como modo de vida y sinónimo de estatus social. Ya habíamos hablado en apartados anteriores que una característica principal del neoliberalismo es que la calle, otrora espacio de encuentro y sociabilidad ciudadana, deviene en un territorio de temor de los consumidores frente a los excluidos. La creciente privatización de los sujetos en micromundos de elite es una consecuencia fundamental de este proceso. "Se produce una mimetización cultural de la elite con la clase política gobernante, una fascinación por lo plebeyo despojado de su antagonismo y contracultura, en una dinámica en la cual se entremezclan y confunden ética de la ostentación y el sentimiento de impunidad, consumos suntuarios y afán de transgresión" (Svampa 127: 2005). Olga Wortman (2003: 36), por su parte, describe la situación de la siguiente manera: "la vida urbana de las clases medias en los 90' estuvo marcada por los nuevos consumos culturales, más individualizados: nuevas prácticas culturales, de usos del tiempo, nuevas formas de comer y beber, de presentar lo cultural y lo artístico".

La frivolidad como marca gubernamental

De todos los factores expuestos en el punto anterior, se desprende que la frivolidad y la banalidad fueron unas de las marcas más salientes del gobierno menemista. Es notable la exposición de Beatriz Sarlo (2012) respecto a la tapa de la revista Noticias, publicada el 22 de julio de 1990, en la que aparecía la funcionaria María Julia Alsogaray desnuda y envuelta en pieles: “Fue la hora cero del viraje cultural que iba a permitirlo todo. Esas pieles esponjosas no cubrían a la mujer de la elite política, sino a una hipotética cortesana del semimundo de las alcobas presidenciales”. Sarlo destaca que la fotografía no fue robada de la intimidad sino que fue una producción realizada en Las Leñas, centro turístico por excelencia elegido en aquel entonces por el poder político, la clase empresarial y los nuevos ricos. Fue allí que la entonces Secretaria de Medio Ambiente se lucía como una vedette de la televisión mientras dirigía la privatización de ENTEL y SO. MI. SA (Sociedad Mixta Siderurgia Argentina), provocando el despido de miles de trabajadores.

Sarlo (2012) considera que el menemismo fomentó la impunidad en las costumbres de los poderosos y de los gobernantes: “Con el menemismo se difunde la idea de que no hay reglas, sino discursos que explican lo que, combinando lo negativo y lo supuestamente positivo, se llamó transgresión”. La autora analiza que durante el menemismo ser rico era ser fashion, ser ostentoso era estar a la moda: “Desde el menemismo quedó legitimada la cultura de la riqueza”. Todos estos elementos convergen en la impunidad judicial y la victoria simbólica coronada por esta nueva forma de gobernabilidad.

El estilo *kitsch* y superficial llegó a ser reconocido en el exterior: la BBC de Londres publicó a dos años de gobierno un informe llamado “*Miracle Man*” (el Hombre del Milagro), en el que se destacaba su extravagancia, su reputación de *playboy*, sus *affaires* con exultantes mujeres que llenaban las tapas de todos los semanarios argentinos. En este sentido, la investigadora María Elena Bitonte (2013) considera que las apariencias y los aspectos cosméticos fueron los pilares de una nueva modalidad política marcada por la exhibición del poder: “En convivencia con lo efímero, la voluntad de eternización es una de las características de la posmodernidad, y es condición de producción del discurso del pos-justicialismo. La eclosión de las nuevas

técnicas corporales, quirúrgicas o de otro tipo, son asociadas con frecuencia, en Argentina, a la "era menemista". En el mismo sentido que la Casa Rosada fue remodelada a partir de los gustos del presidente, con un despacho presidencial que se volvía extremadamente lujoso, el primer mandatario se realizaba *liftings* para mejorar su aspecto. El presidente cuidaba su cuerpo y su imagen. Esta tendencia, marcada por la realización de cirugías estéticas, se trasladó al campo político pero también social, como fue el caso de las clases sociales que se beneficiaron con el menemismo. Beatriz Sarlo, en *Escenas de la vida posmoderna* (1994), sugiere que esta nueva ingeniería corporal podría ser pensada como un modo de eternización: el deseo de diferir la vejez, abolir la muerte. Por su parte, Gilles Lipovetsky, en su libro "El Imperio de lo Efímero" (2007: 187), plantea la siguiente idea: "La sociedad de consumo se caracteriza por: elevación del nivel de vida, abundancia de artículos y servicios, culto a los objetos y diversiones, moda hedonista y materialista. Pero estructuralmente lo que la define es la generalización del proceso de moda. Se impone la lógica de la renovación precipitada, de la diversificación y la estabilización de los modelos, la variación regular y rápida de las formas". Aquella postura presidencial y gubernamental despertó verdaderas pasiones políticas: Menem fue odiado, admirado, envidiado, despreciado y halagado, alcanzando niveles de popularidad multitudinarios mientras la Argentina ingresaba en una crisis social y económica sin precedentes.

El análisis de las características políticas, económicas, y sociales de la Argentina en el marco de los diez años de gobierno de Carlos Menem, se torna indispensable para esta tesis en tanto nuestro principal objetivo es abordar la obra del artista plástico y fotógrafo Marcos López durante este período. Cobra sentido, por lo tanto, tomar en cuenta para dicho análisis la siguiente afirmación de Lipovetsky (2000: 80): "hay que interrogar la cultura en relación a la economía y a la democracia (¡K) una teoría que articula el arte y el modo de vida en las sociedades capitalistas avanzadas (...)". La aparición del consumo de masas en Estados Unidos, en los años 20', momento en que surgió el hedonismo, provocó una verdadera revolución cultural de las sociedades modernas. En este sentido, Lipovetsky (2000:84) explica que "si se mira la cultura bajo la óptica del modo de vida, será el propio capitalismo y no el modernismo artístico el

artesano principal de la cultura hedonista. Con la difusión a gran escala de los objetos considerados, hasta el momento, como objetos de lujo, con la publicidad, la moda, los *mass media* y sobre todo el crédito cuya institución socava directamente el principio de ahorro, la moral puritana cede el paso a valores hedonistas que animan a gastar, a disfrutar de la vida, a ceder a los impulsos”. El sociólogo explica que desde la década del 50 norteamericanos y europeos se mueven alrededor del culto al consumo, al tiempo libre y al placer: “Con una tarjeta de crédito los deseos pueden satisfacerse de inmediato”. En este contexto nace el *Pop Art*, que describiremos en el próximo capítulo de esta tesis, vanguardia estética surgida en esa década en Estados Unidos e Inglaterra. Si algo caracterizó al *Pop Art* es su posición irónica respecto al capitalismo y las reglas del mercado a través de sus obras y manifiestos. La obra de Marcos López es tributaria en buena medida de esta corriente estética.

CAPÍTULO 3:

El Pop Art

Contexto histórico de surgimiento y período de auge del *Pop Art*

El Pop Art o Arte Pop es un extenso movimiento artístico y cultural que surgió a fines de 1950 en Inglaterra y Estados Unidos simultáneamente. Frente al desgaste del expresionismo abstracto, florece una ola de artistas jóvenes que no acordaban con su academicismo y al que reclamaban una falta de sinceridad emocional. Es así que con raíces en el surrealismo, el dadaísmo y el expresionismo abstracto, el Pop Art se desarrolló en un contexto de estabilidad política y económica una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial. Este fenómeno artístico, como gran parte de las vanguardias estéticas, surge como el reflejo del estado emocional de una época. El Pop Art pone en evidencia los elementos más superficiales de la sociedad. A partir de la ironía transforma estos elementos en obra de arte.

En definitiva, el Pop Art nace como forma de expresión frente al avance del capitalismo, las nuevas condiciones que plantea una sociedad industrializada en donde todo se produce en serie y es exaltado a través de los medios de comunicación de masas. Sus temas, las formas y los colores muestran los rasgos esenciales del ambiente cultural de los 60'. Tilman Osterwold (1992: 6) considera que no hubo ningún otro movimiento artístico que haya representado “una proximidad entre la vida y el arte tan evidente para todos, tan palpable y tan general”.

Tal como se planteó en el capítulo 2 de esta tesina, con el avance del capitalismo neoliberal los ciudadanos se convierten en consumidores. La clave pasa por las estrategias de publicidad que transforman y generan nuevos modos de vida estandarizados. El Pop Art toma esa dinámica social en donde todo puede ser comprado y transformado en un producto publicitario. Este movimiento pone el entusiasmo en aquello que es considerado trivial, la cultura barata y la telemanía, entre otras cosas. La industria del consumo pasó a tener un lugar en los museos a partir de las obras creadas por los artistas pop.

El dadaísmo había sido el movimiento más significativo de ruptura con el arte tradicional. Marcel Duchamp¹², Francis Picabia¹³ y Man Ray¹⁴ fueron los artistas que iniciaron el dadaísmo en Nueva York en 1915. Este movimiento cuestionaba y dudaba del arte, de sus interpretaciones, de sus formas, contenidos y de la recepción por parte del público. Además cuestionaban los conceptos tradicionales de belleza y verdad. En este contexto, Duchamp expuso “Fontaine”, un urinario de canto de 61 centímetros firmándolo con el nombre de Mutt. A través de esta acción, el artista ubicó un objeto de la vida diaria en otro lugar, cambiándole el sentido original. El dadaísmo combinaba los textos y las imágenes de los carteles publicitarios, los eslóganes de los panfletos, los símbolos en collages con pinturas, fotografías, películas, al tiempo que realizaba obras performáticas inspiradas en el teatro. “Su manera de combinar, heterodoxa y en cierto sentido surreal, que incluyó tantas normas de orden racional como componentes casuales, tuvo influencia en el Pop Art y el *happening* a finales de los años cincuenta” (Osterwold 1992:132). Los dadaístas fueron los precursores en utilizar objetos de la vida cotidiana para convertirlos en obra.

Los artistas del pop retomaron estas ideas a partir del *ready made*¹⁵, en donde lo cotidiano se convertía en arte y en donde el arte se convertía en cotidiano. Pero el Pop Art también fue influenciado por el surrealismo a partir de sus principales representantes: Max Ernst¹⁶, Henri Matisse¹⁷, Pablo Picasso¹⁸, Paul Klee¹⁹ y René

12 Marcel Duchamp (1887-1968). Artista francés. Su obra revolucionó el arte contemporáneo y es considerado el artista más influyente del siglo XX. Gracias a su invención de los ready-mades Duchamp consiguió romper con la preponderancia de la pintura sobre la escultura. La premisa que propone Duchamp es que un objeto cualquiera puede ser elevado a la categoría de arte con solo dotarlo de los atributos característicos de una obra de arte.

13 Francis Picabia (1879-1953). Artista vanguardista francés aunque nació en Cuba. Se dedicó desde temprana edad a la pintura amateur. Viajó a Nueva York y en 1915 comenzó a desarrollar sus primeras imágenes mecánicas simbólicas en Nueva York.

14 Man Ray (1890-1976). Emmanuel Radnitzky a los 24 años adoptó el seudónimo de Man Ray. Primero se dedicó a la pintura y en 1915 conoce a Marcel Duchamp. Juntos pusieron en marcha en 1920 la Societé Anonyme, el primer museo neoyorquino de arte contemporáneo. En 1916 se da un giro definitivo en su carrera cuando abandonó la pintura y comenzó a trabajar con el aerógrafo. Al poco tiempo comenzó a sentirse atraído por la fotografía. Trabajó la fotografía experimental y la solarización y consiguió fotografía sin usar cámara alguna.

15 *Ready Made*, término que se utiliza para objeto encontrado, arte encontrado. Describe el arte realizado mediante el uso de objetos que normalmente no se consideran artísticos, a menudo porque tienen una función no artística, sin ocultar su origen, pero a menudo modificados. Marcel Duchamp fue el creador de este concepto de arte.

Magritte²⁰, entre otros. Su combinación de modelos estéticos, normas de conducta y objetos con características triviales y su gusto por lo *kitsch*, las ironías, el arte popular, lo superficial, lo burgués, las modas y las tendencias.

El Por Art utiliza como principal recurso simbólico el collage y el ensamblaje, combinando imágenes y objetos existentes con pintura, dibujos y esculturas. En Inglaterra se desarrolló paulatinamente: “A comienzos de la década del 50’ algunos artistas e intelectuales se dieron cuenta de que su cultura estaba cada vez más influenciada por los medios de masas, las tecnologías y los mecanismos civilizadores, y que este proceso también estaba ligado a una apreciable consolidación del americanismo en Europa” (Osterwold 1992: 63). A partir de estas nuevas condiciones surgió un grupo de artistas independientes en el Instituto de Arte Contemporáneo (ICA), entre quienes se encontraba Richard Hamilton, profesor de diseño industrial, el fotógrafo Nigel Henderson, más algunos arquitectos, diseñadores de muebles, pintores y diseñadores gráficos. De ahí la variedad temática de los actos y la prioridad por una perspectiva antropológica. La cultura popular, la cultura urbana, los medios de masas, la publicidad, el cine, la música pop, eran algunos de los temas y recursos que se debatían en el grupo para comprender los problemas de la cultura contemporánea y satisfacer la exigencias de

16 Max Ernst (1891-1976). Artista alemán nacionalizado francés. Tuvo una formación autodidacta. Estudió Arte, Filosofía y Psicología. Fundó en Colonia una sucursal Del movimiento internacional dadaísta. Sus obras son montajes de distintos objetos creados con composición puramente abstracta.

17 Henri Matisse (1869-1954). Pintor francés conocido por El uso Del color y por su uso original y fluido del dibujo. Fue dibujante, pintor, escultor. A los 20 años ya se había destacado por su maestría en El lenguaje expresivo del color y el dibujo.

18 Pablo Picasso (1881-1976). Pintor y escultor español creador junto a Georges Braque y a Juan Gris del movimiento cubista, además participo de La génesis de muchos movimientos artísticos. Pintó más de dos mil obras que hoy se encuentran en museos y galerías de toda Europa y el mundo. Además, abordó otros géneros como el dibujo, el grabado, la ilustración de libros, la escultura, la cerámica y el diseño de escenografía y vestuario para montajes teatrales. En lo político se declaraba pacifista y comunista.

19 Paul Klee (1879-1940). Pintor alemán nacido en Suiza. Su estilo varía entre el surrealismo, el expresionismo y la abstracción. Trabajó en óleo, acuarela y tinta generalmente combinándolos en un solo trabajo. Sus cuadros frecuentemente aluden a la poesía, la música y los sueños.

20 René Magritte (1898-1967). Pintor surrealista belga. Conocido por sus ingeniosas y provocativas imágenes, pretendía con su trabajo cambiar la percepción preconcebida de la realidad y forzar al observado a hacerse hipersentivo a su entorno. Fue quien dotó al surrealismo de una gran carga conceptual basada en el juego de imágenes ambiguas y su significado denotado a través de palabras, poniendo en cuestión la relación entre el objeto pintado y el real.

la época. El pintor Richard Hamilton²¹ y Eduardo Paolozzi²² son considerados los padres del Por Art londinense. El acontecimiento decisivo que marcó el inicio de este movimiento fue Bunk, una conferencia de Paolozzi en el primer acto del grupo en 1952. Bunk era un collage visual realizado con recortes de revistas norteamericanas como *Life*, *Look*, *Esquire*, revistas de comics, de ciencia ficción y de publicidad. El collage era proyectado en una pantalla en la que se aumentaba el tamaño de estos elementos triviales. En 1972, ese collage, más otros realizados por Hamilton, fue reeditado en forma de serie y presentado en versión litográfica²³. De estos trabajos se desprende una especie de manifiesto sobre las características que de ahora en adelante serán asociadas al Por Art: la Coca Cola, el poster militar, las combinaciones de palabras, el uso de las nubes de diálogos propios del comic. Elementos que en conjunto son una alusión irónica a aquello que proviene de la sociedad de consumo. Es importante destacar que los artistas de este grupo allanaron un terreno en cuanto a un modo de exponer las obras: no se mostraban los objetos y los cuadros fieles al original y las ampliaciones no colgaban de la pared como se hacía tradicionalmente sino que pendían del techo y las exposiciones a menudo se presentaban como ferias de productos. Su concepto de arte estaba lejos de los museos y de la historia del arte. Lawrence Alloway²⁴ describe en 1958 al Por Art como una definición antropológica de la cultura que eleva todos los actos humanos al nivel de objetos dignos de atención y apreciación estética.

El Por Art inglés tuvo varias fases: la primera se caracterizó por los collages. Es decir, llevó al cuadro las imágenes propias de la sociedad de consumo y de los medios de masas. La segunda fase estuvo influenciada por la percepción de un medio ambiente modificado y sus consecuencias sobre la personalidad de los hombres. Durante esta fase

21 Richard Hamilton Londres (1922 -2011). Pintor británico pionero del Por Art . Abandonó el colegio y a los 16 años entró en el Academia de Arte Royal para estudiar pintura. Su principal influencia fue el cubismo de Cezzáne, el futurismo y la cronofotografía. El 1952 forma el grupo de artistas independientes.

22 Eduardo Paolozzi (1924-2005). Escritor y artista escocés. Surrealista, llamó la atención del público en 1960 con la producción de varias serigrafías. Fue el fundador del Independet Group que es considerado como el precursor del pop art británico en los 60'. Su obra va desde collages más surrealistas hasta esculturas casi reales con elementos rectilíneos.

23 Litografía es un procedimiento de impresión ideado en 1976 que se utilizaba para reproducir y duplicar obras artísticas.

24 Lawrence Alloway Londres (1926 -1990). Crítico y curador de arte miembro del grupo de artistas independientes En 1960 se trasladó para trabajar como crítico y curador en Estados Unidos.

se producen ensamblados, collages y pinturas en las que se combinaban imágenes de los medios con símbolos abstractos y superficies cromáticas decorativas. Una tercera fase surge para 1960. En esta etapa los artistas tenían una postura más individual, a través de la que se analizaron temas figurativos y aspectos artísticos de la pintura, el dibujo y las técnicas gráficas. Allen Jones²⁵, R.B. Kitaj²⁶, Peter Phillips²⁷ fueron algunos de los artistas de este período. Se destaca también David Hockney, pintor, ilustrador, escenógrafo, considerado como uno de los artistas más influyentes de esta corriente (sus primeros trabajos eran impresionistas). Hockney habla de un hombre amenazado por el progreso, una imagen muy personal del ámbito privado: muestra los deseos, las esperanzas de Hollywood convertidas en un sueño de amor, homosexualidad y belleza como energía liberadora. El artista refleja ese intento de conseguir la libertad dentro de ambientes estereotipados. “Con medios pictóricos y gráficos matiza en fina gradaciones los detalles y las relaciones. Responde con ideas muy personales a la facilidad consumible que todo lo aprueba, propagada por los medios de masas y a la satisfacción prescrita” (Osterwold 80: 1992).

Por su parte, el Pop Art norteamericano surgió a partir de una reafirmación del arte norteamericano frente al arte Europeo. Su impulso temático vino del americanismo en un momento en que florecía el culto a las estrellas de Hollywood. El avance de los medios, las nuevas tecnologías y las comunicaciones fueron el tema del americanismo que estaba surgiendo. La principal fuente del Pop Art norteamericano fue la tradición del arte popular con un optimismo típico de esa sociedad y una insistencia en los símbolos nacionales y los mitos históricos. A través del Pop Art, se reflejaba y parodiaba esa vida cotidiana ideal, típicamente norteamericana tan retratada en los anuncios publicitarios y la industria cinematográfica. Los artistas que hasta el momento trabajaban desde el expresionismo abstracto, al igual que en Inglaterra, buscaron conectarse con aquello que

25 Allen Jones (1937). Artista pop británico conocido por sus esculturas pero también se dedica a las artes visuales. Gran parte de su obra nace de la imaginación del fetichismo de goma. Vive y trabaja en Londres.

26 RB Kitaj (1932-2007). Pintor de origen estadounidense pero nacionalizado británico. Su estilo corresponde al pop art. Estudió en el Royal College of Art de Londres donde conoció y trabajó con artistas como David Hockney y Allen Jones. Colaboró para hacer de Londres el centro del pop art europeo.

27 Peter Phillips (1939). Pintor pop británico, estudió en el Royal College of Art de Londres donde conoció a David Hockney y a Kitaj y colaboró con la expansión del movimiento pop en Londres.

se vivía a diario. Robert Rauschenberg, pintor y artista, tuvo un encuentro con el músico John Cage que fue de suma importancia para el desarrollo del Por Art norteamericano. Cage estaba interesado en incorporar elementos triviales de la vida en sus obras musicales, al tiempo que a Rauschenberg le interesaba combinar diversas técnicas: imprimía fotografías de revistas y periódicos a través del frotado, realizaba collages y ensamblados con objetos materiales y banales, además combinaba íconos de la época a través de dibujos libres y el uso de técnicas pictóricas. Así lo analiza la crítica de arte Avelina Lésper (2013): "Rauschenberg y Jasper Johns crearon el puente entre el expresionismo y el Arte Pop. Pero para ir más allá y poder dar lo que el consumo exige Rauschenberg unió todo lo que pudo manipular, escultura, pintura, collage, video y performance en una sola pieza, lo que él llamó Combine Painting".

Dado que el Por Art se inspiraba en imágenes de tipo publicitarias, con temas y formas conocidas, fue muy complejo reconocer el rasgo de ironía y ambigüedad que intentaban plasmar en sus obras. En este sentido, los artistas norteamericanos tomaron una postura diferente a los artistas ingleses que publicaban textos en los que planteaban su postura respecto a esta nueva forma de arte. Los neoyorkinos no respondían de forma teórica sino a través de sus experiencias cotidianas y a través del uso de instrumentos creativos.

En resumen, el Por Art norteamericano se desarrolló a través de cuatro fases: la inicial, en la que se destacaron -como puntualizamos más arriba- Cage y Rauschenberg, provocando una salida del expresionismo, el post-estructuralismo e inaugurando los inicios de lo que podemos denominar el *Pre Pop Art*. La segunda fase es cuando se produce el mayor auge del Por Art norteamericano con la pintura de carteles, el diseño y dibujo publicitario con artistas como Andy Warhol²⁸, Roy Lichtenstein²⁹, Claes Oldenburg³⁰, James Rosenquist³¹ y Robert Indiana³², entre otros. Con una fuerte

28 Andy Warhol (1928 -1987). Artista plástico y cineasta estadounidense que desempeñó un papel crucial en el nacimiento y desarrollo del pop art. Tras una exitosa carrera como ilustrador Warhol adquirió notoriedad mundial por su trabajo en pintura, cine de vanguardia y literatura.

29 Roy Lichtenstein (1923-1997). Pintor estadounidense de arte pop, artista gráfico y escultor, conocido sobre todo por sus interpretaciones a gran escala del arte del comic. A partir de 1961 se dedicó por completo a producir arte mediante imágenes comerciales de producción masiva.

30 Claes Oldenburg (1929-). Escultor sueco pionero del pop art. Conocido por sus instalaciones de arte público que representan réplicas a gran escala de objetos cotidianos. En sus obras son recurrentes las versiones de esculturas blandas de objetos normalmente duros.

tendencia a la experimentación para dar respuestas a las preguntas que se le planteaban al Pop Art como movimiento artístico y como vanguardia en Nueva York, se realizaban exposiciones, happenings, obras de teatro, anti-manifestaciones y actos en las calles de la ciudad. La idea de ampliar técnicamente los métodos de exposición artística tenía que ver con la idea de dismantelar las formas tradicionales y jerárquicas de presentar el arte. Irónicos y con la idea de jugar con los sentidos, los neoyorkinos se codeaban con estrellas de Hollywood y aceptaban que la clase media alta y burguesa participara de los encuentros artísticos. De hecho, fiel al estilo de *arte sobre arte*, ya en 1964 Rauschenberg organizaba *happenings* al estilo obras teatrales. Al tiempo que en los collages y ensamblajes combinaba la pintura, los productos de consumo, con recortes de revistas y desperdicios de basura. La Galería Reuben, ubicada en el centro de Nueva York, fue una de las primeras en promocionar a los artistas de esta nueva vanguardia, Claes Oldenburg, Tom Wesselmann³³ y James Rosenquist son quienes crean las bases de los conceptos que guiarán el Pop Art. Mientras que entre 1960 y 1962 Andy Warhol y Roy Lichtenstein, artistas tardíos del Pop Art (los que retomaremos más adelante), se caracterizan por una fuerte orientación a los medios de masas y por libertad de su lenguaje.

El pop se convirtió en culto al punto que lo irónico, lo interesante, lo caprichoso, lo divertido de los objetos presentados en las obras, podía ser malentendido por los consumidores e incluso analizadas a partir de las costumbres superficiales que ellos mismos criticaban. Esta ambigüedad pudo ser trabajada a partir del lenguaje publicitario que los artistas tenían incorporado, dado que la mayoría ocupaba profesiones

31 James Rosenquist (1933-). Artista norteamericano del pop art. Estudió pintura y se trasladó a Nueva York donde estuvo hasta 1959. Trabajó como diseñador y pintor de grandes carteles publicitarios con colores fluorescentes. Más adelante estallará como artista de la escena pop norteamericana.

32 Robert Indiana (1928-). Artista norteamericano asociado al pop art. Su obra más conocida es la que lleva la palabra LOVE. Es pintor, y diseñador de escenografías y vestuario de obras de teatro. La mayoría de sus obras utilizan palabras de la vida diaria pintadas con colores vivos propios del pop art, además representan de forma irónica la cultura y la vida norteamericana.

33 Tom Wesselmann (1931-2004). Artista norteamericano asociado al pop art, se destacó con pinturas, collages y esculturas. Comenzó a pintar influido por los artistas del expresionismo abstracto. Con el inicio de la década de los sesenta comenzó una serie que sería la que le definió como uno de los perfiles más interesantes de la escena pop. Sus primeros desnudos datan de 1959, y fueron realizados con la técnica del collage. Al año siguiente trasladó el tema a los lienzos y en 1961 inició su primera gran serie: Pequeño Gran Desnudo Americano.

relacionadas con el mercado: Warhol era diseñador de zapatos, Rauschenberg se dedicaba al dibujo publicitario, Lichtenstein era diseñador, Oldenburg trabajaba también como diseñador e ilustrador. Estos saberes pudieron ser trasladados a la pintura con el fin de crear un código similar al publicitario.

El Por Art se hizo masivo gracias a un lenguaje simple y accesible para la mayoría pero que también transmitía la frialdad de todo producto de consumo. Dado el auge del Por Art en Estados Unidos se generó una industria comercial alrededor de la vanguardia que incluso perdura hasta hoy. El Por Art logró que un producto del mercado sea trasladado desde las góndolas de un supermercado a las galerías de un museo, sin poder distinguir el original de la copia. “De ahí que la utilización comercial del Por Art fuera una consecuencia lógica, ya que servirá a aquellos intereses económicos a los que él mismo había aludido” (Osterwold 103:1992).

El Por Art tanto en Europa como Estados Unidos tiene que ver con el período de entreguerras que marcaron el arte: el progreso de la cultura de masas, la tecnología y la civilización, el lujo, la decadencia en la forma de vida y la industria del ocio, Es así que ya en 1936 Walter Benjamin (cita) publica “La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica”, que trata este fenómeno de la banalización del arte a partir de sus múltiples impresiones y explica la pérdida del aura como consecuencia de esa repetición ilimitada. Benjamin analiza las transformaciones en las costumbres visuales, en la producción y la recepción del arte, pero sobre todo de la producción artística pensada para el consumo de masas.

Andy Warhol

Como mencionamos anteriormente, Andy Warhol fue un artista tardío dentro del Pop Art, pero sin dudas uno de los más representativos de esta vanguardia. Nació en Pittsburg en el seno de una familia de inmigrantes eslovacos. Guiado por los dibujos e ilustraciones que creaba a diario, se trasladó a Nueva York en donde comenzó como ilustrador y diseñador de zapatos para una revista de moda. Influenciado por las tendencias, Warhol vio algo más en los productos de consumo y las incansables publicidades de aquello que representaba el “sueño americano”. De este momento en su

carrera datan collages y decollages con pintura acrílica, serigrafías y otras técnicas que combinaban los diálogos de historietas, personajes y productos en una imagen algo difusa. Con el transcurso del tiempo los objetos en las obras de Warhol fueron más nítidos y las composiciones más simples. Lo “*trash*” aparece en sus serigrafías que recuerdan la polución y contaminación de su ciudad natal. Sin embargo, también es una puesta en juego de los ideales perfectos de las sociedades con sus modos de vida regidos por el consumo y la industria. Así lo expresa en una lógica tan simple como clara en la obra *Campbell's Elvis* (1962), en la que superpone la imagen de la sopa más consumida en Estados Unidos -Sopa Campbell- con el retrato de Elvis Presley. Ambos símbolos devienen clichés comerciales al punto que la persona y el objeto están en el mismo lugar.

Para la década del 60' el artista posa la mirada sobre los medios de comunicación. Le interesa el caso de la televisión que, como medio frío, transmite un tipo de información básica pero también orientada por el consumo. De ahí las composiciones simples y fáciles que propone el Pop Art. Por otro lado, Warhol plantea que los ciudadanos norteamericanos desean obtener sus quince minutos de fama. Considera que la televisión propone un consumo totalmente pasivo, en donde somos receptores de mensajes que ni siquiera hay que decodificar. Con una cámara de video se dedicó a grabar todo lo que sucedía en su estudio “*La Factory*”. Modelos, artistas, parejas, hombres, homosexuales, cantantes, obras en vivo, fiestas improvisadas, eventos, discusiones, arte en proceso, fueron registradas durante horas de cintas en la cámara del artista. Así puso en evidencia, a través de estas extensas filmaciones, las conductas repetitivas de los ciudadanos que de momentos se asemejaban a la repetición publicitaria. Los personajes quedan vacíos: Marilyn Monroe fue retratada e inmortalizada en su belleza y perfección, al igual que el recordado John Kennedy, escondiendo en sus hitos de perfección las miserias humanas que atormentaba a cada uno de ellos. Para Warhol los mensajes y productos comerciales coartan nuestra libertad, incluso en momentos de tiempo libre. Algo tan simple, por ejemplo, como un dibujo de revistas para colorear nos limita la creación a través de una consigna que nos invita a dibujar “siguiendo la línea de puntos” o “el orden de los números”. Esta forma fue trasladada por el artista a una obra que llamó “*Do it yourself*” (1962) (“Hágalo usted mismo”), en la que miles de números nos guían a completar un cuadro de flores con una estética plana y aburrida, que los consumidores seguimos a raja tabla sin darnos lugar al

uso de la imaginación. Warhol reubica esta imagen común y conocida por todos al lugar de una obra. Se destacan en esta etapa obras como “Sopa Campbell” (1962), un óleo sobre canvas donde representa la sopa más vendida -que mencionamos anteriormente- en dos tamaños diferentes; luego será retrabajada en “Sopa Campbell 1” (1968). Para el biógrafo Klaus Honnef (2007) son las pinturas las que definen el repertorio artístico de Warhol, al igual que los billetes de dólar norteamericano, las botellas de Coca-cola y los retratos de estrellas de cine como Ginger Roger, Joan Crawford y Hedy Lamar. “Warhol fundamentalmente cambió la cara del arte” (Honnef 2007: 34). A través de replicas de productos del mercado realizadas en madera con serigrafía como Caja Brillo (1964), Tomate Ketchup Heinz (1964), dibujos y pinturas como “Billete de un dólar Retrato de Washington” (1962), “Billete de dos dólares” (1962). En cuanto a los personajes retratados, resultan clave en su obra las pinturas en canvas como “Las dos Marilyns” (1962), “Marilyn” (1964), que han recorrido el mundo entero, y “Liz” (1965), que es un retrato pop de Elizabeth Taylor. Con esta misma estética realizó el retrato en pintura acrílica sobre canvas “Mao” (1972), que retrabajó en “Mao Tse Tung” (1972), y retratos de “Mick Jagger” (1975), en los que combina técnicas de pintura, acrílico y serigrafía en un portfolio de diez imágenes.

El Por Art en Argentina

En la década del 60, el Por Art hizo eco en los artistas argentinos. Los primeros en manifestarse dentro de esta corriente estética fueron los artistas Dalila Puzzovio³⁴, Carlos Squirru³⁵, Edgardo Giménez³⁶, Pablo Mesejean³⁷ y Delia Cancela³⁸. La

34 Dalila Puzzovio (1943). Artista conceptual y diseñadora de moda argentina que tuvo destacada participación en el Instituto Di Tella a fines de los años 60 como emblema del pop art argentino.

35 Carlos Squirru en la década del 60 trabaja junto con Jorge Romero Brest y artistas como Marie Orensanz, Dalila Puzzovio, Pablo Mesejean, Juan Stropani, Alfredo Rodríguez Arias, Marilú Marini, Delia Cancela, Marta Minujin y Miguel Ángel Rondano, entre otros. El Centro de Artes Visuales del Instituto Di Tella pasa a ser el espacio de desarrollo de las experiencias de estos artistas que promueven nuevas modalidades cuestionando las tradiciones artísticas.

36 Edgardo Giménez (1942). Artista visual argentino, adquirió notoriedad durante el movimiento pop y su paso por el Instituto Di Tella de Buenos Aires incursionando en el campo de la arquitectura y también del

fecha de nacimiento de este movimiento artístico en nuestro país podría situarse entre 1961 y 1962, cuando la artista plástica Marta Minujin expuso “Cuadro-Objetos”, una obra con planos en relieve que avanzaban hacia el espectador. Tiempo después, en 1964, expone “Revuélquese viva”, una instalación en la cual los espectadores ingresaban a una habitación repleta de telas, plumas y colchones multicolor y en donde podían tirarse para sentir la unión entre arte y vida. La obra expuesta por la artista revolucionó la perspectiva del arte moderno en el país. Para Laura Batkis (2013), licenciada en historia del arte, “el pop anticipó el modo en que el dinero iba a regular el ámbito de diversas disciplinas, conductas y hábitos en este mundo globalizado en el que vivimos actualmente”. El pop mostraba de alguna manera los hábitos de consumo y el mercado del arte, pero lo que lo diferenció como movimiento en nuestro país fue que se presentó menos a través de la pintura que a través exhibiciones y *happenings*.

Los artistas que iniciaron el movimiento se reunieron en torno al Instituto Di Tella (1958), que buscaba a través de su fundación promover el estudio y la investigación en la ciencia, el arte y la cultura en el contexto latinoamericano. El Di Tella se constituyó en esa época como un hito cultural promoviendo un ambiente plural a partir de sus centros de investigación especializados en distintas temáticas. El Centro de Artes Visuales (CAV), dirigido por Jorge Romero Brest, sacudió de alguna forma u otra a la opinión pública y modificó la percepción del arte en Argentina. Sus artistas provenientes de los distintos centros de investigación -artes visuales, artes plásticas, experimentación audiovisual, cine y estudios musicales entre otros- trabajaron y realizaron un conjunto de actividades denominadas “Experiencias Visuales” (1968) como forma de dar a conocer la nueva vanguardia que allí se gestaba. Esta convivencia de diversos creadores en un mismo lugar propició un ámbito para el desarrollo del arte y

diseño gráfico, de interiores, de objetos, de indumentaria.

37 Pablo Mesejean. Artista argentino. En la década del 60 trabaja junto con Jorge Romero Brest y artistas como Marie Orensanz, Dalila Puzzovio, Juan Stropani, Alfredo Rodríguez Arias, Marilú Marini, Delia Cancela, Marta Minujin y Miguel Ángel Rondano, entre otros. El Centro de Artes Visuales del Instituto Di Tella pasa a ser el espacio de desarrollo de las experiencias de estos artistas que promueven nuevas modalidades cuestionando las tradiciones artísticas.

38 Delia Cancela artista argentina que nació en Buenos Aires y estudió en la Escuela de Bellas Artes. En el 67 viaja a París a partir de una beca del gobierno francés. De 1969 a 1970 habita y trabaja en New York. De 1970 a 1975 vive y trabaja en Londres; de 1975 a 1999 vive en París. Actualmente vive en Buenos Aires y París. Desde sus comienzos en la vanguardia de los años 60 en el Instituto Di Tella, introduce el lenguaje de la moda en el arte, hasta convertirlo en un elemento central de su obra.

la nueva vanguardia, a través de muestras y *happenings* que se generaban de manera espontánea. El lugar recibió el nombre de la “Manzana Loca”, centro de experimentación que le puso color a las calles de Buenos Aires. Los transeúntes podían apreciar los espectáculos y conocer la obra de artistas contemporáneos. El arte se puso de moda y llegó al público. Con tres pisos ubicados por calle Florida, el Di Tella generó la movida cultural más importante de la historia de nuestro país. Sociólogos, historiadores, artistas plásticos, músicos y actores de ruptura asombraron y escandalizaron a una parte de la sociedad porteña. Brest planteaba consignas tales como “La pintura de caballete ha muerto”, “Adoremos al arte nativo”, “No hagamos política: es la muerte del arte”.

Como mencionamos anteriormente, las manifestaciones más importantes fueron “arte en los medios” y los “*happenings*”, ambos relacionados con el arte y su disolución. De importante relevancia fue “La Menesunda”, ofrecida al público entre mayo y junio del 65', convocando a 40 mil espectadores. Esta obra que buscaba recrear la vida cotidiana fue realizada por Minujín y Rubén Santantonín con la colaboración de Pablo Suárez, David Lamelas y el cineasta Leopoldo Maler. El público pasaba por una serie de situaciones inesperadas que iban desde ser maquillados hasta acostarse en una cama junto a una pareja desnuda. En el 66', por su parte, Raúl Escaro, Eduardo Costa y Roberto Jacoby distribuyeron en la prensa la noticia de un imaginario *happening* con fotos de los supuestos artistas y espectadores. Los medios rápidamente se hicieron eco y publicaron una noticia que no era real. Con esta performance los artistas buscaban representar “la muerte del arte” y demostrar la preponderancia del fenómeno sobre el objeto.

Paralelamente, en el marco de acontecimientos internacionales tales como la guerra de Vietnam, la Revolución Cubana y el Mayo Francés, sumado al golpe militar de Juan Carlos Onganía en 1966, emerge un ambiente propicio para el desarrollo de un arte político. Sin embargo, la actividad del Instituto debió ser suspendida puesto que el gobierno de facto estableció la reducción del presupuesto. Además, la casa de altos estudios fue considerada foco de desorden y organización de facciones de izquierda. En mayo de 1970, el Di Tella cerró sus puertas con más de 200 artistas nucleados en su interior que optaron por el exilio en París, el trabajo silencioso en un atelier y/o el olvido, mientras que el público perdió 60 espectáculos que por año se organizaban en ese espacio.

Marta Minujín: la embajadora del Pop Art en Argentina

Marta Minujín es considerada la artista que inició el Pop Art en Argentina. Nació en Buenos Aires en 1943, estudió en la escuela nacional de Bellas Artes. En 1959 realizó su primera exposición individual y en 1961 viajó a París a través de una beca del gobierno francés que le permitió exponer en la muestra “30 argentinos de la nueva generación. Pinturas, esculturas, objetos”. Minujín participa allí con obras realizadas con cartones juntados en la calle y retrabajados con lacas y pintura. En 1963 realizó su primer “*happening*” -“La destrucción”-, una performance en un terreno al aire libre donde reunió algunas de sus obras realizadas hasta el momento y en donde artistas amigos como Christo, Jean Jacques Lebel, Lourdes Castro, Paul Gette, intervinieron en vivo las obras que luego fueron quemadas por ella misma usando kerosene. Al año siguiente comenzó a trabajar con colchones multicolor que, convertidos en obra (“Eróticos en technicolor” en 1964 y Revuélquese viva en 1964), llevan a la artista a ganar el Premio Nacional del Instituto Torcuato Di Tella. En 1965 presentó “La Menesunda”, obra que describimos más arriba. Ese mismo año la artista convocó a un nuevo “*happening*” esta vez en Montevideo (Uruguay) para consumir “Suceso plástico”, su performance más grande, que involucraba el estadio de fútbol de Peñarol, un helicóptero, 20 personas con sobrepeso, 20 musculosos, 20 motociclistas, el mismo número de prostitutas, pollos, lechuga y harina. El evento se anunció en los medios como “Suceso plástico, venga a vivir en arte”. La exposición se realizó el 26 de julio de 1965 en horas del mediodía con el estadio cubierto de vecinos y curiosos. Así la describió la propia artista: “En el helicóptero yo puse los 500 pollos vivos, toda la harina y todas las lechugas. Todo tenía que durar 10 minutos. Empezó a sonar la misa de Bach, los motociclistas empezaron a girar, las gordas rodaban por el piso, los musculosos levantaban por el aire a las mujeres, las prostitutas besaban a los hombres, las parejas de novios se envolvían con cinta adhesiva y yo pasé en el helicóptero bien bajito y tiré todos los pollos volando, toda la harina y toda la lechuga sobre la gente. A los 10 minutos suena una sirena y el público se retira”. La artista salió en las noticias del New York Times. “El público no entendía nada. Es que no tenían tiempo de pensar. Era la fascinación del absurdo de las imágenes. Fue extraordinario, único, ultra de vanguardia” (Minujín 1972). Las obras de esta etapa de la artista de enmarcaron dentro del Nuevo Realismo.

Siguiendo la tradición de los artistas pop que cuestionan el rol de los medios de comunicación en las sociedades modernas, Minujín llevó adelante “Leyendo las noticias” (1965), una performance en Costanera Sur en la que la artista flotaba sobre una madera en el río de La Plata vestida con páginas de diarios. Ese mismo año participa del Premio Internacional Torcuato Di Tella con “El batacazo” (1965), una ambientación participativa que llevaba a los espectadores a vivir cuatro situaciones diferentes. Minujín financió la obra con el premio nacional recibido el año anterior y la presentó Buenos Aires y Nueva York en donde se conectó con la vanguardia neoyorkina. En esta ciudad expuso “Simultaneidad en Simultaneidad” (1966) e “Importación / exportación” (1968).

Con la llegada al poder del militar Juan Carlos Onganía y el recrudecimiento de la represión en las universidades y a artistas, Minujín, al igual que muchos artistas, tuvieron que exiliarse. Allí tuvo un intenso trabajo artístico.

Como Andy Warhol y los artistas del Por Art, Minujín adopta el estilo de la estrella, es decir, se presenta como artista ante los medios de comunicación y parodia desde su arte efímero la lógica que ellos mismos proponen. Su estilo extravagante y su constante provocación trasladan el arte a las noticias. Y una vez ahí la artista invita a los espectadores a participar de su arte. Minujín abre las puertas de su estudio y muestra los procesos de creación con un estilo único que llama la atención. En 1997, representó la figura de la mujer del siglo veintiuno en una escultura de más de 15 metros de altura. Esa obra se denominó “Mujer-Intelecto-Consumo”. Fue realizada íntegramente con estructuras de hierro provenientes de galpones y fábricas -símbolos de la época de bonanza del país- abandonadas y derrumbadas de la ciudad de Buenos Aires y sus alrededores. La gigantesca obra fue donada por Marta Minujín al gobierno de la ciudad pero a raíz de trabas burocráticas nunca fue montada. Sus partes yacen bajo los puentes de la autopista.

Marta Minujín es considerada la artista pop más importante e influyente de América Latina, precursora del arte y la vanguardia. Siguiendo sus principios de “todo es arte” y “el arte es cultura instantánea”, ella busca en cada acción que el espectador salga de ese lugar pasivo que propone el arte tradicional. Minujín ha trasladado y adaptado la vanguardia estética del Por Art al país e influyó a gran parte de los artistas contemporáneos, como es el caso de Marcos López.

Marcos López y el Pop Art

Una vez explicado el surgimiento del Pop Art como vanguardia en la Argentina, podemos pasar a analizar la obra de Marcos López y los recursos estéticos que de este movimiento incorpora en su obra.

Marcos López es un artista y fotógrafo santafesino considerado hoy en día uno de los exponentes pop más importantes del país. López toma elementos de esta vanguardia y los fusiona con otras corrientes que lo influenciaron a lo largo de su vida. Es así que dos de los elementos más representativos en su obra son el pop y el barroco latinoamericano, tal como él mismo lo define. Como decíamos, Marcos López nació en Santa Fe en 1958, estudió ingeniería, pero siempre se sintió atraído por la fotografía. En 1982, a través de una beca del Fondo Nacional de las Artes, se trasladó a Buenos Aires en donde estudió con fotógrafos argentinos y extranjeros. En 1989 viajó Cuba como becario extranjero de la Escuela de Cine. De esa época data la obra en blanco y negro “Retratos” (1993). Sin embargo, el contacto con la escuela cubana, en la que realizó documentales en 16 mm para cine y video, lo iniciaron en una estética latinoamericana con el color como característica principal. Esto lo llevó a un viraje importante de su obra cuya principal característica hasta ese momento había sido el registro en blanco y negro. De ahí en más se dedicó a estudiar y experimentar el color en sus fotografías. En el 2000 publica “Pop Latino”, resultado de ese trabajo con el color, y en el 2003 “Sub realismo criollo”. Fruto de sus viajes por América Latina, López definió un estilo propio y su estridente paleta de colores -veremos en profundidad este punto en un capítulo siguiente. El fotógrafo señala que estos viajes resultaron como una especie de *master* en pop latino (López, 2013). Siguiendo con las formas instauradas por el Pop Art, surgen en su obra elementos de consumo masivo tales como la ropa deportiva de las marcas más reconocidas del mercado global, las cadenas de comidas rápidas y las bebidas cola, aunque siempre dentro del contexto de las sociedades latinoamericanas. Es así que, tomando como influencia los frescos de David Hockney, López incorpora murales en gran parte de las escenas de sus fotografías: el color latino y los rasgos estéticos urbanos se mezclan con productos de consumo de origen nacional e internacional impuestos por el mercado. Del mismo modo que Andy Warhol, la incorporación de personajes íconos también es una constante en cada una de sus obras. A través de retratos pintados en las calles hasta muñecos plásticos de próceres, políticos y actores, estampitas y fotos,

resalta a este tipo de personajes icónicos. Dentro de estas formas muy utilizadas, se apropia de los collages y decollages pero reinterpretándolos y trabajando a partir de los recursos que le permite el photoshop. López toma los personajes de una misma fotografía en forma separada, y luego los *monta* en fondos característicos utilizando este programa informático, conformando una especie de collage hiperactual. Del Por Art también toma la idea planteada por Claes Oldengurg: la posibilidad de que objetos de la basura formen parte de una obra a través de un collage o a través de un montaje de elementos en una escena que será fotografiada. En general, toma del pop la posibilidad de utilizar todo tipo de elementos y materiales: latas, papeles, botellas, aerosoles, muñecos, etc.

Específicamente del pop norteamericano toma la gran cantidad de elementos y situaciones que se plasman en una misma fotografía, tal como lo hacía David LaChapelle. Podemos encontrar de tres a diez situaciones diferentes que se suceden entre los personajes de una foto de LaChapelle. Esto ocurre, por ejemplo, en “Puedes ayudarnos” (2005), una foto perteneciente a la serie “La casa del fin del mundo”, que muestra un barrio típico norteamericano destruido tras un huracán; sin embargo, delante de las casas en ruinas, dos modelos esbeltas posan para una supuesta producción de moda mientras que un niño busca sus juguetes entre los escombros. De esta forma las imágenes creadas por LaChapelle pueden ser una publicidad de moda al tiempo que representan una crítica al consumo sin dejar de mostrar la catástrofe sucedida tras el huracán. El artista juega con lo plástico, con lo real, lo imaginario, la ironía y el consumo en una misma imagen.

Del pop británico toma el costumbrismo y las escenas kitsch y bizarras de la vida cotidiana en las ciudades cosmopolitas, tal como las retrata Martin Parr. Generalmente presentadas a través de una dicotomía. Este es el caso de la fotografía tomada en uno de sus viajes a la Argentina, en la que observamos a un grupo de señoras mayores metiéndose al mar con trajes de baño enteros y con pequeñas mallas de competición en el caso de los hombres. Todos con cuerpos envejecidos y caídos. Delante de ellos un grupo de guardavidas con cuerpos esculturales y bien definidos se meten al mar con trajes de baño similares.

El pop británico y el norteamericano se conjugan en la obra de Marcos López a través de un estilo propio sobre el que volveremos en el próximo capítulo.

Influencia de otras tradiciones estéticas en la obra de Marcos López

Otra de las influencias más importantes en la obra de López es el barroco latinoamericano, movimiento que nació en Italia en el siglo XVIII y que llegó a América Latina a partir de las colonizaciones españolas. Se produce una mezcla de elementos de este origen con la estética indígena de cada región. El estilo se hizo americano al incorporar los recursos decorativos de cada región latina. El barroco en sí se caracteriza por la exageración de las decoraciones (esto ocurre en literatura, pintura, arquitectura, etc.) y por la extravagancia de las obras. En el caso de América Latina, la existencia de una tradición precolombina fue fundamental para que, a pesar de las enseñanzas religiosas impuestas por los colonizadores, las distintas culturas puedan sobrevivir y resistir de algún modo. Los rasgos precolombinos conviven en el barroco latinoamericano. López adopta los recursos de este movimiento en cada escena de sus fotografías, siempre recargadas de elementos y colores como recursos fundamentales. El artista reconoce que adora el exceso, como resultado de la censura y la represión de su formación en una escuela católica, y las enseñanzas de un riguroso padre ingeniero. Los excesos en su obra es la forma de luchar contra su propia represión. Él también afirma que se sintió atraído por el barroco latinoamericano a partir de la obra del fotógrafo mexicano Manuel Álvarez Bravo (López, 2013). Este autor fue de alguna manera quien liberó a México de la fotografía pintoresca típicamente victoriana (cuya principal imagen era la familia de elite posando frente a la cámara) adoptando, en cambio, la cotidianidad a través de objetos comunes, la vida en la calle y el surrealismo.

Como los artistas del Por Art, López se expresa a través del color en cada una de sus fotos. Toma el color y el humor como artificios para crear algo divertido y sarcástico aunque en el fondo manifieste una cruda realidad. Esta forma de composición, al igual que los collages, es una alusión directa al pintor rosarino Antonio Berni, quien se caracterizó por el fuerte contenido social de su obra, con personajes que representaban a los sectores sociales más bajos y olvidados. López reconoce su admiración hacia este artista plástico dado que significó un gran aporte en los inicios de su carrera. Particularmente hace constante hincapié en “Manifestación” (1934), en la que se reflejan los rostros de los trabajadores en una huelga reclamando por pan y trabajo. En la pintura cada rostro se destaca y conmueve al espectador. Asimismo toma de este pintor

los collages y la incorporación de elementos de la basura, tal es el caso de la serie realizada sobre Juanito Laguna (1960), un chico de la calle que vive en un basural en una urbe latinoamericana. López muestra de igual manera la coexistencia de personajes de distintas clases sociales en una misma escena. Como Berni, se ocupa de retratar la época en que vivió: “Mi obra coquetea con la pintura, es fotografía pero parece pintura, tiene que ver con Berni, tiene que ver con Diego Rivera” (López, 2011).

A continuación comenzaremos a desentrañar el trabajo de Marcos López sobre la década del noventa.

CAPÍTULO 4:

MARCOS LÓPEZ Y LA DÉCADA DEL NOVENTA

Contexto histórico del nacimiento de esta obra

Como mencionamos en el capítulo anterior, *Sub-realismo criollo* (2003), la obra de Marcos López que hace directa referencia a la década del 90', comenzó a gestarse luego de sus viajes por Latinoamérica. Valeria González (2008), en el ensayo que inicia el libro sobre la obra del artista, puntualiza: “La fotografía argentina de los 90' comienza en el 93' cuando López se vuelca al uso del color a través de la serie *Pop Latino* (2000), de la cual no se puede ignorar que ya data de ese momento una relación directa con el contexto cultural y político del menemismo.

Marcos López vuelve al país en 1991. Poco tiempo antes, el grave contexto de crisis social y económica y las presiones de los grupos económicos habían obligado al presidente Raúl Alfonsín a entregar el poder en forma anticipada a Carlos Menem. El nuevo mandatario llevó adelante una serie de reformas que provocaron una total subordinación de la Argentina a los intereses del capitalismo transnacional. “Toda la experiencia previa del artista hará eclosión en su regreso a la Argentina durante el primer mandato menemista. Del encuentro de estas dos experiencias surgirá *Pop Latino*, como lo evidencian las iconografías de las cinco fotos realizadas en 1993, en las que el artista parodia, por un lado, la figura del líder guerrillero³⁹ y por otro lado la campaña de C. S. Menem” (González, 2010: 20). La serie incluye “La ciudad de la alegría” (1993), “Todo por dos pesos” (1995) y “Atrapado por las fuerzas del mal” (1993)⁴⁰, entre otras. En “La ciudad de la alegría”, López expone una sociedad plástica, basada en las apariencias: una mujer con tapado de piel del brazo de su marido vestido de traje posan

39 Nota de la autora: Se refiere al líder cubano Fidel Castro en el momento de la caída en 1989 del Muro de Berlín y la finalización de la guerra fría en el mundo entero.

40 “Ciudad de la Alegría” (1993) “Todo por dos pesos” (1995) y “Atrapado por las fuerzas del mal” (1993) Fotografías perteneciente a la Serie “Pop Latino”.

frente a la cámara con lentes para películas 3D, mientras que en el fondo luce un cartel de campaña de Carlos Menem. En el caso de “Todo por dos pesos”, un hombre con una personificado como el protagonista de la película *La Máscara* nos invita comprar en un local cuyo cartel de ingreso dice: *Importación \$1.99*. La foto, ubicada dentro de la serie Pop Latino, representa una crítica al avance del mercado de consumo neoliberal y el valor de los productos importados que terminó con la industria nacional. Finalmente, en “Atrapado por las fuerzas del mal”, un Fidel Castro de apariencia joven pero con grandes ojeras, barba y ropa andrajosa, es capturado por un hombre-cocodrilo que lo amenaza con una pistola de agua, mientras una máscara o careta de sí mismo (del propio Fidel Castro) se ríe del asalto. Esta imagen representa una ironía acerca del derrumbe del comunismo una vez caído el Muro de Berlín y el viraje hacia una economía capitalista de Rusia en 1989.

Ya en alguna de estas imágenes de 1995 asoma lo que hemos denominado la estética *menemista*, caracterizada por lo kitsch, el bizarro y la frivolidad. Queda en claro, entonces, que la serie Pop Latino (2000) es la antesala de Sub-Realismo Criollo (2003), en tanto ya denuncia la nueva lógica de consumo que comienza a imperar en la década del noventa.

Tres dimensiones se articulan en sus fotografías: la técnica, el concepto y la estética. El complejo de inferioridad es uno de los ejes de su obra, lo mismo que el provincianismo manifestado en los pares dicotómicos manifestados en el eje norte sur, desarrollo-subdesarrollo (López, 2013). El hecho de haberse formado como documentalista le permite reflejar a través de sus imágenes la realidad del país al modo de una obra de teatro. López representa una crónica de la Argentina a través de personajes particulares: los héroes no tienen rostros reconocibles sino que son personajes de la cotidianeidad. Incluso los mitos locales que pone en escena -Gardel, Perón, el Che Guevara, Evita- son una mala copia del original. “Desde la teatralidad de sus imágenes emergen actores en los que nos podemos reconocer gracias a la textura iconográfica que los contextualiza” (Castellote, 2010). Asimismo, es oportuno recalcar que varios de los personajes de las fotografías que forman parte de Sub-Realismo Criollo (2003) acarrear una mirada de tristeza, de desasosiego, reflejo de la incertidumbre de un país sumido en el desempleo y los nuevos ritmos laborales impuestos por el mercado. López logra que los lugares frecuentados por los ciudadanos porteños, a pesar incluso de la saturación del color y la carga de publicidad e

información, se vean como espacios deprimentes habitados por personajes sombríos. “A contrapelo de las paletas de colores decididas, las situaciones representadas son inciertas, y su aura de tristeza general resulta misteriosa” (González 2008).

Una de las fotografías más reconocidas de la serie, “Asado en Mendiolaza” (2001)⁴¹, en la que Marcos López reunió a artistas y amigos para comer un asado en Córdoba, si bien da vida a la escena de “La última cena” de Leonardo Da Vinci, resulta también un ícono representativo de la *argentinidad*. Este retrato de la última cena “permite contemplar las mutaciones formales y conceptuales que se han producido en la fotografía latinoamericana en la década de los 90’: entre ellas la ruptura con el academicismo documental y la sustitución de los mitos por los protagonistas anónimos de la historia” (Castellote, 2010). Esta fotografía, sin lugar a dudas, tiene un plus dado que una semana después estallaba el trágico 19 de diciembre de 2001, con lo cual “Asado en Mendiolaza” se convirtió en la obra pop característica de ese período de nuestro país en tanto anticipa la última cena en el marco de una etapa signada por el hambre y la desocupación.

Crítica al consumo neoliberal

La obra de Marcos López habla de una transnacionalización general de la economía y la cultura en la Argentina. En “Esquina Roja” (2003)⁴² se destaca una calle típica de Buenos Aires con un puesto de hamburguesas pintado en color rojo vibrante repleto de publicidades de cervezas y bebidas colas. Esta característica esquina se reconfigura debajo de los relucientes anuncios mercantiles. Un letrero que anuncia “Panchos \$1” nos remite a los años de la convertibilidad menemista. La imagen representa “no sólo la bancarrota económica y política, sino una profunda revisión de los valores consumistas que habían sostenido el ideal del bienestar. De la misma manera y con una dura crítica hacia el ingreso de capitales extranjeros “Supermercado en Santa Fe” (2003)⁴³ muestra las ruinas del país de un modo directo (González, 2008). En la imagen de esta última

41. “Asado en Mendiolaza” (2001) fotografía perteneciente a la serie Sub Realismo Criollo.

42 Esquina Roja” (2003) fotografía perteneciente a la serie Sub Realismo Criollo.

43 “Supermercado en Santa Fe” fotografía perteneciente a Sub Realismo Criollo.

fotografía se ve el edificio de una cadena de supermercados de origen nacional con un cartel gigante cuyo nombre es “Bienestar”. En absoluta contraposición a su nombre vemos una playa de estacionamiento vacía, un supermercado sin consumidores y prácticamente abandonado. La escena está saturada de abandono y desasosiego, dos sensaciones y situaciones características de la década del noventa.

Tal como ya dijimos, López comienza a trabajar en torno al consumo desde “Pop Latino” y vuelve a desarrollarlo en “Sub-realismo criollo”, aunque, en este último caso, intentando no darle tanto protagonismo visual a las marcas: “Tanto me hice el rebelde con el Pop Latino, e incorporaba la publicidad de un modo caricaturesco dentro de la obra, que a fines de los noventa los jóvenes directores de arte de las agencias compraron el libro, y cada vez más seguido comenzaron a llamarme para hacer fotos de campañas publicitarias” (López, 2013). Marcos López toma las propiedades de la fotografía publicitaria y las utiliza para burlar un sistema instaurado durante un período gubernamental pero también a escala global en el que se estimula a comprar y consumir como fórmula para alcanzar la felicidad. Así, pone en evidencia las heridas de clase, el multiculturalismo como consecuencia de la nueva época. López busca incluir a través de su obra a los excluidos del sistema social por la lógica del mercado. Personas del público en general posan como modelos publicitarios al lado de figuras famosas de los medios de comunicación (estrellas de cine y modelos). En “Esquina ADIDAS” (2003)⁴⁴, por ejemplo, vendedores ambulantes del barrio Once, en Capital Federal, y transeúntes y muchachas jóvenes que van de paso, cruzan una esquina con ropa brillante y de colores estridentes con logos gigantes de esta marca deportiva inscripta en camperas, bolsos y carteras. Se los ve felices, vestidos en forma estandarizada, luciendo ropa de las marcas deportivas más conocidas. Sin dudas, predomina un “*all in*” en sus collages fotográficos. “Las marcas de publicidad están en todos lados. Por encima de todo. Como no se pueden evitar, solo hay que volver a ponerlas sobre la mesa. Warhol y el Por Art ya dijeron todo lo que hay que decir sobre el tema. Yo solamente cargo las tintas con el sabor amargo -digamos agridulce- propio del resentimiento que está en la esencia de todo gesto poético que provenga del mestizaje” (López, 2013). Desde esta perspectiva, González (2008) afirma que la obra de Marcos López referida al Por Art alude no tanto a la historia del arte sino más bien al proceso de degradación de las culturas locales en el

marco del avance de las culturas globales de los países del llamado Primer Mundo. “Las fotos de López aluden a una cultura periférica arrasada por el torrente homogeneizador del capitalismo tardío” (González 2008).

Todo esto lo podemos percibir en las acumulaciones de objetos de consumo en cada escena que el artista santafesino monta para sus fotos, así como en los colores cargados y disonantes. En sus fotografías, los personajes y el producto tienen la misma importancia. El elemento de consumo no se pierde en la escena sino que posee un protagonismo equivalente al del fotografiado, por lo que también funciona como elemento comunicacional. “En la actualidad, en las urbes latinoamericanas, nuestra experiencia cotidiana tiene menos que ver con la herencia del folclore indigenista que con el colorinche ubicuo de souvenirs made in Taiwan” (López, 2013).

Recordemos -como adelantamos en el capítulo que trabajamos la “Estética menemista”- que era recurrente en el presidente Carlos Menem mencionar en cada entrevista la ropa que vestía, al modo de un conductor televisivo: las corbatas y camisas de sus diseñadores favoritos, tales como Versace y Armani. La misma lógica seguía para cada partido de tenis, de golf y en cada presentación en eventos deportivos. El riojano encarnaba una subjetividad moldeada por el modo de vida consumista y los cada vez más expansivos medios de comunicación.

Se suma a la sociedad de consumo, la creciente transnacionalización de la vida social que López parodia en “Carnaval Criollo” (1996)⁴⁵, en donde una joven de guardapolvo celeste, probablemente mucama, sostiene sobre su rostro -con guantes de goma color naranja- una careta plástica con la forma de la corona de la estatua de la libertad impresa con los colores de la bandera norteamericana. Detrás de ella se visualiza la Avenida 9 de Julio y un cartel publicitario pintado sobre un edificio que dice: “A New York sin Escalas” en clara alusión a las relaciones carnales con Estados Unidos. “En esta fotografía es posible leer una radiografía de la gran banalización y el festival de consumo vivido durante los 90” (Magaril Alterman, 2012). La autora explica que la utilización del término “New York” en vez de su correlato en castellano “Nueva York” supone que el aviso publicitario está dirigido a un receptor específico y además refleja el proceso de inserción de íconos culturales tomados de una cultura extranjera. Paralelamente repara en la falsedad del anuncio que publicita “A New York sin escalas”.

44 “Esquina ADIDAS” (2003) fotografía perteneciente a Sub Realismo Criollo.

“Es a partir de esta cita que López devela el imaginario presente en la era menemista, un imaginario cargado de falacias y construcciones inverosímiles en torno a nuestra inserción en el primer mundo y la relación directa con el gran mercado en tanto ciudadanos consumistas” (Magaril Alterman, 2010).

Por su parte, “Mozo” (1997)⁴⁶ es una fotografía tomada por López en algún lugar de La Quiaca. Allí vemos un plano general de un mozo con una bandeja y sobre ella una botella de vidrio de Coca Cola y un vaso casi vacío. La delicadeza y responsabilidad con la que el mozo lleva la botella de Coca-Cola reflejan el culto al ícono y el respeto a dicha simbología, aún en un lugar en donde los valores, ritos y tradiciones distan mucho de aquellos practicados en los centros urbanos. Para Magaril Alterman (2012) “pareciera que el artista nos quisiera transmitir la idea de que hasta en La Quiaca, donde creemos que prevalecen otras reglas y otros códigos, la Coca Cola ejerce su influencia”.

En ambas imágenes -“Mozo” y “Carnaval Criollo”- López juega con los sentidos que configuraban el clima de esa época construyendo escenas que hablan sobre los aspectos políticos, sociales y culturales propios de aquel período: el mercado, el imperialismo norteamericano, la importación de productos extranjeros, la conversión de ciertos ideales de la lucha y resistencia latinoamericana en mercancías de consumo turístico, la fetichización de íconos y personajes políticos, patrióticos y folclóricos, entre otros” (Magaril Alterman, 2010).

El subdesarrollo: desde el sur hacia el sur

Como mencionamos más arriba, Marcos López se considera a sí mismo como un artista que mira desde el sur hacia el sur, un artista del subdesarrollo. A través de sus fotografías cuestiona pero también manifiesta un compromiso con la realidad social, política y cultural de América Latina. De ahí que muchas de las tomas reflejan costumbres, ritos y celebraciones. A este respecto, López (2013) señala que piensa todo el día en imágenes, “tratando de entender el sentido de la vida, el mundo de las

45 “Carnaval Criollo” (1996). Fotografía perteneciente a la serie Sub-realismo criollo.

46 “Mozo” (1997) Fotografía perteneciente a la serie Sub-realismo criollo.

desigualdades a través de la fotografía. Me interesa fundamentalmente el ser humano en relación al entorno”. Es por este motivo que casi no hace paisajes ni abstracciones. A través de la serie Pop Latino y Sub-Realismo Criollo, habla de las relaciones de las personas con los medios y la incitación al consumo que estas máquinas mediáticas provocan a diario. Es el caso, por ejemplo, de la fotografía “Comida rápida” (2007)⁴⁷, en la que puede verse una cadena internacional de hamburguesas que adquiere la textura y el color local incluyendo sillas plásticas y manteles de colores de tela comprada por metro, se trata claramente de una parodia a la proliferación de locales de McDonald’s.

López utiliza objetos en los que todos podemos reconocernos de alguna manera u otra. “Yo trato de hablar desde una cultura de un continente. Creo que se trata de una reflexión poética audiovisual, que es un ensayo socioeconómico-político emocional” (López, 2013). Asimismo, López (2013) expone el punto de vista desde el cual se posiciona para llevar adelante su obra: “Siempre me interesó que mi obra hable de la periferia, mostrar la textura del subdesarrollo. La pegajosidad de los manteles de hule. Trato de que mi trabajo tenga el dolor y la desprolijidad de la América mestiza. (..) Siento que no nos da el cuero para el primer mundo, sólo estamos en un vuelo entre Tacna y Arequipa y el mismo que te hace el *check in* es el que te lleva la maleta y el que te recibe con otro uniforme. Esa precariedad emocional, en un punto, es mi andarivel”. Con esta reflexión, el fotógrafo habla de los modos de apropiación de nuestra latinidad. Por su parte, el escritor Alan Pauls (2007: 45) expone algunas de las situaciones que a su parecer definen esa latinidad en la fotografía del santafesino: “Los estereotipos en la mismísima esquina de todo por un peso, los bustos de Evita y de Perón que se rematan al mejor postor entre parrillas, cuchas y juegos infantiles. La última cena bajo el cuchillo de un Cristo criollo rebanando un pechito al asador. López no retrata el subdesarrollo sino su ‘textura’: el punto delicadísimo en que lo social deja de ser una materia bruta... y empieza en cambio a mirarse, pensarse, a representarse con un incipiente, tímido, modesto espesor estético” (Pauls, 2007: 49). Así lo explica el propio López: “La identidad latinoamericana es el eje cultural de toda mi obra”.

Una muestra de esto es "Suite Bolivariana" (2009)⁴⁸, una especie de toma en gran

47 “Comida rápida” (2007). Fotografía perteneciente a la serie Sub- realismo criollo.

48 Suite Bolivariana (2009). Fotografía perteneciente a la serie Sub Realismo Criollo.

angular y collage con gran variedad y cantidad de personajes. Por un lado, un grupo de mineros tratan de izar la wiphala, bandera aborigen, mientras caminan sobre obras del artista pop Andy Warhol, como Cajas Brillo, latas de sopa Campbell, retratos de Elvis, Marilyn Monroe, Elizabeth Taylor y Mick Jagger, entre otras. La escena es una referencia directa a la fotografía tomada por Joe Rosenthal⁴⁹ el 23 de febrero de 1945 en la Isla de Iwo Jima, cuando varios soldados estadounidenses levantan la bandera de su país tras haber expulsado a las fuerzas japonesas. López se apropia de la escena pero reemplaza a los soldados norteamericanos por mineros del Alto boliviano. La otra mitad de la fotografía está ocupada en su eje central por una pileta *pelopincho* con los bustos de Evita y Perón que flotan sobre salvavidas de colores; a su vez, hay gran cantidad de choclos tirados en el piso -alusión al maíz con el que Marta Minujín pagó la deuda externa a Andy Warhol⁵⁰- alrededor de la pileta y la figura de Carlos Gardel y algunos jugadores de básquet de la liga norteamericana NBA como símbolo de los Estados Unidos. La foto muestra la tensión y la convivencia entre desarrollo y subdesarrollo, Norte-Sur. Detrás de toda esta gran escena se destaca un mural gigante con personajes pintados como Bolívar, El Che, Evo Morales y San Martín. Esta obra, materializada en 5 metros de alto por 2 de ancho, simula los murales de Diego Rivera.

Como señala la periodista Beatriz Vignoli⁵¹: “López indaga en la dialéctica que constituye a América”. Esto lo podemos ver en fotografías como “El Mártir” (2005)⁵², que implica una puesta en escena del dolor a través del retrato de Héctor, un hombre de unos cuarenta años vestido de traje que lleva una cuchilla clavada en el pecho. Su rostro transpira sudor y su boca hace una mueca que transmite el dolor en silencio. Con la

49 Joe Rosenthal (1911-2006). Fotógrafo y reportero estadounidense. Su fotografía más famosa captó la imagen de un grupo de soldados norteamericanos clavando la bandera de Estados Unidos en la cima del monte Suribachi. Ganó el premio Pulitzer.

50 En 1985 Minujín realizó la performance “El oro latinoamericano” en el Exit Art de Nueva York. La artista plástica paga la deuda externa argentina Andy Warhol con choclos, considerados el oro latinoamericano. Minujín repite esta performance en Londres “Solving The International Conflict with art and corn” (1996) donde intenta resolver el conflicto de Malvinas pagando a Margaret Thatcher con choclos.

51 “El Mártir” (2005). Fotografía perteneciente a la serie Sub-realismo criollo.

52 “Amanda” (2005). Fotografía perteneciente a la serie Sub-realismo criollo.

misma lógica el artista retrata a “Amanda” (2005)⁵³, una joven de Bolivia con un vestido de piel sintética terminado con plástico transparente. Su corona está hecha de cuchillos, tenedores y cucharas de metal, es decir, con los utensilios de su trabajo. Amanda mira las cámaras y atrapa la mirada del espectador. También podemos citar en este punto “Chica leopardo” (2010) y "Familia de Sastres" (2010)⁵⁴, ambas fotografías muestran la cotidianeidad en una peluquería de La Paz en Bolivia, con una joven vestida de animal print sentada en un sillón y una familia de sastres de la misma ciudad; la joven posa frente a la cámara delante del mostrador de atención al cliente con los trajes hechos a medida como fondo de la escena. Con estas fotos “López elige la vía más genuina y más difícil: mostrar lo propio, pero mostrarlo a la vez propio y ajeno. Lo propio, en su obra, no es la dudosa autenticidad folklórica sino la puesta en escena de la vergüenza de un dolor: el dolor de no ser, de saberse estando nomás, con el centro siempre en otra parte” (Vignoli, 2010).

La estética *menemista*: lo kitsch y lo bizarro como marca de época

Marcos López desde su obra propone reconocernos en lo latinoamericano y lo barroco como influencia traída por los conquistadores. Él alude a esta belleza latinoamericana a través de la letra de un tema de Manu Chao llamado “Lágrimas de oro”, cuyo estribillo es "Tú no tienes la culpa que el mundo sea tan feo". Desde esta perspectiva, Sub-Realismo Criollo es una crónica subjetiva del fin de siglo menemista. Son imágenes, como decíamos, de un artista que mira desde el sur y desde el subdesarrollo. Es un arte político, son collages reales. Es la búsqueda de la identidad de un país latinoamericano (López, 2013). Lo kitsch, lo pop y lo bizarro fueron características argentinas en los noventa. “En la Argentina, el menemismo asumió rasgos particulares que afectaron el campo de los valores simbólicos. Por un lado, la estrategia política combinaba los formatos de la democracia electoral con tácticas que garantizaban un poder centralizado y autoritario. Por otro, la consolidación de la corrupción como modo de ascenso social

53 “Chica Leopardo” (2010) fotografía perteneciente a la serie SubRealismo Criollo.

54 “Familia de Sastres”(2010) fotografía perteneciente a la serie SubRealismo Criollo.

va conformando nuevos estilos de vida, y una cultura que Pierre Restany calificó de guaranga, ordinaria y superficial” (González, 2008). Son varios los factores que se suman para que kitsch, pop y bizarro se conviertan en características propias de una década. En primer lugar, las economías neoliberales que promovieron la importación de gran cantidad de productos de consumo. Nos vimos invadidos de cocoliches *made in taiwan* que “Como ya dijimos- López suele utilizar en su obra. En segundo lugar, la paridad cambiaria que permitió la compra de tecnología y artefactos para el hogar, al igual que los viajes y las vacaciones en el exterior. En tercer lugar, la ya mencionada estética del presidente Carlos Menem y las formas de vida de su círculo íntimo inaugurando una verdadera farandulización de la política. Época que fue caracterizada como “La fiesta menemista” y la década de la “Pizza con champagne”. Lógica que López expone perfectamente en la fotografía “Terraza” (2009)⁵⁵, en la que un grupo de personas y personajes notorios de la cultura popular -con el riachuelo que María Julia Alzogaray había prometido sanear como fondo- están reunidos alrededor de una pileta pelopincho en una especie de fiesta: se encuentra un Carlos Gardel gordo, con panza, sirviéndose un vino, perfectamente peinado -como siempre se mostraba- pero con un look más relajado, en traje de baño y camiseta; también se ve a una sirena tomando sol media desnuda en el borde de la pileta mientras que otra está con un salvavidas tomando un Gancia; en el fondo un señor de camisa y lentes oscuros saca la carne de la parrilla mientras que delante de él un físico culturista sostiene una manguera que llena la pileta; para cerrar la escena otro hombre cualquiera de chomba corta el salame, el queso y prepara la picada y el vermut. Cada uno de los personajes de la fotografía está en pose mirando la cámara como modelos publicitarios y no hay ningún tipo de interacción ni conexión entre ellos. A través de esta fotografía, López evidencia un individualismo típico de la época. Cada uno es modelo o consumidor de forma aislada, que no necesita de otros. A modo de cierre de este análisis, compartimos una larga cita sobre esta fotografía:

"En el plano cercano se puede observar a unos individuos de particulares características: el brillo, la cromaticidad, el contraste y la iluminación que poseen los hacen ver como si fueran de plástico, es decir, artificiales, esto causa cierto rechazo en el espectador al no poder encontrarlos estéticamente bellos. En contraposición a esto, en el plano lejano, se puede ver al puente Nicolás

55 “Terraza” 2009. Fotografía perteneciente a la serie Sub-realismo criollo.

Avellaneda, uno de los íconos reconocibles del distrito porteño de La Boca. Este barrio es históricamente identificado por ser uno de los más pobres, el lugar donde se asentaron inmigrantes, los cuales debieron convivir con otras familias en pequeños cuartos con comodidades compartidas y precariedad edilicia y sanitaria. Es en este lugar donde nace el tango, género musical de orgullo nacional para algunos. Precisamente, aquí se contraponen conceptos: riqueza/pobreza y ser/aparentar, exaltándose el sentimiento menemista de aquella época donde las sentencias pronunciadas por el presidente de turno exclamaban que la Argentina pertenecía al primer mundo. Por algún momento, estos individuos se olvidan quiénes son y de dónde vienen para pretender ser parte de una clase social alta ya que se pueden dar ciertos lujos" (González, 2008).

Otro fenómeno típico de la década del 90'-que mencionamos en el capítulo dos- es el boom de la construcción y en particular de countries y barrios cerrados. Marcos López ironiza sobre esto en "Vendedor de terrenos virtuales" (1997)⁵⁶. En esta fotografía un vendedor tomando mate nos invita mediante un gesto a comprar una casa prefabricada y bastante precaria ubicada de manera provisoria a orillas del mar. La foto muestra la casa en un lugar inhabitable y en un terreno en donde no se puede construir. Una especie de negocio fantasma que se juega tras la cara de un vendedor oportunista. El mismo vendedor que en "Predicador de TV" (1997)⁵⁷ aparece rodeado de teléfonos en un programa de telemarketing en vivo que nos ofrece a través de un teléfono, parodiando programas de televisión como el de Susana Giménez, La noche del domingo, los de los pastores evangélicos o incluso las propagandas de *Sprayette*, todo eso que queremos tener: amor, dinero y salud.

Llegados a este punto, se torna imprescindible resaltar en el Manifiesto de Caracas (1998) escrito por Marcos López, cuáles son las características del menemismo que plasmará de manera directa en su obra: a) Copia del original y referentes prestados; b) Estridencia -exceso- sátira; c) La vergüenza de haber sido y el dolor de ya no ser (González, 2008). El punto C, *la vergüenza de haber sido y el dolor de ya no ser*, se imprime en cada una de las fotografías en la que aparece, por ejemplo, la figura de Carlos Gardel encarnada en un actor porteño. En "Il Piccolo Vapore" (2007)⁵⁸, un bar de Buenos Aires, nos recibe, con todo el tango en las gigantografías de Gardel, el mismo

56Vendedor de terrenos virtuales" (1997) Fotografía perteneciente a la serie Sub-realismo criollo.

57"Predicador de TV"(1997) Fotografía perteneciente a la serie Sub-realismo criollo.

58 "Il piccolo vapore" (2007) Fotografía perteneciente a la serie Sub Realismo Criollo.

músico en persona y un bandoneonista, mientras una actriz vestida de rojo intenta comer un plato de pastas con la mirada melancólica. En “Gardel preocupado” (1997)⁵⁹, López hizo un retrato del ícono porteño encarnado en el mismo actor pero con una mirada perdida y una plaza desolada detrás de él. Mientras que en “Gardel apareció en el picnic” (1996)⁶⁰, un grupo de jóvenes colegialas se sorprende ante la aparición de la tradicional figura. El artista satiriza a través de estas jóvenes que se desesperan por tocar al ídolo la farandulización que el menemismo hace de los símbolos de la cultura. “Marcos López convocó al mismo actor que había posado, diez años antes, para su imagen emblemática del ícono porteño en Pop Latino. Está más viejo. La pose se repite, pero si en 1997 aparecía con los ojos en suspenso, como un símbolo eterno, aquí nos interpela con la mirada de un hombre atado como nosotros a los dones y arrebatos que dejan los años” (González, 2008).

Varias de estas características -kitsch, bizarro, exceso- fueron escenificadas por el propio menemismo. Es así que la foto de María Julia desnuda con un tapado de piel - que describimos en el capítulo dos- tranquilamente podría haber sido una fotografía montada por Marcos López. Esta señora, convertida en rubia y buscando mostrarse como una señora bella, hermosa y exitosa de la clase alta, deja en descubierto la estética del gobierno menemista. La escena se vuelve bizarra y decadente desde el momento en que la Secretaria de Medio Ambiente, una figura pública, posa frente a las cámaras simulando ser una estrella de Hollywood.

El recurso de la copia del original y referentes prestados, también aparece en “Feliz cumpleaños” (1996)⁶¹. En esta fotografía se visualiza en primer plano una joven soplando unas velitas con forma de los personajes del dibujo animado Power Rangers, mientras que en segundo plano se ve a su madre -la misma señora bien de “Ciudad de la Alegría”- vistiendo tapado de piel y lentes de película 3 D, símbolo del cine que llegó en la década del 90’. Un mundo de felicidad plástica se refleja desde el título de la obra pasando por toda la escena. Estas dos características -copia del original y referentes

59 “Gardel preocupado” (1997) Fotografía perteneciente a la serie Pop Latino.

60 “Gardel apareció en el picnic” (1996) Fotografía perteneciente a la serie Pop Latino.

61 “Feliz cumpleaños” (1996). Fotografía perteneciente a la serie Por Latino.

prestados- quedan notoriamente plasmados también en “Carne argentina” (1996)⁶². Un primerísimo primer plano de las manos de una mujer sujetando una hamburguesa gigante -simulando un combo de McDonald’s- y la bandera argentina en un segundo plano. Referente prestado es la idea que busca exponer López a través de una hamburguesa, ícono de la comida chatarra, como ironía de nuestra carne que es considerada de las mejores comidas del mundo.

“Taxista de La Quiaca” (1996)⁶³ es una alusión directa a Carlos Menem y la Ferrari con la que el presidente recorría la costa argentina. En la fotografía, un hombre de piel cobre posa frente a la cámara con campera de cuero negra, pantalón negro y el mismo color de pelo. Detrás de él un arco de una cancha de fútbol de un potrero del norte y un Chevy rojo tuneado como auto de carrera y con cartel de taxi. El personaje de la foto se parece excesivamente al mandatario e incluso lleva el mismo peinado. A través de la parodia y la ironía, López posa la mirada sobre un presidente que hace ostentación frente a un pueblo sumido en el olvido y la decadencia, tal como ocurrió en la Argentina en general pero con mayor hincapié todavía en las regiones del norte del país. Esta foto utiliza pone en escena el punto b (estridencia, el exceso y la sátira), elementos que López critica del menemismo.

Lo plástico: las máscaras

Al igual que la producción publicitaria, a partir de Pop Latino Marcos López propicia la creación de un mundo cosmético en donde el objeto retratado cede al impacto de los efectos y las manipulaciones efectuadas con posterioridad al instante de la toma. La artificialidad contrasta con la búsqueda de autenticidad y la exaltación del objeto retratado. Es así que en las fotos del artista -tal como en la imagen publicitaria- no interesa el objeto sino el símbolo que se desprende de él. Las imágenes de López no ocultan las distorsiones ni la manipulación (Alonso, 2004)⁶⁴. Lo plástico supone aquello que puede ser repetido innumerable cantidad de veces de la misma manera que las

62 “Carne argentina” (1996). Fotografía perteneciente a la serie Sub Realismo Criollo.

63 “Taxista de la Quiaca” (1996). Fotografía perteneciente a la serie Por Latino.

máscaras. López las utiliza como juego, como ironía y como esa línea que se borra entre lo real y lo imaginario. Este recurso se torna hegemónico en “Sub Realismo Criollo”. Sin embargo, ya en el Manifiesto de Caracas, define de la siguiente manera el Pop Latino: “Un shopping center de cartón pintado que tambalea azotado por los vientos patagónicos. (...) Al terracota profundo de la América altiplana lo cambio por rojo tahití, verde calypso o rosado escarlata. El color de los carros en Maracaibo. Un toque de humor y cierta liviandad en la mirada. Un evitar lagrimear por miedo de llorar hasta morir...” (Alonso, 2006). Es, sin dudas, una ironía acerca de la (i)realidad de los grandes centros urbanos latinoamericanos. Lo plástico es para López (2006) aquello que nos envuelve como una tela gomosa o de mala calidad: “Los pactos de silencio típicos de nuestras sociedades: un matrimonio que convive sin amor, tradiciones de mayor o menor calibre, frustraciones, complicidades. Como un tejido molecular la suma de los pactos conforman una red, un grupo social. La mismísima patria. El plástico los envuelve como si fueran sándwiches de miga y terminan siendo un pegote: el jamón se funde con el pan y el queso”.

Lo plástico como máscara que cubre y tapa se imprime en fotografías como “La reina del trigo” (1997)⁶⁵. La toma fue realizada en la ciudad de Gálvez, Santa Fe. En la imagen vemos a una joven galardonada como la “Reina del Trigo” que lleva con firmeza su capa y corona pero en lugar del bastón de mando típico que reciben al ser coronadas, tiene dos varillas de pan de trigo en sus manos. En segundo plano una camioneta F100 y los silos de clasificación del trigo. Lejos de llevar con orgullo su premio la modelo muestra un completo aburrimiento, detrás de una mirada de resignación. A través de esta obra, López remite a aquel sueño de ser la elegida del pueblo, sueño que tal vez ni siquiera es el de la joven de la foto sino más precisamente de su madre. La joven no se preocupa en lucir una máscara de reina feliz ante la toma, su aburrimiento excede la fotografía. Otra alusión directa a lo plástico como máscara se presenta en “Señora en la avenida 9 de julio” (1996). La fotografía es un plano medio de una mujer de unos cuarenta años vestida con un tapado animal *print* y piel. Su cuerpo está en medio perfil y la mirada fija transmite la seguridad de una clase social en ascenso. En fuera de foco aparece el obelisco y la avenida 9 de julio. Sin embargo, la mujer, que podría ser (o busca parecerse a) una señora de la aristocracia, deja ver alguna grietas: la piel en su

65 “La reina del trigo” (1997). Fotografía perteneciente a la serie Sub Realismo Criollo.

cuello es de piel sintética, lejos de llevar un collar de perlas lo que luce es un collar de mostacillas plásticas y de colores. Fantasía pura representada a través de dos elementos. La máscara se cae y la mujer de la foto no es más que una señora de la clase media buscando parecer de clase alta. Por último, “Botero en el Parque” (1996)⁶⁶ nos muestra a un señor enmascarado que con campera de nylon hace ejercicio en un parque como forma de acelerar el proceso para bajar de peso. Así como la escultura de un torso sin cabeza de Botero -que aparece en segundo plano-, el hombre de la fotografía no tiene rostro, dado que está oculto detrás una máscara de goma. Presuntamente debajo de la máscara esconde una persona cuyo aspecto físico no coincide con los cánones de belleza impuestos por los medios de comunicación. La foto se imprime en el contexto de la década del 90’ en la que lo estético se enarbolaba como el valor fundamental.

Lo plástico toma un lugar principal en la obra de López al punto que -aquello que aparecía como complemento en las primeras fotografías de la serie Pop Latino- adquiere un lugar principal en “Sub-Realismo Criollo”. López ya no necesita actores no profesionales para montar una escena y hablar de los aspectos económicos, sociales y políticos de América Latina, dado que los reemplaza por muñecos y personajes de goma.

En cuanto a las máscaras vale mencionar la fotografía “Cavallo en la Puna” (1996)⁶⁷. La escena muestra a una persona con la máscara del ex ministro de economía leyendo el diario “Jujuy”, en el que se lee el titular “Menem despidió a Cavallo”. De fondo la árida puna muestra al economista solo en medio de ese paisaje norteño. La imagen refleja la falta de apoyo que tuvo Cavallo al ser despedido por el ex presidente Carlos Menem, pero sobre todo plasma una imagen de prescindencia de este tipo de personajes en tanto los verdaderos triunfadores en esa década son los grandes poderes transnacionales. Por su parte, “Bandera Nacional” (1996)⁶⁸ es un primer plano de una máscara de látex de la cara de una mujer -sin ojos, sin orejas- y en segundo plano la bandera argentina hecha con bolsas de residuos. La escena representa un gobierno que no ve ni escucha las necesidades básicas de la población, un gobierno vacío.

66 “Señora de la Avenida 9 de julio” (1996) Fotografía perteneciente a la serie Sub-Realismo Criollo.

67 “Botero en el parque” (1996). Fotografía perteneciente a la serie Sub-realismo criollo (2003)

68 “Cavallo en la Puna” (1996) Fotografía perteneciente a la serie Pop Latino.

“Reelección” (1995)⁶⁹ es una foto en blanco y negro del candidato a presidente Carlos Menem pegada sobre cartón pintada con colores estridentes al modo de los comics del artista pop Roy Lichtestien. En segundo plano y detrás del candidato una cupé y la tipografía de campaña MENEM 1995. La fotografía pone en escena el consenso social que tuvo el gobierno neoliberal de Carlos Menem. “Todo por dos pesos” (1995)⁷⁰, que ya describimos anteriormente, resume en la máscara de un personaje de película (La Máscara) y un local de “Todo \$1.99” el boom de lo importado y los productos de consumo “*made in*” taiwan.

Frivolidad mediática

Marcos López idealiza a los modelos como lo hace la fotografía de moda. Ese es el recurso que utiliza para la parodia: frivolidad mediática. De la misma forma que el menemismo trasladó a los modelos y a las estrellas mediáticas a la Casa Rosada y a los lugares tradicionalmente destinados a debatir sobre el futuro político de los ciudadanos. Fue costumbre del ex presidente recibir a cada cantante, actor, político que visitara el país, tal como lo expusimos en el capítulo 2: Xuxa, Michael Jackson, los Rolling Stones, Madonna, Claudia Schiffer, Martín Palermo, Diego Maradona, Charly García, etc. De la misma manera, Marcos López realiza en la terraza de la Fundación Proa, espacio destinado al arte y la cultura, la foto “Picada en la terraza de Proa”. La imagen es un plano en gran angular donde se ve un grupo de personas tomando sol y comiendo una picada con el riachuelo y el barrio La Boca en segundo plano y a modo de fondo. El grupo de personas que descansa en la terraza es tan variado como un bañero, estrellas de cine y televisión, alguna que otra modelo, un reportero y un mozo. Tal como expusimos más arriba, la misma relevancia tienen los personajes como los productos de consumo tales como las botellas de Gancia, los sachets de Fanacoa, los sifones de soda, las sombrillas y los patos inflables para el agua. La foto -un correlato de “Terraza” (2009)⁷¹- parodia la denominada *fiesta menemista*.

69 “Bandera Argentina” (1996) Fotografía perteneciente a la serie Pop Latino.

70 “Reelección” (1995) Fotografía perteneciente a la serie Pop Latino.

71 “Todo por dos pesos” (1995) Fotografía perteneciente a la serie Pop Latino.

En cuanto a esa frivolidad mediática, que es recurrente en sus fotografías sobre los 90', López reconoce que “no fue una decisión deliberada la de documentar el menemismo. Esas fotos reflejan el espíritu del descalabro, de un país de cartón pintado. Yo soy como un director teatral coordinando una puesta en escena, y además abordo la foto desde un lugar pictórico. Permanentemente doy instrucciones al retocador digital para que modifique los colores en función de la puesta que generé” (López, 2013)⁷².

Esto se refleja también en Pop Latino a través “Autopsia” (2005), una reinterpretación de la obra “La lección de anatomía del Dr. Tulp” (Rembrandt, 1963) fusionada con una representación de la foto del Che Guevara muerto en la selva boliviana que inmortalizó Freddy Alborta⁷³. Esta trágica escena muestra a un grupo de siete hombres, entre ellos médicos forenses, peritos balísticos y enfermeros rodeando el cuerpo sin vida de una mujer sin pechos (en reemplazo del Che). Lejos de parecer un grupo de profesionales preocupados por una labor de tal magnitud, cada uno de ellos “miran la cámara con la emoción de estar ahí a treinta centímetros de una hermosa joven, desnuda, maquillada, mutilada, inaccesible” (López, 2006). A través de esa mirada a la cámara, López juega con la idea de los quince minutos de fama que todo el mundo desea tener, según la famosa admonición de Andy Warhol. Paralelamente, en el apartado final del libro “Marcos López” (2010), el artista explica que en el fondo “Autopsia” es un documento: “Más allá de los retoques digitales, los adornos, los cambios, las citas a Rembrandt y a la muerte del Che en Bolivia, Autopsia representa la muerte de la patria joven. Las ilusiones de un país que no pudo ser. Una generación quebrada (...). Una autopsia mal hecha de una muerte evitable. Una autopsia inútil, trucha, clandestina, perversa, desalmada” (López, 2006). En síntesis, retrata y denuncia la muerte de un país como consecuencia de la falta de políticas estatales frente al ajuste, la exclusión, la pobreza, el hambre y el avance de la plasticidad del mundo material que propone el mercado neoliberal. Al mismo tiempo, lo absurdo representa el entrecruzamiento del pop con lo local capturando las tensiones, los contrastes y las contradicciones de la cultura visual contemporánea.

72 “Terraza” (1995) Fotografía perteneciente a la serie Sub Realismo Criollo.

73 Freddy Alborta (1932 -2005). Fotógrafo y cineasta boliviano. u foto más conocida es la que tomó en Vallegrande en 1967 en la que aparece el cuerpo del Che Guevara con los ojos abiertos.

CAPÍTULO 5:

RECURSOS ESTÉTICOS PARA RETRATAR LOS NOVENTA

Elementos y personajes

Si bien las fotografías de Marcos López parecen obvias a primera vista, característica propia del Por Art, en realidad desatan múltiples preguntas y cuestionan la realidad. El collage y la toma en gran angular que cubre una amplia perspectiva, son las técnicas elegidas para narrar en una misma escena varias situaciones. El uso de ambas técnicas le permite incorporar gran cantidad de elementos y personajes. Debemos tener en cuenta que las escenas que López monta generalmente juegan con los pares dicotómicos. Este es el caso de *Terraza* (2009) - que detallamos en el capítulo anterior- en la que incorpora personas de la vida cotidiana como modelos, fisicoculturistas y actores para retratar la fiesta menemista. En cuanto a los elementos que utiliza para referirse a esta década, recopilamos los siguientes: las máscaras de políticos de la época -el ex Ministro de Economía Domingo Cavallo y el ex Presidente Carlos Saúl Menem-, tecnología importada, ropa suntuosa (tapados de piel), ropa kistch (animal print, etc.), marcas deportivas, colores de pelo -como el rubio- que fueron un sello noventista, artículos de consumo importados (todo aquello que adquiriríamos en un “todo \$1.99”), publicidades callejeras, afiches y pancartas, cuerpos esculturales, el maquillaje en exceso, por mencionar los más salientes.

En el caso de los personajes, generalmente en la obra de López aparecen políticos, héroes míticos, leyendas populares a modo de referencia constante a la latinidad. El Che Guevara, Fidel Castro, Carlos Gardel, Evita, Perón, Simón Bolívar, Indira Mora, Gauchito Gil, Gran Cacique Guaicaipuro, son algunos de los personajes que incorpora a la serie como un recurso para representar y también satirizar las costumbres y la historia de América Latina. Al respecto, podemos destacar dos obras: “Asado en Mendiolaza” “Como explicamos en el capítulo anterior- que resume el inicio de un período de hambre y desocupación después de diez años de políticas neoliberales del gobierno menemista y su continuidad en el gobierno del radical Fernando de la Rúa.

Otra alusión de este tipo es “Gaucho Gil” (2008)⁷⁴, una foto que presenta la figura de este santo con una mirada desafiante, con boleadoras y un cuchillo en mano. López (2009), incluso, se tomó el atrevimiento de agregarle el cuchillo para que pueda defenderse de aquellos que vienen a atacarlo. Detrás de él un campo y una cruz en llamas. La escena es sinónimo de un país en llamas ante el avance la crisis social y económica.

En “En el jardín botánico” y “Atrapados por las fuerzas del mal” (1993), “protagonizados por un personaje de barba que recuerda a los líderes guerrilleros, recurre al relato ficcional del cómic para parodiar la conversión de los ideales de lucha y liberación de los pueblos latinoamericanos en mercancías de consumo turístico” (González, 2008). Allí se condensan dos preocupaciones del artista santafesino: la degradación política-cultural frente a la imposición de hábitos mercantiles globalizados.

Debemos considerar que los retratos en la obra de López “En su gran mayoría no refieren a un individuo sino a un personaje alegórico. Es por esta razón que “no importa la identidad del actor que posa, pues ellos encarnan vivencias o sentimientos colectivos” (González, 2008). López cree que “el disfraz (el vestuario) es un recurso para desentrañar los sentimientos más profundos. Son mozos de bar, taxistas, plomeros, un profesor de la universidad, artistas plásticos. Da lo mismo. Cuando miran a cámara, todo se deshace. Se desintegra el personaje y sus ojos hablan de lo único que se puede hablar en este paso por la vida. Nada original. Lo mismo que repiten todas las letras de tango: la vergüenza de haber sido y el dolor de ya no ser” (López, 2006).

Marcos López trabaja con modelos no profesionales en escenarios naturales o con escenas armadas de manera tal que no buscan la perfección sino montar lugares que estamos acostumbrados a frecuentar. Así lo destaca: “No hace falta más nada. Las ideas no importan. Los temas tampoco. Solo importan los pequeños gestos. La puesta en escena es la misma que la documental (López, 2009). De ahí que los escenarios de sus fotografías tienen que ver con la cotidianidad: vendedores y consumidores de Once posan con sus ropas deportivas marca Adidas en una esquina de Buenos Aires, ciudadanos que caminan al trabajo son fotografiados como protagonistas de una publicidad de Coca Cola; este grupo de personas va cruzando la calle y en el fondo se ve una publicidad callejera de la gaseosa que reza: “No sos extra, le das clima a la escena”.

74 “Gauchito Gil” (2008). Fotografía perteneciente a la serie Sub Realismo criollo.

La gente con cara de deprimida y sometida camina con la vista fija en un punto, mientras la publicidad gana protagonismo.

Cuando su cámara capta un personaje, el punto de vista ligeramente bajo del gran angular hace que el entorno pierda importancia y de esta manera el personaje elegido se vuelve monumental, ocupando el centro de la escena y del mensaje. "Marcos López ha fijado una iconografía propia y mestiza que alía lo convencional y lo diferente, el espectáculo y la tragedia, la autenticidad y el estereotipo, componentes extraídos del ámbito de los medios de comunicación propios del melodrama, en el que la televisión y las telenovelas, las historietas y sus superhéroes, el cine y las estrellas, dibujan una irrealidad cada vez más engañosa, menos comunicativa, más enajenante" (Castro Díaz (2012: 58).

Otro de los factores que colabora con esa cercanía es la forma de poner en escena situaciones que muchas veces miramos sin ver, aquello que se nos escapa como se nos escurre el agua entre las manos. "Marcos monta una escena cotidiana, pone el acento en un gesto, en un detalle y la escena cobra otra dimensión. Se nos mete a través de los ojos, en el pecho y nos golpea en el estómago. Y nos obliga a salir de la indiferencia" (Costa Peuser, 2013). "Chica leopardo" (2010)⁷⁵, por ejemplo, sigue esta lógica: una joven peluquera es retratada en su sillón y con los espejos de fondo a modo de una conductora de televisión. La imagen refleja esas apariciones en las revistas del corazón tan deseadas por la gente "común". Buena parte de la sociedad mediatizada en los 90' parecía desear ser una estrella de televisión fotografiada por una revista de moda. Tal como se repite en "Ciudad de Santa Fe" (1996)⁷⁶, en donde un hombre con camisa desprendida y pantalón desarreglado sostiene una botella de cerveza Santa Fe entre sus manos a modo de pauta publicitaria. Una escena completamente diferente nos propone en "Chica vaca con perro" (2003)⁷⁷, en donde se visualiza a una mujer vestida con un traje de baño animal print, un gorro de natación y un perro a su lado que parece ser un galgo. El look de la joven presenta un estilo europeo, que en los 90' podría verse en personas de las clases sociales más altas. A diferencia de los retratos anteriores

75 Costa Peuser, 2013

76 "Ciudad de Santa Fe" (1996) Fotografía perteneciente a la serie Pop Latino.

77 Chica leopardo" (2010) Fotografía perteneciente a la serie Sub Realismo Criollo.

realizados en escenarios naturales, esta modelo se ubica en un escenario construido para la toma.

Así analiza el uso de elementos y personajes la investigadora Maribel Castro Díaz (2012: 58): “Mediante una estética de poses forzadas, colores exagerados y elementos y personajes locales reconocibles, propone una especie de estudio sociológico. El artista realiza una reflexión en clave de humor en relación a la identidad latinoamericana a través de ciertos mitos y lugares comunes, y también una reflexión acerca de la mirada globalizadora del consumismo americano y al desmesurado deseo de apariencia en la clase media argentina”.

El uso de productos de consumo masivos

La elección de productos de consumo masivo es parte de su filiación con el Por Art. La publicidad, los estereotipos propuestos por los medios de comunicación, los productos de consumo masivo reflejan el kitsch urbano, cada vez más importado, de los 90. “Las fotografías de Marcos López tiene la particularidad de ser como radiografías de época. No registran el instante sino que recrean la sensación del mundo en el que vivimos” (Fariña, 2010)⁷⁸. Este es el caso de “Buenos Aires ciudad de la alegría” (1993), en donde los lentes 3D que llevan los personajes caracterizan las nuevas salas de cine que llegaron al país en ese período. A través de ellos López imita un país con una mirada ilusoria, deformada, que cree pertenecer al Primer Mundo. Como señala Magaril Alterman (2012): “López juega con los sentidos que configuraban el clima de época del momento construyendo escenas (a veces en escenarios reales y a veces completamente montados y producidos hasta en sus mínimos detalles) que hablan sobre aspectos políticos, sociales y culturales propios de dicha década: el mercado, el imperialismo norteamericano, la importación de productos extranjeros, la conversión de ciertos ideales de la lucha y resistencia latinoamericana en mercancías de consumo turístico, la fetichización de iconos y personajes políticos, patrióticos y folclóricos, entre otros”.

Paralelamente, López se replantea en Sub-Realismo Criollo (2003) la

78 “Chica vaca con perro” (2003) Fotografía perteneciente a la serie Sub Realismo Criollo (2003)

centralidad de los objetos de consumo, tal como lo había hecho en fotografías como “Criollitas” (1996)⁷⁹. Los productos se mantienen como protagonistas en sus fotos pero no se roban la escena sino que los empieza a incorporar como parte de un todo más amplio. Este es el caso de “Picada de Proa” (2005)⁸⁰, en la que los productos de consumo como el Gancia, la mayonesa Fanacoa, aparecen decorando la escena y colaborando con la composición: “Los objetos ayudan formalmente a la composición pero además simbolizan cosas. Por ejemplo, en el retrato de Rogerio, el avión es un avión, pero también es una ofrenda, un objeto de deseo y un misil. El yugo en el cuello ya se sabe lo que significa. Y en cuanto al color, el rojo de fondo tiene la contundencia de los clásicos. Se potencia mutuamente el color de la piel del modelo: negro violáceo” (López, 2006). La fotografía representa la venta de empresas nacionales a capitales extranjeros.

Otro ejemplo de uso de productos de consumo masivo es “Mozo” (1996), ya descrito en el capítulo anterior. La fotografía de un mozo del norte argentino que lleva en una bandeja una Coca Cola y un vaso de vidrio. Para Magaril Alterman (2012) “pareciera que el artista nos quisiera transmitir la idea de que hasta en La Quiaca, donde creemos que prevalecen otras reglas y otros códigos, la Coca Cola ejerce su influencia.” López carga las escenas con elementos característicos de la cultura chatarra y a través de la banalización de figuras populares y próceres. En este sentido, podemos mencionar “Feliz Navidad” (1997), en la que observamos en primer plano a un hombre de unos 50 años con una Sidra Real en una mano y dos copas en la otra, y en segundo plano un árbol de navidad y un cuadro de Eva Perón. A pesar de la alusión a las fiestas, el espacio donde se genera la escena es bastante deprimente y el protagonista transmite una cara de resignación y tristeza. Como puntualizamos más arriba, López tiene una mirada crítica del entorno político y social de la época que se evidencia en “Esquina Azul” (2003) donde los afiches y la publicidad callejera de productos de consumo, a los que suman candidatos políticos, boliches y grupos musicales, tapa por completo el frente de un local en el que quedo a la vista un cartel de “Cooperativa hogar obrero”. La fotografía sin dudas es una puesta en evidencia del quiebre de la industria nacional frente al avance

79 “Criollitas” (1996) Fotografía perteneciente a la serie Pop Latino.

80 “Picada del Proa” (2005). Fotografía perteneciente a la serie Sub-realismo criollo.

de las empresas extranjeros. Por su parte, “Constitución” (2005) muestra una esquina de ese barrio de Buenos Aires en la que los transeúntes se mezclan con la contaminación visual de las publicidades y afiches. Una carnicería llamada “Vaca Loca” se ubica junto al de una pizzería porteña anunciada en un cartel gigante de “Coca Cola” , mientras que un señor vestido de traje camina con una bolsa de “Movistar-Telefónica” y otro hombre lleva a modo de anuncio colgado del cuerpo un cartel que invita a “Locutorio, Fax, Drugstore”. En esta escena se repite la lógica anterior de las empresas extranjeras, el boom de las telecomunicaciones y las marcas extranjeras. Todo indica que López remite a través de esta escena a las típicas fotografías de Nueva York, en las que los anuncios de luz de led se mezclan con miles de personas cruzando una misma esquina.

CAPÍTULO 6

RECURSOS TÉCNICOS PARA RETRATAR LOS 90'

La iluminación

El tipo de iluminación que usa Marcos López es por lo general la luz artificial. En los casos en los que utiliza luz natural, siempre le agrega una luz artificial para componer las escenas. Es oportuno aclarar que la luz artificial o la luz de flash suponen un tipo de iluminación fría, con lo cual la escena o el retrato se vuelve más duro, más artificial. Por esta razón, las tomas en interiores -sin luz natural- están realizadas con flash de estudio y sobre exposición (sobre iluminación). La sobre iluminación es una alusión directa a la década del 90', ya que pone en evidencia lo plástico y duro de las escenas montadas de las escenografías televisivas o publicitarias en la que los colores saturaban. La luz de televisión quemaba las escenas resaltando la artificialidad de los decorados. En este sentido, la iluminación dura y fría es un recurso que López usa para resaltar los coliches así como la artificialidad de una época.

De esta forma lo analiza el escritor Martín Caparrós: “América Latina -parecía decir Marcos López- consiste en hacer caos de lo que el Primer Mundo considera un orden. Fueron los años de su Pop Latino: colores estridentes, luz violenta, íconos de cultura basura, las marcas, los carteles, reinas sin reino, músculos sin cuerpo verdadero, plastiquito -y un velo de tristeza detrás del maquillaje” (Magaril Alterman, 2012).

Al respecto, un ejemplo de escena con luz natural a la que López le agrega luz artificial con una intencionalidad definida es “Tía Negra Lavando Ropa” (1996). Se trata del retrato de una señora mayor en un patio verde con toboganes y juegos infantiles, vestida con una solera a lunares y llevando entre sus manos una caja de jabón Dúplex. La escena remite a la década del 90', cuando las publicidades de jabón en polvo golpeaban la puerta de la casa de una ama de casa común y corriente para que lave ropa en vivo. Esta fotografía es iluminada con un flash casi frontal remitiendo a una cámara de televisión que llega a entrevistarla.

El mismo tipo de iluminación utiliza López en “Gardel preocupado” (1997), ya descrita en el capítulo anterior. Si bien la toma es realizada a la luz del día, el artista

utiliza el flash para crear esa escena más artificial. La cara del artista está iluminada de la misma manera que la Tía Negra sólo que en este caso Gardel es una estrella perseguida por las cámaras de los medios. Las sombras en el costado del rostro le dan cierto dramatismo. Esta figura entristecida de Gardel, entendido como un ícono nacional, parece plantear el destino del país en un período de crisis.

Las situaciones se vuelven tensas por el uso de los colores saturados y por la luz dura que López agrega a los escenarios con luz natural. La artificialidad de las tomas se denota en el exceso de luz y el brillo en la cara de los personajes retratados. De esta forma, otras tomas realizadas en ambientes con luz natural a las que agrega luz de flash para representar esa plasticidad son: "Carnaval Criollo" (1996), "Taxista de la Quiaca" (1996), "Señora en la avenida 9 de julio" (1996), "Botero en el parque" (1996) y "Terraza" (2009). En todas utiliza luz artificial para dar tensión y artificialidad a las tomas. De hecho, en gran parte de las fotografías de Sub Realismo Criollo (2003) y Pop Latino (2000) utilizan este tipo de iluminación.

El fotomontaje

Marcos López utiliza el fotomontaje para crear los collages. A partir de la influencia de la pintura de Berni, se apropia de esta técnica para poner varias escenas en una sola toma y para incorporar una mayor cantidad de elementos y personajes. Por otro lado, el fotomontaje es utilizado para seguir la estética del muralismo, particularmente con la inspiración que ha provocado en López la obra del mexicano Diego Rivera. El fotomontaje le permite cubrir un campo visual mayor que el de la cámara y más amplio que el del ojo humano. Con una toma directa no podría cubrir un campo visual tan amplio. Sobre el uso de muralismo, López (2013) afirma: "Internalizar la mística y los ideales del muralismo mexicano para luego hacer *switch* y traspasarlos a los códigos actuales de comunicación de esta insensata aldea global". Podemos citar como ejemplo "Ciudad de la alegría" (1996) -descrita en el capítulo dedicado a la estética menemista- en la que se visualiza a dos personajes de la clase alta y en el fondo los afiches de campaña de Carlos Menem. Se trata de un fotomontaje desprolijo y evidente dado que su obra emerge de un potente cuestionamiento de la fotografía de ejecución correcta. De

la misma manera que “Comida rápida” (2007)⁸¹ que nos invita a pasar a un local de una cadena de hamburguesas en donde cada uno de los personajes fue fotografiado individualmente e incorporado al fondo con montaje digital. Allí queda en absoluta evidencia su intencionalidad de reflejar ese “país de cartón pintado a mano” que describe en el Manifiesto de Caracas (López, 2008).

Las fotografías de Marcos López son hiperrealistas pero se tensionan con recursos surrealistas propios de una estética pop. El uso de varias técnicas, estéticas y el montaje hacen de sus obras un verdadero collage. Por otro lado, las puestas son tan producidas que parecieran ubicarse en el otro extremo de las imágenes documentales. “Más allá de su manipulación, montaje o alteración de la “realidad” (tanto sea en el estudio, en la pose de los modelos, en la recontextualización de elementos, en la manipulación digital del color o del formato) estas imágenes retratan un momento, una verdad, la idea que el artista tiene de “verdad” (Magaril Alterman, 2012). Marcos López logra un profundo registro documental de la década menemista pero sin usar recursos clásicos: “asume la subjetividad de toda mirada (en contra de la supuesta objetividad proclamada por el movimiento documentalista) y no espera el momento justo para capturar su visión sino que la construye hasta en su más mínimo detalle” (Magaril Alterman, 2012).

Para mencionar otro ejemplo, Aldea Global (1997) nos muestra una mujer rubia tomando sol -con lentes para cama solar- protegiéndose de unas antenas parabólicas. En este caso, aparece una joven urbana, con típicos anteojos de sol, cubriéndose de antenas parabólicas que muestran la internacionalización de la economía y la hiperconectividad de los noventa.

La fotografía publicitaria

Como explicamos en el capítulo dedicado al Por Art, Marcos López toma el estilo de la fotografía publicitaria del pop norteamericano en la obra del fotógrafo David LaChapelle, caracterizado por la gran cantidad de elementos y situaciones que se plasman en una misma escena. Mientras que del pop británico toma el costumbrismo y las escenas kitsch y bizarras de la vida cotidiana en las ciudades cosmopolitas retratadas

81 “Comida Rápida” (2007) Fotografía perteneciente a la serie Sub Realismo Criollo.

y presentadas generalmente a través de la lente de Martin Parr.

López monta escenas publicitarias que refieren a la cultura latina y a las formas de apropiación de productos de consumo internacional dentro del folclore local. Debemos tener en cuenta que en el contexto de sus obras que refieren a la década menemista, la estética de la fotografía publicitaria es utilizada como parodia de ese primer mundo ilusorio y plástico que caracterizó al gobierno de Carlos Menem. Ya mencionamos las fotografías “Todo por dos pesos” (1995), “Esquina ADIDAS” (2003) y “Comida rápida” (2007), entre tantas otras. A través de esta combinación de fotografía publicitaria y la utilización de actores no profesionales, López propone una reflexión y una crítica sobre la sociedad de consumo. Estas imágenes presentadas a modo de collage además proponen un recorrido visual por cada uno de los personajes de la escena, evitando un protagonismo único de algún personaje. En este sentido, López parodia la lógica del mercado en donde supuestamente “todos somos protagonistas” (recordemos el famoso eslogan de Nike: “*Just do it*”).

Un punto fuerte de la estética de la fotografía publicitaria que utiliza es el hecho que los fotografiados miren siempre a la cámara, facilitando la identificación del público. Asimismo, la posición de los cuerpos denota artificialidad y estilización, mientras que pone en evidencia la puesta y la pose exagerada. Se burla de esa frívola perfección a través de la desprolijidad de sus collages y el caos de elementos en sus fotos. “Reafirma la necesidad de realizar fotos que generen imágenes con valor documental-artístico, deslindadas de las destinadas a la publicidad, con las que se ganaba dinero rápido, pero cuya frívola perfección e idealidad eran incompatibles con su inclinación natural por capturar y recrear segmentos reveladores de la realidad, más comprometidos” (Sánchez Prieto, 2013).

El color

Como señalamos anteriormente, Pop Latino y Sub-Realismo Criollo se definen por el uso del color a través de una paleta de colores estridentes. López narra el país en colores fulgurantes en donde se mezclan ideas netamente urbanas con escenas de la vida íntima de las personas. Para entender la lógica del color en López es fundamental la influencia del barroco latinoamericano -que explicamos en el capítulo tres de esta tesis: “Me

interesa el barroco exagerado latinoamericano como identidad y el rejunte atado con alambres pero con una sofisticada delicadeza” (López, 2013). Si bien los colores son saturados como en el *Pop Art*, él toma su propia paleta, que es la de América Latina. “Mezcla el color de nuestras culturas con lo poético y es por esto que López puede apelar a la argentinidad sin mostrar nada que sea celeste y blanco” (Aizen, 2013). Dice el propio Marcos López (2009): “El color también es un simulacro: la sangre, en realidad, es tinta roja, y lo que se ve en las fotos es puesta en escena. No me animo a afrontar la realidad cara a cara. *It’s too much*. La figura y el fondo son estrategias de composición. Aunque no es tan simple, porque el fondo, además, tiene que decir algo. Es la base. Lo importante. Lo que subyace”.

Si bien en toda la obra “Sub Realismo criollo” (2003) utiliza la misma paleta de colores que en *Pop Latino*” (2000), López abandonó el uso de los colores saturados para realizar réplicas de obras de arte tradicional. Este etapa se dio entre el 2001 y el 2005 y a ella pertenece “Asado en Mendiolaza”(2001). En otras fotografías de la misma estética como “Sireno del río de La Plata” (2002), un hombre hermoso posa recién salido del agua del Río de la Plata en medio de un basural. La imagen representa la artificialidad de un modelo que en realidad vive en medio de la basura. También de este período es “Autopsia” (2005) que ya describimos anteriormente, en la que se aparta de la paleta estridente para dar consistencia a una escena que, en palabras del propio autor, representa la muerte del país.

De todos modos, más allá de este período en particular, como dijimos anteriormente, las obras de López que analizamos en esta tesis se caracterizan principalmente por la saturación de los colores, con una estridencia tal que por momentos sus fotografías se vuelven insoportables a la mirada y necesitamos un descanso. No existen colores claros o pasteles. En palabras del propio autor (2011): “El color terracota profundo de la América altiplana cambió por el celeste eléctrico de la camiseta del Manchester United con el nombre de Carlos Tévez y el número diez grabado en azul fosforescente en la espalda. El color local de la Argentina está en estas calles, en estos bares, en estos mercados”. A través del uso de colores estridentes genera esa tensión e incomodidad en el espectador. “Las fotos de López aluden a una cultura periférica arrasada por el torrente homogenizador del capitalismo tardío. El modelo pop aparece en el repinte, la saturación extrema del color y las claves disonantes” (González, 2008).

CAPÍTULO 7:

OBRAS CONCRETAS SOBRE LOS 90' Y PUESTA EN ESCENA

Marcos López se considera un artista performático. A través de cada puesta, busca generar incomodidad en el espectador para que se replantee alguna parte de su existencia. López ha conseguido montar un universo completo en torno a su “Pop Latino” (2000) y a “Sub-Realismo Criollo” (2003). Siempre en la búsqueda de acción, al momento de hacer una foto monta un show, relatando frente a la cámara sus procesos creativos. Aún cuando la escena fue montada, él busca generar alguna situación disruptiva que aporte un momento de espontaneidad. López (2013)3). Se considera un director de cine o de teatro que construye una escena. Se propone distintas formas de acción en torno a sus instalaciones, muestras, interacciones, improvisaciones teatrales y aún en charlas y seminarios que dicta en múltiples instituciones.

Si bien en un primer momento la muestra dedicada a “Sub-Realismo Criollo” (2003), presentada en la galería Fernando Pradilla en España y en el Espace Cedille en Francia, constaba únicamente de fotografías colgadas de forma tradicional en las paredes, en sus próximas muestras aparecieron fotografías montadas de manera no tradicional, utilizando distintos soportes que le permitieron construir instalaciones y murales. Como artista influido por el Pop Art, López cuestiona el lugar del arte tradicional. Un claro ejemplo de esto es la fotografía “Terraza” (2009), que fue tomada en el edificio de Fundación Proa. Allí montó esa especie de fiesta menemista en un espacio cultural de elite. La foto impresa en un tamaño de 88 metros de largo y 34 metros de ancho fue colgada en octubre del 2009 en la avenida 9 de julio sobre la fachada del edificio de Radio del Plata. Realmente, al momento de verla, era difícil discernir si se trataba de una obra de arte o de una pauta publicitaria. En este sentido, el artista (2008) pone a la vista de todos los transeúntes el sello propio de una década de gobierno con el arribo masivo de las marcas y las estrategias de marketing urbano: “Yo utilizo el lenguaje de la publicidad y lo fusiono con el arte contemporáneo para crear un conflicto en el espectador”

En el 2010 expuso en distintas ciudades del país “Vuelo de cabotaje” (2010), una retrospectiva con algunas de sus obras dedicadas a la década del 90'. El recorrido se iniciaba a partir de esta frase del artista: “Cada vez me siento más convencido que uno

de los ejes de mi obra está en la moral, en ese catolicismo provinciano, en esos códigos de buen o mal gusto. La relación interior-capital, pueblo chico-ciudad grande, buenos y malos, ricos y pobres” (López 2010). Sigue la palabra de Fernando Farina, curador de la muestra: “Pensar en una exposición de Marcos López es también pensar en un recorrido por la historia de muchos que vivimos en este país” (Farina, 2010). Algunas de las fotos pertenecientes a Sub-Realismo Criollo que formaron parte de este recorrido fueron las siguientes: "Gaucha Gil" (2008), “Autopsia” (2005), “El cumpleaños de la directora” (2008), “Asado en Mediolaza” (2001), "Suite Bolivariana" (2009), “Mozo” (1996), “El mártir” (2005), “Amanda” (2005), "Picada en la Terraza del Proa” (2005), “Plaza de Mayo” (2005), Feliz cumpleaños (1996), “Botero en el Parque” (1996), “Chica vaca con perro” (2003), “Carnicera” (2005), “Gardel preocupado” (1997), entre otras. En esta muestra -expuesta en el Museo Castagnino en la ciudad de Rosario- la foto “Buenos Aires ciudad de la alegría” (1993) estaba acompañada, a modo de instalación, por una mesa con mantel calado blanco y sobre ella botellas y copas de champagne vacías - algunas de ellas derramadas sobre el mantel desacomodado- vasos y cigarrillos apagados, billetes desparramados, porciones de pizza y un gatito chino de la suerte en el centro de la mesa. Se trata de una alusión directa al fin de la fiesta menemista. Asimismo, la muestra se iniciaba con el Ekeko Pop, un muñeco colorido de 2 metros que López comenzó a usar en Sub-Realismo Criollo en modo miniatura y que mandó a construir especialmente para producir esta muestra. Junto al Ekeko gigante aparecían símbolos y elementos propios del arte contemporáneo, desde latas de la sopa Campbell, pasando por billetes desparramados, mazorcas de maíz gigantes (en alusión a Marta Minujín), tapas de revista de arte, etc. De él se desprenden el resto de las obras: "Reina de la Frutilla" (1997), "Reina del Trigo" (1997), “Sireno del Río de La Plata” (2002), entre otras. “López recrea diferentes ambientes según el período, en algunos está más trágico, en otros crítico del neoliberalismo y de la banalidad de una sociedad que tiene muchas máscaras” (Farina, 2010). "Vuelo de cabotaje" se refiere a una vocación de contar una textura local, hablar de lo local, hablar de los pueblos de la infancia, hablar de la provincia, de la periferia, del club de barrio. Toda su obra tiene esa impronta de la escultura pero con la máscara comprada en el cotillón de la esquina.

En diciembre del 2010, López realizó una instalación temporal de la fotografía “Sireno del Río de La Plata” (2002) en el muelle del Puerto Viejo de Algorta en el País Vasco. La fotografía de 3 metros de alto por un 1,5 de ancho fue montada de manera tal

que interactuaba con el mar. La imagen ofrecía distintas lecturas según la marea: la pleamar le permitía ver al público el retrato de un hombre con el torso desnudo, mientras que a medida que bajaba la marea se iba mostrando la fotografía completa dando a entender que se trataba de un ser marítimo. “La instalación es una metáfora sobre las apariencias, sobre lo que se muestra y lo que se esconde; así como una nueva mirada sobre las migraciones del Sur al Norte” (López, 2010). Tanto el soporte como el espacio elegido para montar la obra son novedosos: cambia la escultura por una fotografía y al héroe por un ser anónimo. En este sentido, Alejandro Castellote (2010) remarca que “no se trata de arte público en el sentido que habitualmente adoptan los encargos de las instituciones a los artistas para decorar las ciudades. Es arte que va dirigido a la comunidad desde los espacios públicos y que ha abandonado como icono al héroe en forma de estatua ecuestre”.

Su actitud provocadora lo llevó a tirar la belleza del “Sireno del Río de La Plata” (2002) al río en Buenos Aires mientras filmaba cómo su obra de arte flotaba en el movimiento del agua generado por los barcos y cómo la misma golpeaba contra construcciones del muelle cuando la abandonó por segunda vez en Mar del Plata. El sireno es además arte efímero -aquel en el que incursionó Minujín en la década del 70'- a través del cual cuestiona lo transitorio y vacío de la belleza plástica.

En el junio del 2011 presentó “Tierra en Trance: relatos latinoamericanos”, una muestra de sus fotografías en la torre de la Fundación YPF en Puerto Madero. En esta oportunidad “Suite Bolivariana” fue impresa a modo de mural en 3 metros por 9, pintado sobre una base fotográfica que introducía el conjunto de las obras expuestas: “Esquina Adidas” (2003), “Sastre” (2010) y “Esquina Constitución” (2005), sumadas a otras ocho fotografías. “Ésta es una muestra absolutamente sincera, donde expongo de forma descarnada, desnuda, la fragilidad de la existencia sumada a un intento de documentar de forma poética, en imágenes, la complejidad sociopolítica de América latina” (López, 2011)⁸². El nombre elegido por el artista para dar nombre a la muestra -Tierra en Trance- es un préstamo del cineasta brasileño Glauber Rocha, quien marcó un punto de inflexión en la historia del arte latinoamericano y en su obra en particular. De la misma manera que el cine de Rocha transcurre en un desierto al norte de Brasil, la obra de López transcurre en el escenario de América Latina. Mezcla lo pictórico, lo

teatral, con una puesta en escena para retratar una década del país. La muestra curada por Fernando Farina planteaba tres ejes -que también trabajamos en esta tesis- : el retrato político a través del mural “Suite Bolivariana”, junto con líderes populares retratados junto a íconos del Pop Art y clichés de la cultura norteamericana. La puesta de López se juega en este caso a través de la exposición de esta controversial fotografía montada en tamaño mural justamente en el ingreso a la sede de una empresa multinacional como es YPF, una de las compañías nacionales vendida a capitales extranjeros durante la década del 90’. Así lo explica López (2011): “El lugar de la exposición es imponente por su arquitectura y diseño tan sofisticado, y sobre todo marca un contraste extremo con el leit motiv y la esencia de mi obra, que es trabajar con el desorden, el caos urbano y la rusticidad visual que caracterizan a las grandes urbes de América Latina”.

Esta misma obra fue intervenida en el “Buenos Aires Photo 2009”, oportunidad en la que “Mural Bolivariano”, fotografía de 5 metros de ancho por 2 metros de alto, junto con otros elementos compositivos, conforman la instalación “Suite Bolivariana”, espacio diseñado especialmente para la ocasión que el artista intervino en vivo. Puesta que trascendió la fotografía en su plano bidimensional, dado que López se animó a trabajar la tridimensionalidad (Martín, 2013). La fotografía a modo de mural colgaba de una pared dentro de un espacio al que ingresábamos a través de cortinas de tiras de plásticas de varios colores. En el interior sillones de madera pintados en varios colores convidan al espectador a sentarse a ver el momento en que la instalación es intervenida por el artista. En esta oportunidad también presentó una instalación en torno a su fotografía “Gaucho Gil” (2009), en la que varios elementos se refieren a la poética planteada en “Sub-Realismo Criollo” (2003) a través de la instalación que convida, desde una estética kitsch, a una relectura de temas populares y políticos.

En marzo de 2013 realizó la muestra de pinturas e instalaciones “Debut y Despedida: Obras 1978-2012” en la Sala Cronopios del Centro Cultural Recoleta. En esta oportunidad, López se despide como fotógrafo para debutar como artista integral. Allí compartió con el público su exploración de nuevos soportes, formatos y lenguajes a través de pinturas, acrílicos, dibujos, esculturas, acuarelas y posters intervenidos. La muestra, que realizó en colaboración con otros artistas, se iniciaba con una especie de

collage a modo de mural con las fotografías más emblemáticas del período de la serie “Pop Art” (2000) y “Sub-Realismo Criollo” (2003). Este collage gigante con más de 50 fotografías atadas con alambre y adheridas con clavos remite a la década del 90’ a través de fotografías como “La Carnicera”, “Gaucho Gil”, “Feliz cumpleaños”. El Ekeko Pop en tamaño natural también recibe al público “Cesta especie de dios latino de la abundancia y la alegría que remite al Tío, dios de los mineros de Potosí, rodeado de elementos de consumo, réplicas de Caja brillo de Andy Warhol y otras fotografías desparramadas por el piso a modo de obra sin terminar. Lo sigue “Casita Feliz”, una casa prefabricada y construida con materiales comprados en el mayorista “Easy” que en su interior nos invita a recordar algunos elementos de su infancia en Santa Fe a través de paredes empapeladas con motivos y colores barrocos y platos ingleses colgados en la pared. El “Sireno del Río de La Plata” (2009) -concebido por López sentado en un basural a modo de referencia a Juanito Laguna de Berni “C es ahora una escultura en tamaño natural que se ubica fuera de esta casita prefabricada como símbolo de una belleza efímera y plástica; a la vez, el sireno se riega a sí mismo con una manguera. Otra instalación en la misma muestra nos invita a repensar la desigualdad social de quienes a partir de la década del 90’ pasaron a engrosar la fila de los excluidos a través de un cartel gigante -como esos que vemos al costado de la autopista- con la fotografía de un barrio privado que anuncia: “*Redefining happiness*” (Redefinir la felicidad); también, al dar la vuelta y ubicarnos detrás del letrero gigante, vemos acostado en el piso durmiendo un sin techo cubierto con frazadas y cartones. López pone en evidencia aquello que incomoda y que no queremos ver, ubicándolo a la vuelta del cartel. Las instalaciones remiten a las políticas de visibilidad e invisibilidad que se imponen en la vida urbana, capaces de ocultar lugares tales como la villa 31 mientras se disfruta a pocos metros de los excesos y el consumo. Una especie de ventana -como si fuera de un avión o tren- da vista a dos pantallas planas que plantean un recorrido en video a través de las calles de esta villa porteña. La muestra completa supone un recorrido por la textura del subdesarrollo y el exceso del que habla en toda su obra.

Es importante destacar que esta muestra de Marcos López, en la que él mismo se presenta como artista integral, inicia su recorrido con fotografías tomadas de modo tradicional (en blanco y negro, con trípode, reveladas en laboratorio y trabajadas con ampliadoras), pasando luego a fotografías en color y montadas con photoshop, hasta llegar a instalaciones y esculturas, pinturas y posters de otros artistas intervenidos por

López. Hay un pasaje de la fotografía clásica a la fotografía digital, pasando por la pintura, la instalación y el cine.

De la misma manera que los artistas del Pop Art, López pone en dialogo constante sus obras. En la última edición de ArteBa (2013) presentó nuevamente esta casita tamaño natural que simula las casas prefabricadas. Todo un sello típico de la década del noventa que él mismo parodió en la fotografía “Vendedor de Terrenos Virtuales” (1997). En esta oportunidad la casita presentaba la misma decoración barroca típica de los empapelados de la década del 70 y los platos ingleses colgados en las paredes a modo de decoración, pero le sumó en su interior la escultura de un Cristo crucificado que a primera vista remite a cualquier Cristo de Iglesia. Sin embargo, al acercarnos descubrimos que es una especie de mártir gay latino crucificado en su lucha por la igualdad de derechos. Afuera, al lado de la puerta de ingreso a la casa prefabricada, una escultura del “Sireno del Río de la Plata” nos invita a ingresar. Mientras que del lado de afuera la casa está rodeado por pasto y flores sintéticas con una pequeña cerca que remite a las casas típicas de barrios norteamericanos. En el jardín una reposera nos invita a acostarnos para la fotografía “Falso Hockney”, un plano de un hombre en pijama con un balde y una manguera en sus manos. La fotografía está montada sobre una pintura de David Hockney (“Retrato de un artista”) a modo de mural. En el medio de la obra un televisor nos muestra imágenes de “Sub-Realismo Criollo” y en otra pared de esta especie de jardín/patio posmoderno cuelga la foto “Tomando sol en la Terraza” (2002).

A modo de cierre de este extenso análisis de la compleja obra de Marcos López sobre la década del noventa, vale la pena traer a colación la siguiente cita de Roland Barthes en “La cámara lúcida” (2003, 87):

¿Loca o cuerda? La fotografía puede ser lo uno o lo otro: cuerda si su realismo no deja de ser relativo, temperado por unos hábitos estéticos o empíricos (hojear una revista en una peluquería, en casa del dentista); loca si ese realismo es absoluto y, si así puede decirse, original, haciendo volver hasta la conciencia amorosa y asustada la carta misma del tiempo: movimiento que trastoca el curso de la cosa y que se llama éxtasis fotográfico.

Las dos vías de la fotografía son: someter su espectáculo al código civilizado de las ilusiones perfectas, o afrontar en ella el despertar de la intratable realidad.

Conclusiones

En esta tesis analicé la obra del fotógrafo santafesino Marcos López referida a la década del noventa. La investigación se dividió en siete capítulos principales que me permitieron analizar de qué manera y con qué recursos este artista fue capaz de mostrar y denunciar a través de sus fotografías las estructurales transformaciones económicas, sociales, culturales, políticas impuestas por el neoliberalismo en esta década en la Argentina.

En el Capítulo 1, el punto de partida fue el análisis del surgimiento de la fotografía como técnica y arte de obtener imágenes a través de la luz. Técnica que fue avanzando en el contexto de las sociedades industrializadas como consecuencia de los descubrimientos e innovaciones de distintas ciencias. La fotografía se caracterizó por ser una disciplina en continuo movimiento, razón por la cual consideré, por un lado, los avances técnicos, mientras que, por el otro, analicé los diferentes usos que se le dio a lo largo de la historia: primero, como reemplazo de la pintura para los retratos familiares, después, siguiendo el planteo de Roland Barthes, como documento histórico resumido en el noema de que algo “ha sido, esto es”, manifestado en prácticas como el periodismo o la historiografía. Paralelamente, describí cómo la invención de esta nueva tecnología de la imagen trajo consigo grandes cambios en nuestros hábitos culturales y en nuestra subjetividad, revolucionando profundamente la concepción de la comunicación, la representación y el conocimiento. Desde su nacimiento, la fotografía se convirtió en uno de los actos comunicacionales por excelencia dada su efectividad y por su capacidad de síntesis. La fotografía, en definitiva, nos comunica algo que ha sucedido y se convierte en prueba de que eso efectivamente ha ocurrido. Hace que el pasado se vuelva visible. Sin embargo, fue necesario detenerme en la dificultad más grande con la que se enfrentó la fotografía: la posibilidad de ser considerada una obra de arte. Tras muchas discusiones y experimentaciones a lo largo del siglo XX se pudo elevar a la fotografía a esa categoría ganando un lugar en galerías de arte y museos. En este sentido, distintos artistas trabajaron la fotografía como obra de arte e incluso la fusionaron con otras técnicas, convirtiéndola en un medio de expresión más complejo. A modo de cierre de este primer capítulo retomé el planteo de Susan Sontag: la fotografía documenta, acusa, incrimina, y es utilizada, en este sentido, a modo de prueba incontrovertible cuando

dudamos de que algo pasó. La imagen fotográfica establece una relación más visible con el objeto real que cualquier otro mecanismo que busque representarlo.

Por otra parte, para estudiar la obra de Marcos López referida a la década del 90, en el Capítulo 2 analicé el contexto social, político y económico a nivel nacional e internacional a la luz de las transformaciones provocadas por el neoliberalismo en Argentina y latinoamericana. Con este objetivo, detallé el papel del Estado en el contexto de economías cada vez más globalizadas que alteraron radicalmente la estructura social de los países del Tercer Mundo. Un proceso determinante que analicé en detalle fue el agotamiento de la soberanía del Estado-Nación en la década del noventa frente al avance de las lógicas impuestas por el mercado neoliberal. La severa crisis de los Estados nacionales, entendidos como meta-instituciones (es decir, como la institución de instituciones tales como la escuela, la familia, la fábrica, etc.) donadores de sentido de la vida social y como instancia hegemónica en la producción de la subjetividad ciudadana, provocó el pasaje hacia sociedades *de* mercado cuya figura protagónica pasa a ser el consumidor. Son las prácticas de consumo, las estrategias de marketing y los medios de comunicación, quienes modulan esta nueva figura que a diferencia del ciudadano no requiere de *otros*, en tanto el consumidor se vincula con objetos y no con sujetos. Si algo lo caracteriza, decíamos en ese capítulo, es que se constituye en la medida en que consume y si no consume no *es* (nada). Al mismo tiempo, realicé un recorrido histórico por los cambios económicos, políticos y sociales de esta década. En este análisis narré y analicé las medidas económicas tomadas por presidente electo Carlos Saúl Menem. Para dar cuenta de este período que transformó la matriz productiva y económica de nuestro país di cuenta de las reformas en la política monetaria (plan de convertibilidad), la apertura indiscriminada de la economía que promovió el advenimiento de productos importados y un feroz proceso de desindustrialización, las reformas laborales que provocaron la destrucción de aquellas conquistas históricas que había logrado el movimiento sindical y obrero en las décadas anteriores, la venta de los principales activos públicos en áreas estratégicas como la producción de petróleo, el acero, las telecomunicaciones, el transporte, etc. En forma concomitante, analicé las trágicas consecuencias sociales que provocaron estas transformaciones estructurales que terminaron de desmontar las funciones sociales del Estado. Paralelamente, estudié la forma de gobierno, haciendo un fuerte hincapié en lo que denominé la estética *menemista*, basada principalmente en la frivolidad, el consumo

como forma de vida anhelada y una política de la imagen. Una hipótesis principal que resume este período de gobierno fue la fusión entre los asuntos públicos y privados provocando una farandulización de la política y niveles escandalosos de corrupción. La tapa de la revista Gente en la que podía observarse a María Julia Alzogaray desnuda debajo de un tapado de piel, es un ejemplo analítico clave dado que la obra de Marcos López puede pensarse en cierta manera como la creación de imágenes de este tipo. No por nada afirmamos que dicha fotografía podría haber sido tomada por este artista para parodiar la cultura kitsch e impune de los noventa.

Una vez detallados el contexto económico, político y social de la Argentina, fue necesario estudiar en el Capítulo 3 la corriente estética del Pop Art, puesto que fue esta vanguardia estética una influencia principal en la carrera artística de Marcos López. Para tal fin, realicé un recorrido histórico sobre el surgimiento del Pop Art en Inglaterra y en Estados Unidos, especificando los aportes de sus máximos referentes: Andy Warhol, David Hockney y Martin Parr, entre otros. Luego detallé el surgimiento de esta vanguardia estética en Argentina a través de los artistas reunidos en el Instituto Di Tella y la carrera de una de sus principales referentes, la artista Marta Minujín, conocida como la embajadora del Pop Art en nuestro país. Una vez estudiado el contexto analicé como el Pop Art y el barroco latinoamericano son las vanguardias más representativas en la obra de López. En este caso, detecté que del Pop Art toma el color -aunque con una paleta singular que él mismo definirá en clave latinoamericana- y el uso de elementos cotidianos de consumo, tales como la ropa deportiva de las marcas más reconocidas, las cadenas de comida rápida y las bebidas cola; asimismo, se hace eco de las pinturas del artista pop David Hockney (que incorpora a modo de murales) y la aparición de personajes íconos al modo que lo hacía Andy Warhol; se apropia también del collage y decollages propios del pop trabajándolos a partir de avances tecnológicos como el photoshop. En el caso de fotógrafo norteamericano David LaChapelle, toma la siguiente idea: la publicidad de un producto puede ser también una ironía y una crítica al consumo mientras que del fotógrafo pop británico Martin Parr toma el costumbrismo, las escenas *kitsch* y bizarras de la vida cotidiana. Por otra parte, detallé las características que toma del barroco latinoamericano tales como la mezcla de elementos de distintos orígenes, la exageración en las decoraciones, los ambientes cargados y la extravagancia de las obras. En este sentido, detecté puntualmente la influencia del fotógrafo mexicano Manuel Álvarez Bravo, quien dejó de lado la fotografía pintoresca típicamente victoriana y

adoptó en su lugar la cotidianeidad a través de objetos comunes, la vida en la calle y el surrealismo. Por otra parte, destacué la importancia de la influencia del artista plástico Antonio Berni, de quien toma la forma de la composición de la imagen y los collages reales que representan una dura crítica a realidad social de distintos sectores de la población.

En el Capítulo 4 analicé el contexto histórico en el que surgió la obra de este artista santafesino luego de sus viajes por América Latina. Allí se produjo un viraje fundamental en su obra: el pasaje de las fotografías en blanco y negro al color. Primero a través de Pop Latino y después con Sub-Realismo Criollo. En ambas series me detuve en la crítica, a través de sus fotografías, al consumo neoliberal, la transnacionalización de la economía y de la cultura. Al analizar ambas series me fue posible formular la siguiente hipótesis: López critica a través de la ironía un sistema que estimula a comprar y consumir como fórmula para alcanzar la felicidad. Pude detectar, a partir de esta hipótesis, que el artista supo narrar de una manera lúcida y desprejuiciada las consecuencias socio-económicas y culturales luego del vaciamiento de las industrias nacionales y la devastación de la vida urbana. En este mismo sentido analicé y describí las primeras fotografías en las que comienza a aparecer la crítica a la estética menemista y esa falsa -pero efectiva- promesa de pertenecer al denominado Primer Mundo. Otra hipótesis central que atravesó esta tesis: Marcos López muestra las transformaciones estéticas de los centros urbanos haciendo un fuerte hincapié en el proceso de mercantilización de la vida cotidiana argentina y latinoamericana. Para desplegarla describí las fotografías en las que aparece el contraste entre una industria nacional en quiebra frente a los capitales extranjeros cada vez más visibles en locales y letreros de las ciudades. Análisis que, a su vez, me permitió detectar los recursos que López toma de la fotografía publicitaria para, por un lado, burlar las estrategias de marketing que hegemonizan la vida social desde aquella década hasta la actualidad; y, por el otro, para desnudar con crudeza las heridas de clase, el multiculturalismo y el cocoliche urbano: productos importados, la conversión de ciertos ideales de la lucha y resistencia latinoamericana en mercancías de consumo turístico, la fetichización de iconos y personajes políticos, patrióticos y folclóricos, entre otros.

De la misma forma que detecté el consumo como temática principal en la obra de López, también di cuenta de su compromiso con la realidad social que el artista plantea a través de la lógica del subdesarrollo: desde el sur hacia el sur. De ahí que

muchas de las tomas reflejan costumbres, ritos y celebraciones a través de las que muestra al latino en relación a su entorno, las relaciones de las personas con los medios y la incitación al consumo que éstos provocan a diario. En este capítulo además planteo la hipótesis que la utilización de lo kitsch en la obra de Marcos López sobre la década del noventa es una estrategia estética para mostrar la proliferación de un mundo plástico, de cartón, durante el gobierno de Carlos Menem. La apertura de la economía, por ejemplo, es reflejada en su obra a través de los objetos cocoliches *made in taiwan* que suelen abundar en sus fotografías.

Tal como decíamos en el párrafo anterior, la estética del presidente Carlos Menem y su gobierno, resumido en la idea de la "fiesta menemista" o la década de la "Pizza con champagne", es reflejada por Marco López a través de la noción de *lo plástico*. El uso de máscaras en sus imágenes como referencia a un mundo cosmético en el que la artificialidad y la búsqueda de una supuesta perfección estética impuesta por los modelos televisivos y el marketing en medio de un país sumido en la pobreza y la desocupación. La fiesta menemista se refleja de modo único a través de la fotografía "Picada en la terraza de Proa", realizada en la terraza de la Fundación Proa.

En el Capítulo 5 especifico los recursos estéticos a partir de los cuales Marcos López manifiesta las características típicas -que ya mencioné más arriba- del gobierno de Carlos Menem. El uso de tomas en gran angular le permite incorporar gran cantidad de personajes, elementos y situaciones en una misma escena. En el caso de los personajes, analicé el uso que realiza López de actores no profesionales convertidos en modelos a partir de un ajustado vestuario y retratados en escenarios específicos: tecnología importada (lentes 3D, etc.), ropa suntuosa (tapados de piel), ropa kitsch (animal print, etc.), marcas deportivas, colores de pelo -como el rubio- que fueron un sello noventista, artículos de consumo importados (todo aquello que adquiriríamos en un "todo \$1.99"), publicidades callejeras, afiches y pancartas, cuerpos trabajados en gimnasios, el maquillaje en exceso, por mencionar los más salientes. Paralelamente, me detuve en la aparición de héroes míticos, leyendas populares y políticas de nuestra historia nacional y latinoamericana como recurso para representar y satirizar las costumbres y la historia del país y el continente convertidas en mercancías de consumo turístico. La referencia a personajes como Fidel Castro, el Che Guevara, Evita, Perón, Gardel, el Gauchito Gil, Simón Bolívar, condensa dos preocupaciones del artista santafesino: la degradación política-cultural y el avance de la crisis frente a la

imposición de hábitos mercantiles globalizados.

En lo que respecta al uso de productos de consumo masivo -el otro recurso estético utilizado en su obra- expliqué cómo esta elección tiene directa relación con su filiación al Pop Art. A través de éstos, López refleja un país con una mirada ilusoria, deformada, que cree pertenecer al Primer Mundo. Los objetos ayudan formalmente a la composición pero además connotan sentidos de época. La Coca cola, el vino, la mayonesa, las hamburguesas de cadenas de comidas rápidas, el sifón de soda, la sidra, los artículos de limpieza evidencian el quiebre de la industria nacional frente al avance de las empresas de capitales extranjeros, al tiempo que muestra los modos de apropiación y la fusión de las costumbres en la Argentina neoliberal.

Una vez analizados los recursos estéticos pasé a analizar los recursos técnicos: la iluminación, el fotomontaje, la fotografía publicitaria y el color. En cuanto a la iluminación analice el uso del flash y del flash de estudio en escenas en interiores que necesitaban de una iluminación artificial; pero también analicé las escenas en exteriores con suficiente luz natural que si bien no necesitaban de una iluminación extra, López decidió agregarle la iluminación con flash y flash de estudio para lograr una artificialidad y plasticidad típica de la década del 90'. Un tipo de iluminación dura que agrega frialdad a las escenas, remitiendo a los estudios de televisión en los que los actores y personajes suelen ser sobre iluminados provocando una saturación excesiva de los colores y resaltando el mundo de los decorados.

Respecto al fotomontaje, López lo utiliza para crear una especie de collage real al modo de los realizados por Berni y los murales del artista mexicano Diego Rivera. El fotomontaje revela esa perfección tan irreal de las fotografías publicitarias retocadas digitalmente, en contraste con un país de cartón pintado a mano, tal como lo caracteriza el propio López. En cuanto a la técnica, los fotografiados miran siempre a la cámara, facilitando la identificación del público. La posición de los cuerpos denota artificialidad y estilización, mientras que se resalta la pose exagerada, parodiando esa frívola perfección a través de la desprolijidad de sus collages y el caos de elementos que prevalecen en muchas de sus fotos.

Por último, el uso del color en las fotografías de “Sub-realismo criollo” y “Pop Latino” hacen directa referencia a la década del 90. Retomando la estética pop, López utiliza colores saturados pero a través de una paleta de colores estridentes que el mismo redefine a partir del contexto latinoamericano. No existen en su obra colores

claros o pasteles dado que a través de los colores saturados genera esa tensión e incomodidad en el espectador. Las fotos de López aluden a una cultura periférica arrasada por el torrente homogenizador del capitalismo tardío. Mientras que el modelo pop aparece en el repinte, la saturación extrema del color y las claves disonantes.

Finalmente, en el Capítulo 7, analicé la puesta en escena de su obra dedicada a los 90'. Allí destacué que Marcos López es un artista integral y performático. Un objetivo prioritario para él es provocar la incomodidad a través de instalaciones y exposiciones en las que se cuestione constantemente el lugar del arte contemporáneo. En el caso de las series “Pop Latino” (2000) y “Sub realismo criollo (2003), si bien fueron montadas tradicionalmente, con el transcurso del tiempo López redobló la apuesta incorporando múltiples soportes y estructuras para presentarlas. Este fue el caso de la fotografía “Terraza” (2009), impresa en un tamaño de 88 metros de largo y 34 metros de ancho colgada en octubre del 2009 en la avenida 9 de julio sobre la fachada del edificio de Radio del Plata. Al momento de verla, era difícil para los transeúntes discernir si se trataba de una obra de arte o de una pauta publicitaria; de esta forma el artista puso a vista de todos el sello propio de una década de gobierno con el arribo masivo de las marcas y las estrategias de marketing urbano. También describí “Vuelo de cabotaje” (2010) que en el 2010 expuso en distintas ciudades del país. En esta muestra retrospectiva la foto “Buenos Aires ciudad de la alegría” (1993) estaba acompañada, a modo de instalación, por una mesa con mantel calado blanco y sobre ella botellas y copas de champagne vacías -algunas de ellas derramadas sobre el mantel desacomodado-, vasos y cigarrillos apagados, billetes desparramados, porciones de pizza y un gatito chino de la suerte en el centro de la mesa. Toda una corrosiva alusión al fin de la fiesta menemista. Otra muestra que analicé fue “Tierra en Trance: relatos latinoamericanos”, una muestra de sus fotografías en la torre de la Fundación YPF en Puerto Madero realizada durante el mes de el junio del 2011. En esta oportunidad expuso “Suite Bolivariana”, impresa a modo de mural en tres metros por nueve. En este caso la puesta de López se jugó a través de la exposición de esta controversial fotografía montada en tamaño mural justamente en el ingreso a la sede de una empresa multinacional como es YPF, una de las compañías nacionales vendida a capitales extranjeros durante la década del 90’.

Rosario, 25 de noviembre de 2013

BIBLIOGRAFIA

- ALONSO, Rodrigo (2006). "Crónicas en technicolor. Pop, euforia y nostalgia en el arte argentino". En Neo Pop: tendencias visuales en Iberoamérica. Arte Contemporáneo, Santiago de Chile.
- ARIAS ZUÑIGA, Esteba. "El Kitsch en la Fotografía Latinoamericana". Disponible en <http://textoscriticos.blogspot.com.ar/2007/11/kitsch-en-la-fotografia-latinoamericana.html> (en línea, 29/10/2013)
- BAJAC, Quentin (2011). "La invención de la fotografía. La imagen revelada". Blume, Biblioteca Ilustrada, Buenos Aires.
- BARTHES, Roland (2012). "La cámara lúcida" Notas sobre la fotografía. Paidós Comunicación. Buenos Aires.
- BASUALDO, Eduardo (2001). "Sistema político y modelo de acumulación en la Argentina". Editorial FLACSO. Argentina
- BAURET, Gabriel "De la fotografía". Biblioteca de La Mirada. Buenos Aires 1999.
- BENASAYAG M. (2001): "Fundamentos para una meta-economía". En Contrapoder. Una introducción". Colectivo Situaciones Compiladores. Ediciones de mano en mano, Buenos Aires.
- BENJAMIN, Walter (1973) "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica". Editorial Amorrortu.
- BERGER, JOHN (1999). "Mirar". Ediciones de la Flor, Buenos Aires.
- BITONTE, Ma. Elena (2007). "Una sombra ya pronto serás.VII Congreso Nacional de la Asociación Argentina de Semiótica, Temporalidades, abril de 2007, Centro Cultural Bernardino Rivadavia, Rosario.
- BORDIEU, Pierre (1962). "La fotografía: un arte intermedio". Edición Nueva Imagen. México (1989)
- BORDIEU, Pierre (1995). "Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario". Editorial Anagrama, Barcelona.
- CASTELLOTE, Alejandro (2010). "Perdón el resentimiento". En Fotografías de Marcos López 1978-2009. Editorial Lariviere, Buenos Aires.

CIFARELLI, Viviana (1999). "Las privatizaciones en la Argentina". Taller de Estudios Laborales, Buenos Aires.

COLECTIVO Situaciones (2002). "Apuntes para el nuevo protagonismo social". Ediciones de Mano en Mano, Buenos Aires.

COREA Cristina (2000): "Medios masivos: ¿dominación, influencia, producción?". Seminario Globalización y subjetividad, Buenos Aires. Disponible en: <http://www.estudiolwz.com.ar/protoWeb/ccArchGral/chr/ChCCCTA2000.htm> (en línea 28/11/13)

COREA C. - LEWKOWICZ I. (1999): "¿Se acabó la infancia? Ensayo sobre la destitución de la niñez". Lumen/HV Manitas, Buenos Aires. Disponible en <http://revistanuestramirada.org/galerias/marcoslopez> (29/10/2013)

DUSCHATZKY S. – COREA C. (2002): "Chicos en banda. Los caminos de la subjetividad en el declive de las instituciones". Paidós, Buenos Aires.

DUSCHATZKY, Silvia CORREA, Cristina (2001) "Chicos en banda. Los caminos de la subjetividad en el declive de las instituciones". Paidós Tramas Sociales.

FERNÁNDEZ A. M. (2006): "Política y Subjetividad". Tinta Limón, Buenos Aires.

Fernández Irusta, Diana (2013). "Argentina Pop". Diario La Nación, Domingo 30 de abril de 2006. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/800534-argentina-pop> (en línea, 09/10/2013)

FERNÁNDEZ IRUSTA, Diana. "Argentina Pop". Diario La Nación del 30 de abril de 2006. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/800534-argentina-pop> (en línea, 28/11/2013).

GARCÍA CANCLINI (1982). "Las culturas populares en el capitalismo". Nueva Imagen, México.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1995). "Consumidores y Ciudadanos" Conflictos multiculturales de la globalización. GRIJALBO. México

González, Valeria (2010). "Marcos López". En "Debut y Despedida". Ediciones Larivière, BsAs.

HALPERÍN DONGHI, Tulio (1994). "La larga alegoría de la Argentina Peronista".

Sudamericana, Buenos Aires.

JULIUS, Anthony (2002). "Transgresiones. El arte como provocación" Editorial Destino S.A, Barcelona.

LACAL, DIANA. "Lipovetsky, La Era del Vacío". Disponible en <http://www.altillo.com/exámenes/uces/publicidad/sociologia/socio2005resumenf.asp> (2013, en línea)

LEWKOWICZ I. - CANTARELLI M.-GRUPO DOCE (2003): "Del Fragmento a la Situación. Notas sobre la subjetividad contemporánea". Altamira, Buenos Aires.

LEWKOWICZ Ignacio (2004): "Pensar sin estado. La subjetividad en la era de la fluidez". Paidós, Buenos Aires.

LICITRA, Josefina. "Marcos López pop latino: El hombre y la sirenita". Entrevista Revista Una Mirada. Disponible en <http://revistanuestramirada.org/galerias/marcoslopez> (en línea: 29/10/2013)

LIPOVETSKY, Gilles (2000) "La era del vacío. Ensayo sobre el individualismo contemporáneo". ANAGRAMA, Barcelona.

LÓPEZ, Marcos (2007). "Pop Latino Plus". Fotos y textos de Marcos López. Buenos Aires. Editorial La Marca.

LÓPEZ, Marcos (2010). Fotografías de Marcos López 1978-2009. Editorial Lariviere, Buenos Aires.

López, Marcos (2011). Entrevista en del IV Congreso Iberoamericano de Cultura. Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=dvnk55WKZkw> (en línea, 29/10/2013)

López, Marcos (2013). "El proceso creativo". Charla en la Fundación Pedro Meyer. Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=nTYhuULONss> (en línea, 23/10/2013).

López, Marcos (2013). "Marcos López pop latino: El hombre y la sirenita". Revista Una Mirada. Texto disponible en <http://revistanuestramirada.org/galerias/marcoslopez> (en línea, 29/10/2013)

López, Marcos (2013). "Marcos López pone toda la carne al asador. Télam. Cultura

28/02/2013. Disponible en <http://www.telam.com.ar/notas/201302/9002-marcos-lopez-pone-toda-la-carne-al-asador.html> 02/11/2013

López, Marcos (2013). “López pop latino: El hombre y la sirenita” Entrevista Revista Una Mirada. Texto Mariana Aizén (2013). “Color local”. Entrevista a Marcos López. Revista VIVA. Diario Clarín domingo 13 de octubre de 2013.

Magaril Alternam, Florencia (2012). “Textos sobre el arte contemporáneo”, Disponible en <http://flormagaril.tumblr.com/post/29839122364/la-fotografia-como-indicio-de-epoca-analisis-de-la-01/11/2013> (en línea, 28/11/2013).

MARTINEZ DE AGUIRRE, E.; BISELLI, R.; MARENGO (2000) “Introducción a los lenguajes: La Fotografía” Laborde Editor. Rosario 2000.

MARTINEZ DE AGUIRRE, Elizabeth (2007). “Latinoamérica actual: violencia política e imagen artística”. Dossier de estudios semióticos. La Trama de la comunicación, Volumen 12, UNR Editora.

MARTINEZ DE AGUIRRE, Elizabeth (2012). “El arte de documentar. Visibilidad y apropiación del mundo social en la imagen fotográfica”. Trabajo presentado en el Encuentro de discusión: “Nuevos paisajes comunicacionales: la problematización de representaciones ciudadanas”. Universidad Nacional de Sarmiento, Buenos Aires.

MARTINEZ DE AGUIRRE, Elizabeth (2005). “Memorias ensambladas. Una mirada fotográfica sobre nuestra historia reciente”. IX Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Red Nacional de Investigadores en Comunicación. Villa María, Córdoba.

MC LUHAN, Marshall (1969) “La comprensión de los medios como extensiones del hombre” Fondo de Cultura Económica, México.

MIGUEL, Estefi “Marcos López y su pop latino” Revista INVASIVA Año 3 Numero 7

MINUJÍN, Marta. “El arte es cultura instantánea”. Diario Infobae 11 de abril de 2013. Disponible en <http://www.infobae.com/2013/04/11/705438-marta-minujin-el-arte-es-cultura-instantanea> (en línea, 16/10/2013)

MOLES, Abraham A. [1971]. El Kitsch. El Arte de la Felicidad. Paidós, Buenos Aires

OSTERWOLD, Tilman (1992). “Pop Art. Editorial: Benedikt Taschen Verlag, Köln

PAULS, Alan (2007). "El jugador". Colección Fotógrafos argentinos. Ediciones Dilan, Buenos Aires.

PAVLOVSKY, Eduardo; DE BRASI, Juan Carlos (2000). "Lo grupal. Devenires. Historias". Galerna, Buenos Aires.

RIGAT, Leticia (2012). "De la fotografía en los espejos. Una reflexión en torno a la representación del cuerpo ausente". La Trama de la comunicación, Volumen 16, UNR Editora.

ROMERO, Luis Alberto (2001). "Breve historia contemporánea de la Argentina" Segunda Edición Revisada y Actualizada. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

SALLIS, John; ACOSTA, María Del Pilar (2008). "La mirada de las cosas: El arte como provocación". Bogotá Universidad de Los Andes facultad de Ciencias Sociales Departamento de Filosofía.

SARLO Beatriz (1994): "Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y video cultura en la Argentina". Ariel, Buenos Aires.

SARLO, Beatriz (1994). "Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y video cultura en la Argentina". Seix Barral. Los Tres Mundos.

SARLO, Beatriz (2005) "Ya nada será igual". Disponible en <http://www.raimundi.com.ar/politica/ensayos/19-ya-nada-sera-igual> (en línea, 28/11/2013)

SARLO, Beatriz (2012) "La era de la desfachatez" Opinión. Diario La Nación. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1464282-la-era-de-la-desfachatez> (en línea, 28/11/2013)

SATRIANO, Cecilia (2006). "Pobreza, Políticas Públicas y Políticas Sociales". Revista Mad N°15. Septiembre. Departamento de Antropología Universidad de Chile.

SONTAG, SUSAN. (1975) "Sobre la fotografía.". Alfaguara, Barcelona.

VASILACHIS DE GIALDINO I (1992): "*Métodos Cualitativos I. Los problemas teórico-epistemológicos*". Centro Editor de América Latina, Buenos Aires.

VIGNOLI, Beatriz (2010). "Un despido aquí y ahora" Beatriz Vignoli. Suplemento Cultura. Rosario/12, 21 de febrero de 2010. Disponible en

<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/rosario/12-22423-2010-02-21.html> (en línea, 01/11/2013)

WORNAT, Olga (1999). "MENEM La vida privada". PLANETA, BsAs.

ARCHIVO FOTOGRAFICO





IMPORTACION

\$199

TODO 1^{er} TODO 1^{er} TODO 1^{er} TO





HAMBURGUESA
COMPLETA \$1
PANCHOS
95
LAS 24 HORAS



PEPSI

HAMBURGUESA
COMPLETA \$1
PANCHOS
95
LAS 24 HORAS

HAMBURGUESA \$1
COMPLETA
SUPER PANCHOS \$1

SUPER PANCHOS \$1

HAMBURGUESA \$1
COMPLETA

LICUADO
B A

HAMBURGUESA
COMPLETA
\$1

Pro
to





b enestar



adidas
DEPORTES

adidas
DEPORTES

adidas

adidas

adidas



American Airlines

A New York
sin escalas.



Coca-Cola



HAMBURGUESA

\$2-

SUPERPANCHO

\$1-

\$3.50

MILANESA de POLLO

\$2-

HAMBURGUESA

\$2-

¡Suana.
PEPSI















TERRENOS VIRTUALES

COMPRE YA
Y CONSTRUYA
SU HERMOSA
CASITA



SALUD

DINERO



AMOR



BIENVENIDO
el Piccolo Vapore

VINO TORO

AMERICANO
Garcia













Reina del TRIGO







El Tribuno de **Jujuy**

Menem despidió a Cavallo



A se adhirió al paro de la CGT

Angeloz, a juicio oral y público
47.000
bo



MENEM







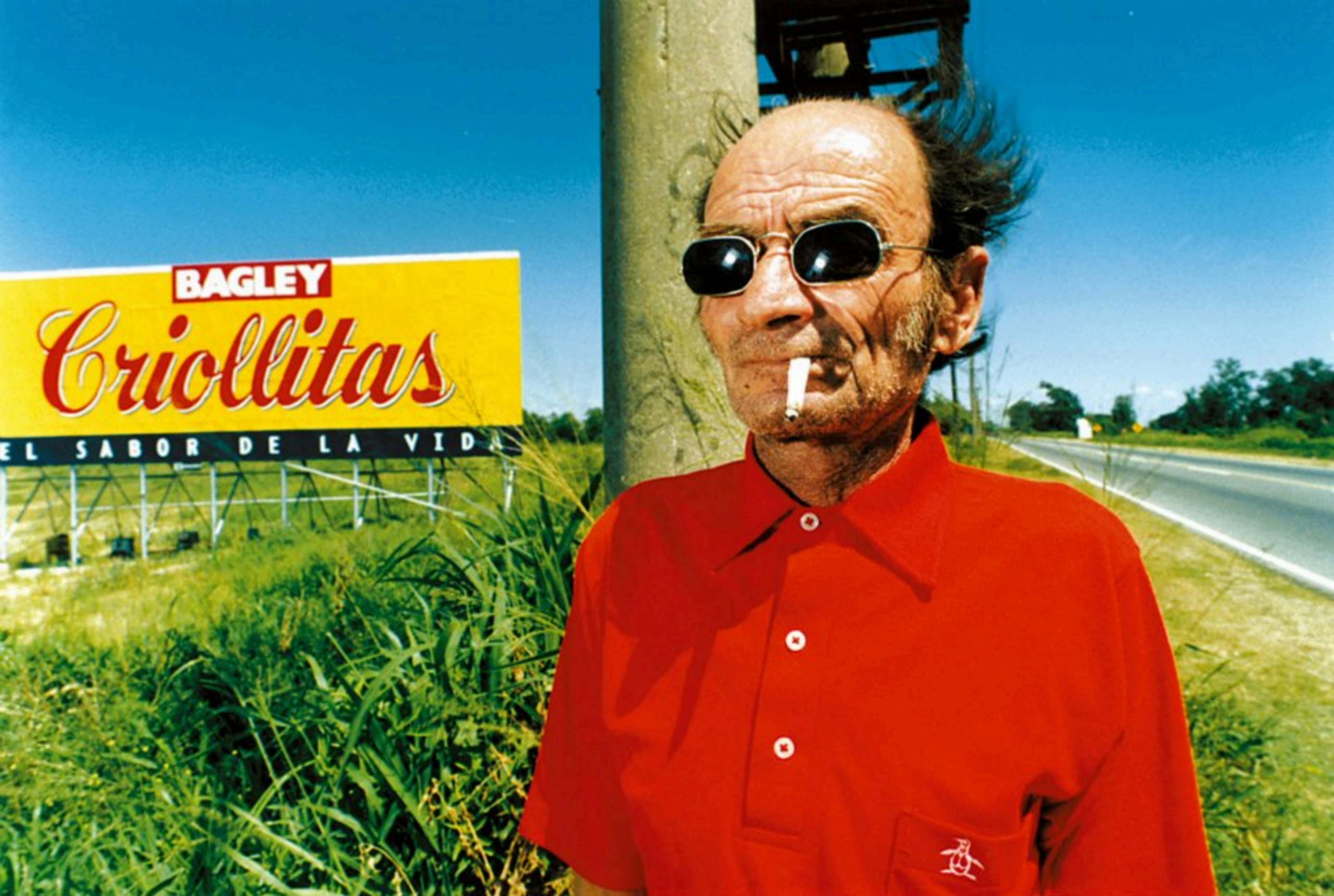
NO SOS EXTRA, LE DAS CLIMA A LA ESCENA.

tomá lo bueno









BAGLEY

Criollitas

EL SABOR DE LA VIDA







...enblon

NATAACION

...KLORE

COOPERATIVA OBRERA HOGAR

ENSEÑANZA H. YRIGROYE

MUDANZA AL PARAGUAY TEL. 42702027

PARA VOLVER A PERON HERMINIO "CHAMIGO" MAIDANA

HERMINIO "CHAMIGO" MAIDANA

HERMINIO "CHAMIGO" MAIDANA

DIARIOS y REVISTAS "Rubio"

LEO MITINI DANAS GRATIS

COMPUTACION 44561

COMPUTACION 4253-4081

COMPUTACION 4253-4081



CARNES
PRADERAS DEL
SUR

PARRILLA

Coca-Cola

Viva la Vaca



carnicería

PIZZERIA NAPOLITANA

VACIO ASADO MATAMBRE
\$ 5.49 \$ 3.49 \$ 4.89



Empanadas Confltería - Pastelería

PARE

LOCUTORIO - FAX
SERVICIOS TELEFONICOS
SERVICIOS INTERNACIONALES
INTERNET
\$ 0.99 LA HORA...
JUEGOS EN RED
e-mail
Clases de Computación
DRUGSTORE
PERU 629 (Jaq. Brasil)



movistar
Telefónica

Blue jacketed pedestrian in the foreground.













REINA NACIONAL
FRUTILLA

