

Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Sociales  
Instituto de Investigaciones Gino Germani  
Cuartas Jornadas de Jóvenes Investigadores

*Las representaciones de lo cómico en dos casos de la fotografía argentina del siglo XX: Grete Stern y Marcos López.*

Natalia Fortuny - DNI 26047599  
FSOC-UBA / Becaria doctoral CONICET  
[nataliafortuny@gmail.com](mailto:nataliafortuny@gmail.com)

Eje 4. Objetos culturales, arte y estética.  
Buenos Aires, 19, 20 y 21 de septiembre de 2007

De los vehículos posibles de lo cómico, la fotografía posee un estatuto particular: comparte con la comicidad su carácter instantáneo, económico y fugaz. Para una buena fotografía, así como para un buen chiste, hay que saber el momento exacto en que disparar, un segundo antes o uno después pueden cambiar radicalmente el resultado. Precisamente, este trabajo se propone analizar las formas de lo cómico en un pequeño conjunto de obras de arte fotográficas, partiendo de las divisiones freudianas entre lo cómico, el humor y la chispa, además de otros conceptos sobre las representaciones de la risa, los imaginarios y las imágenes fotográficas.

El corpus analizado corresponde a dos series producidas por artistas argentinos del siglo XX.

En primer lugar, la serie *Sueños* que Grete Stern realizó como ilustraciones de los sueños que las lectoras de la revista *Idilio* narraban en la sección “El psicoanálisis le ayudará”, en el período 1948-1951. Estas fotos iban acompañadas por la interpretación de cada sueño, escrita por Gino Germani. Se verá en este conjunto de imágenes que la comicidad toma la forma de la representación de lo reprimido, en analogía con lo onírico. Esta liberación pondrá claramente de manifiesto los miedos, mandatos y lugares dispuestos para la mujer por la sociedad argentina de mediados de siglo (en los planos sexual, laboral, conyugal, etc.).

En segundo lugar, se recorrerán las fotos del libro *Pop Latino*, del fotógrafo argentino Marcos López, publicado en el año 2000. Su mirada sagaz y humorística interpela a partir de la sátira y lo cómico, a través de imágenes que hienden el mundo de la política, la cultura y el arte, exponiendo con ironía los imaginarios de la década neoliberal.

## **Lo cómico, el humor, la chispa**

Sigmund Freud se ocupa de la comicidad en una obra fundamental: *El chiste y su relación con el inconsciente*, de 1905 (aunque también en el breve texto “El humor”, de 1928). Allí, divide el universo de lo cómico en tres especies básicas.

En primer lugar, ‘la chispa’ (*witz*, en alemán), el ingenio, la gracia, el chiste, es aquello relacionado con la liberación de represiones, es la contribución del inconsciente a lo cómico. La chispa posee una semejanza estructural con los sueños, está relacionada con las coerciones y la censura en el sujeto (en especial, en los planos de las necesidades naturales corporales, y el sexo). También se conecta con la huída, la angustia y el miedo a lo desconocido.

En segundo lugar, Freud se refiere a lo ‘cómico’ como aquello ligado a la representación y reconstitución del Yo (también en términos de liberación). Aquí la risa entra en la órbita del Yo y de la vida conciente. Se producen representaciones del Yo mediante comparaciones, desenmascaramiento súbito y risa satírica. Los modos de lo cómico toman las formas del teatro y la pantomima.

Por último, Freud define al ‘humor’ como la forma más alta de lo cómico, ligada a la aceptación del Super-Yo, a la risa sublime y los conocimientos acerca del mundo (al conocer y aceptar).

En los tres casos, la risa se produce según Freud por una liberación de energía psíquica, previamente ahorrada por diferentes razones: “El placer del chiste nos pareció surgir de un *gasto de inhibición ahorrado*; el de la comicidad, de un *gasto de representación* (investidura) *ahorrado*”, y el del humor, de un *gasto de sentimiento ahorrado*” (Freud, 2001, p 223).

Son variados también los procedimientos o recursos para causar risa. Por nombrar sólo algunos: inversión (poner al mundo ‘patas para arriba’), sátira moral y política (crítica social por medio de la burla), paradojas (auto-contradicciones, que se oponen al sentido común), absurdos visuales, verbales y dramáticos (el *non-sense* en sus diferentes expresiones).

### **El registro fotográfico**

En ambas series de nuestro corpus, las fotografías son en su totalidad producto de una construcción planificada del artista: corridas por completo del lugar de la instantánea documental, ofrecen *reconstrucciones* significativas del mundo.

Sobre este punto, Susan Sontag (1981) sostiene que "aunque en cierto sentido la cámara sí captura la realidad y no sólo la interpreta, las fotografías son una interpretación del mundo tanto como las pinturas y los dibujos". Por su parte, Joan Fontcuberta (1997), sostiene que "el arte es una mentira que nos permite decir la verdad" (el *Guernica* de Picasso, por ejemplo, como uno de los testimonios más acabados de la guerra, mejor aún que las fotografías).

Así, se parte de la idea de que tanto una foto analógica como una digital, una imagen montada o retocada tienen iguales posibilidades al momento de crear un relato sobre algo, de *construir* verdad. Así, el problema de lo ‘verdadero o falso’ –problema con el que la fotografía lidia desde sus comienzos- carece de entidad en este desarrollo.

Entonces, en lugar de buscar ‘lo real’ en estas imágenes, más bien es interesante indagar, por ejemplo, cuál es el ‘real’ que construyen o critican, cuáles son en definitiva los imaginarios sociales<sup>1</sup> con que están trabajando y generando intertextualidades.

## Sueños de mujer

En 1948, la revista femenina *Idilio*, de Editorial Abril, abre una nueva sección: “El psicoanálisis le ayudará”. En dicha sección, el sociólogo Gino Germani –a quien se considera uno de los impulsores de la introducción del psicoanálisis en nuestro país- analizaba los sueños descritos por las lectoras de la revista, bajo el seudónimo de Richard Rest. La sección se completaba con las ilustraciones fotográficas a cargo de Grete Stern, fotógrafa y diseñadora alemana formada en la Bauhaus, y refugiada del nazismo en Argentina desde 1935. Es ella quien le propone a la revista que los sueños estén ilustrados con fotomontajes. La colaboración dura alrededor de tres años (1948-1951) y se publican unos ciento cincuenta trabajos<sup>2</sup>. A pesar de ser la serie de fotomontajes fotográficos más importante y numerosa que se hizo en Argentina, los *Sueños* de Grete Stern fueron completamente ignorados hasta el año 1982, cuando se expusieron en el FotoFest de Houston, Estados Unidos.

En general, aunque Germani y Stern discutían las líneas principales de cada obra, el trabajo de la fotógrafa concluía en piezas de invención bastante libres, que condicionaban a su vez las interpretaciones de Germani. Los fotomontajes se publicaban con un título -"Los sueños de ambición', "Los sueños de máscara', "Los sueños de disconformidad', etc.- e ilustraban los miedos y anhelos de las lectoras, en general de las clases populares argentinas, en especial la clase media en ascenso durante los años del primer peronismo. Como sostiene Luis Priamo (1995): “Este personaje [la mujer de sectores medios] está presente en las imágenes de un modo explícito o implícito: interviene en su propio sueño, o lo ‘mira’ a través del ojo de la cámara, como sucede en una toma cinematográfica subjetiva”.

Los elementos presentes en estas fotos son los que están a la mano de estas mujeres: los materiales que se podían encontrar en las cocinas, costureros, jardines, de estas amas de casa que empezaban a demandar otros lugares para su existencia (o, al menos, a soñarlos).

---

<sup>1</sup> En términos de Cornelius Castoriadis, las sociedades instituyen el magma de significaciones imaginarias sociales que conforman *lo real* de una sociedad determinada (las instituciones en sentido amplio: aquello que da cohesión y marca los límites de un entramado social frente a otros, también con sus dimensiones imaginarias, por ejemplo, ‘todas las significaciones posibles de la lengua francesa’).

<sup>2</sup> La serie completa de los textos y las fotografías está recogida en el libro *Sueños. Fotomontajes de Grete Stern* (Fundación CEPPA, 2003). Las menciones a cada imagen se harán a partir de la numeración propuesta allí, en relación al número de la revista en que aparecieron.

Junto a estas piezas, convive también el universo de los consumos culturales femeninos (cine, lecturas, moda, el teléfono, la radio, etc) y aquí es donde la obra de Stern se intersecta, por ejemplo, con la posterior literatura de Manuel Puig, con sus mujeres y escenarios.

Así, se trata de fotos que cuentan, a lectoras mujeres, los sueños de otras mujeres. Este universo de lo femenino hace visible, en analogía con los sueños, los lapsus y la chispa de la teoría freudiana, los mecanismos de visibilidad de lo reprimido, da imagen a los contenidos latentes que el inconsciente guarda como doloroso. En una suerte de anamnesis visual de mediados de siglo, estas imágenes demuestran que lo que desaparece en el mundo psíquico no desaparece sino que se desplaza. Y es la terapia, o en este caso el análisis amateur de los sueños, aquello que puede reponer el sentido desplazado<sup>3</sup>, dando rostro al sujeto del inconsciente.

Es tanto en los sueños como en el chiste que ocurre una aparición disfrazada del inconsciente, a partir de juegos con la ambigüedad y el doble sentido. En palabras de Berger (1999: 104 y ss) sobre el carácter de la chispa:

se caracteriza por una manera juguetona de abordar la realidad, por el descubrimiento de semejanzas y conexiones ocultas, por la vinculación de lo que normalmente se encuentra separado y porque confiere sentido a lo que normalmente se percibe como un sinsentido.

Precisamente en su obra *La interpretación de los sueños*, publicada en 1900, Freud afirma que los sueños se sirven de los mismos recursos que el inconsciente: en particular de las dos funciones de condensación y desplazamiento, consideradas “los dos obreros a cuya actividad hemos de atribuir principalmente la conformación de los sueños” (Freud, 1981: 534).

La condensación está relacionada a la determinación múltiple y a la complejidad propia de lo inconsciente. En ella, varios contenidos latentes se superponen en una misma representación: el ejemplo paradigmático es la constitución de personas colectivas o mixtas (‘era a la vez mi tío y mi hermano’), aunque también funciona en otros niveles como el verbal (invención de palabras, también con resultados cómicos).

Por otra parte, aquello que se muestra como el contenido esencial de las ideas latentes puede muy bien no aparecer representado en el sueño de manera manifiesta (en general sucede con las cuestiones más dolorosas). Se trata del desplazamiento: el sueño se halla como “diferentemente centrado, ordenándose su contenido en derredor de elementos distintos de los

---

<sup>3</sup> Aunque riquísimas en contenido, las leyendas que acompañan a los sueños no serán analizadas aquí, ya que escapan al objeto del presente trabajo.

que en las ideas latentes aparecen como centro” (Freud, 1981: 532). Aquí *algo* está en lugar de *otra cosa*, se produce un corrimiento.

Estas dos labores del inconsciente, que en la teoría de Jacques Lacan serán homologadas a los tropos lingüísticos de metáfora y metonimia (condensación y desplazamiento, respectivamente), se observan con frecuencia en las imágenes de Grete Stern.

Por otra parte, en estos movimientos fotográficos que presentan angustias y conflictos no es difícil leer una actitud crítica respecto de los valores dominantes que constreñían a la mujer de entonces (y no sólo de entonces). La presentación de estos contenidos –más aún: en las páginas de una revista de amplia divulgación- rompía de algún modo con la naturalidad y la naturalización de ciertos lugares obvios y predeterminados para la mujer. En términos de la teoría de Pierre Bourdieu, estas imágenes evidenciaban, explicitaban fugazmente (como en un sueño), los *habitus* no concientes de estas lectoras: sus posiciones de clase y de sexo, su lugar subordinado disimulado bajo fórmulas de cortesía y buenos modales. Se trata de una axiología, de una comicidad que apunta a la crítica de todo un sistema de valores.

En palabras de Peter Berger (1999: 107 y 115):

El ingenio se puede emplear como un medio para rebelarse contra la autoridad. La mayor parte de los chistes políticos tienen esta función. Freud argumenta, no obstante, que existe una rebelión más profunda: contra la razón. Ésta supone cierta forma de infantilización, un retorno a lo que Freud llama el ‘viejo hogar’ de la infancia, donde los deseos se hacen realidad por arte de magia y donde la mayor parte de la vida se compone de juegos (incluidos los juegos de palabras). Bromear es volver a ser en cierto modo un niño por unos instantes y esto es en sí mismo fuente de placer. [...] La experiencia cómica ofrece, ya en los niños, una liberación de la tiranía del principio de realidad, una liberación de la razón para acceder a una zona particular de libertad.

Por último, tanto desde la forma plástica de cada fotografía como desde su potencia revulsiva o crítica hacia la sociedad, la corriente estética con que habitualmente se emparenta esta serie es el surrealismo. Corriente que, además, ha tenido siempre contactos con el mundo de la comicidad y el humor. En palabras de Susan Sontag (2006: 121) “el esteticismo surrealista está demasiado impregnado de ironía”.

### UNO – los otros varones

Uno de los fotomontajes de Grete Stern, el sueño N° 22, muestra a una joven que recibe alegremente de manos de su novio (encerrado en una torre) una red que va a atraparla. El patriarcado machista constituye el escenario en que viven la fotógrafa y sus contemporáneas; el hombre es indiscutidamente quien detenta el poder: el padre en la familia

y –sus continuaciones lógicas- el marido, el jefe y el cura (en el matrimonio, el trabajo y la Iglesia, respectivamente).

Como indicador de esta situación puede recordarse que es en septiembre de 1947, apenas el año anterior a estos primeros fotomontajes, cuando se sanciona la Ley 13.010 de voto femenino. No es casual esta coincidencia en la ampliación de los derechos civiles de la mujer y este cuestionamiento y crítica de Stern, desde un medio no académico ni panfletario (incluso quizás este sea su rasgo más potente). En nuestro país, la mujer votará por primera vez en 1951, año en que se termina la colaboración de Grete Stern con la revista, con lo cual mientras las fotos se realizaban sus lectoras ni siquiera habían tenido todavía acceso real a dar su voto.

Dice Luis Priamo (1995):

La mujer de los sueños de Grete es un ser angustiado y oprimido. Sus placeres son patéticos, igual que sus frustraciones; y cuando se la ve activa y dominante, es tan cruel como el mundo que la agobia. Sus ambiciones reflejan las utopías de melodramas y radionovelas: éxito social, riqueza, guantes largos y lamé. Encerrada en una botella al borde del mar, su destino es incierto y azaroso, tanto si ha llegado de un largo viaje, llevada y traída por las corrientes marinas, como si aun no lo inició.

En el sueño N° 26 la incomunicación hombre-mujer se hace evidente: una muchacha intenta hacer un llamado a través de un teléfono gigante (demasiado grande *para ella*), bajo la mirada de desprecio del hombre que atiende el negocio en que ambos se encuentran. El rechazo se vuelve más evidente aún en otros sueños. En el N° 42 el hombre ha elegido a otra mujer y ha dejado a la protagonista sola en un carro de caballos que le queda algo pequeño. En el N° 89 la mujer se refugia dentro de una boca gigante que parece va a comerla. En el N° 73 mientras el hombre la abraza amorosamente todo lo que hay detrás de ellos es destrucción y ruina. En el sueño N° 129 el deseo del matrimonio conlleva una advertencia: los novios miran asombrados la mancha oscura (¿de sangre?) que cubre el vestido de la novia para su horror.

En el célebre N° 59, que lleva título: “Artículos eléctricos para el hogar”, una mano masculina apaga (o enciende) a su gusto una lámpara de mesa de noche, un extraño velador cuyo pie es el cuerpo completo de una muchacha con rostro de disgusto. La mujer es un objeto, un ‘artículo’ fetichizado ‘para el hogar’, sin voz, obediente al mandato del otro, que es varón. Otro ejemplo de esta cuestión es el también famoso N° 101 -cuyo título es “Made in

England”<sup>4</sup> - donde una mano masculina maneja el pincel que dibuja un rostro de mujer. Una vez más el sometimiento: es el deseo del varón quien dibuja a la mujer y al mundo. El título juega -además de con la inscripción del pincel-, con la fantasía europea de la época, con los ‘modales refinados’ que vienen de Inglaterra y otros mundos ‘más civilizados’.

En toda la serie, es interesante observar que la mirada de Grete Stern no es de pena ni lástima por esas mujeres: ella está rabiosa con la pasividad de esa mujer que acata las órdenes del hombre y se somete. Tal como sostiene Priamo (1995): “La mirada zumbona y sarcástica de Grete no se detiene en la compasión por la víctima, sino que avanza también sobre los resultados alienantes de su resignación”.

De hecho, hay sueños en los que la mujer se desquita, se venga o se subleva. En el N° 93, por ejemplo, unas manos femeninas planchan la figura de un hombre. Este desquite se produce con los mismo elementos que la mujer conoce y opera diariamente: las actividades domésticas que la someten se vuelven el arma contra ese mismo sometimiento. En el N° 139 el deseo de independencia es explícito y la mujer arroja su zapato fuera de la foto. En el sueño N° 60 (por cierto, uno de los que provoca más risa) una muchacha en el campo toma una foto de un asno con cabeza de hombre. O en “Amor sin ilusión”, segunda versión del sueño N° 64, el hombre que está junto a la chica tiene cabeza de reptil. Estos dos últimos son clarísimos ejemplos del recurso de condensación (esto es incluso explicitado por Germani en la interpretación del sueño): hombre-animal, hombre-bestia.

### DOS - cuerpos

En estrecha relación con el punto anterior se abre aquí otro de los temas posibles de segmentar en las fotos de Stern: el cuerpo femenino. Como la *Alicia*<sup>5</sup> de Lewis Carroll (o como el desventurado personaje de Uma Thurman en *Kill Bill*), son frecuentes los padecimientos físicos y las desdichas corporales. Los cuerpos de las mujeres crecen y disminuyen de una foto a otra, se caen, están atrapados, son arrojados a la inmovilidad y la prisión, en un clima permanente de inseguridad. Es tan posible que quepan en un caracol, como que bailen mano a mano con elefantes o que descansen paradas sobre planetas.

En estas imágenes las mujeres a menudo no son dueñas de sus cuerpos: son las situaciones que las exceden las que impulsan el movimiento, ni deseado ni querido. El espacio

---

<sup>4</sup> Como sucede con algunas fotos, hay dos versiones de esta imagen (una segunda fue realizada sin las presiones del tiempo de cierre de la revista). No hay diferencias conceptuales sin embargo que deban ser marcadas aquí entre ambas.

<sup>5</sup> Las similitudes con *Alicia* son mayores si se piensa que ambos personajes están viviendo en el mundo de los sueños.

de estas fotografías es siempre amedrentador, inestable, siempre móvil; a punto de volcar, cae sobre sus protagonistas.

Para lograr estos efectos y estas visiones, la fotógrafa se sirve de absurdos visuales y dramáticos. En el sueño N° 28 una mujer está arrodillada a punto de entrar a una pequeña ratonera. En el N° 30 una muchacha tiene patas de elefante. En el N° 79 una mujer gigante no entra en el living de su casa. En el N° 4 un grupo de personas vestidas señala a una mujer que corre en camión intentando taparse (tiene un cuerpo casi desnudo, que la pone en ridículo). En el N° 67 una chica intenta hablar por teléfono pero la boca ha sido borrada de su rostro: el cuerpo aquí es un cuerpo mudo. En el N° 87 una mujer cae de un mundo que está al revés (cae del planeta: desde la tierra hacia la nada). Todos estas imágenes generan claramente un efecto cómico, pero que es a la vez asfixiante y perturbador.

En relación con esto último, hay tormentos aún más explícitos infligidos al cuerpo femenino. En el sueño N° 5 un cuerpo de mujer mutilado (sólo se ve de la cintura para abajo: la pollera y los pies caminan sin torso) avanza por un camino a cuya vera hay un hombre (de cuerpo completo). En el N° 21 una muchacha se pincha los pies al caminar por una playa de clavos. Las mujeres de los sueños N° 47 y 80 están encerradas en una jaula y en una botella, respectivamente. Y la del N° 83 está atada a una silla (por muchos hilos finos que recuerdan a Gulliver). En el sueño N° 105 medio cuerpo de mujer (torso con los brazos y la cabeza) flota tieso en un vaso de agua.

Así, los cuerpos femeninos en Grete Stern se convierten en objeto: objeto de uso, de tortura, de servicio, de adorno, de vergüenza –por supuesto, hay además una sobredeterminación sexual, que sobrevuela todos los cuerpos tipificados más arriba-. El cuerpo desmembrado, mutilado o desdoblado no puede oponer mucha resistencia a ese poder -masculino- que lo constriñe.

Como subconjunto dentro de los sueños del cuerpo, aparecen los sueños con muñecos: mujeres con brazos o cabeza de muñeca, con hijos-muñeco (N° 39, 90). En la herencia de Pinocho, las muchachas o su descendencia son figuras ‘casi-humanas’; aunque futuras madres, son apenas muñecas o niñas que juegan, jamás mujeres en su completitud.

### TRES – mujeres en peligro

También en relación con lo anterior, puede observarse la manera en que, según Grete Stern, viven las mujeres en sociedad: siempre a punto de ser atacadas, en peligro –tanto interior como exterior-. Aquí aparecen otras de las características propias de la chispa, según Freud: la angustia y el miedo a lo desconocido.

En su célebre “En el andén”, sueño N° 40, un tren con cabeza de reptil está a punto de salir del mar para atacar a una chica indefensa. En el N° 92 es un insecto gigante quien ataca a la mujer. En el N° 107 la muchacha se despierta justo a tiempo para ver que todo se derrumba sobre ella (su habitación, incluida la foto de un hombre colgada en una de las paredes). En el N° 16, ella cuelga de una soga sobre el abismo. En el N° 20 manos y animales la acosan. En el N° 43 es un insecto gigante (¿un piojo?) y en el N° 46 son ojos sin rostro que no la dejan en paz. En el N° 11 está colgando de un risco sobre la rompiente del mar. En los N° 25 y 52, las mujeres apenas hacen equilibrio sobre empinadas escaleras.

Evidentemente, estas imágenes denuncian los temores y angustias de estas mujeres que se perciben frágiles y débiles frente a una sociedad que las ataca permanentemente. Y la cámara de Grete Stern registra esto: en un mundo que acobarda a la mujer y la somete, estas imágenes exorcizan a la vez que exponen estos sitios peligrosos.

#### CUATRO – trabajar cansa

En el sueño N° 15 una muchacha sube a una montaña llevando con una soga una piedra enorme, en evidente esfuerzo sobrehumano. He aquí una metáfora del exceso de trabajo y del absurdo de cierto trabajo, que implica un costo exageradísimo en función de los beneficios (otra vez: pensar ciertas cuestiones de cortesía que exigen deberes dobles a las amas de casa de entonces, o el doble trabajo de las mujeres fuera y dentro del hogar).

Evidentemente, el mundo laboral tampoco es un lugar tranquilo o estimulante para una chica. En el N° 115 una secretaria literalmente hecha raíces frente a su máquina de escribir (sus pies se han convertido en raíces debajo del vestido). En el N° 51, una mujer recoge el dinero que se le ha caído frente a cuatro hombres de traje: hay dificultad y vergüenza en el contacto femenino con el mundo del dinero, en especial, para conseguirlo con el propio trabajo.

Así, un subconjunto de esta serie lo podrían integrar las imágenes que tienen al fracaso y la frustración como tema. En el N° 7 una pianista está dando un concierto pero el teclado del piano se ha transformado en una máquina de escribir (¿el deseo de ser pianista frente al mandato de ser secretaria?). Análogamente, cuando la protagonista del N° 76 quiere tocar su violín se da cuenta de que la vara se ha transformado en una escoba. La mujer del N° 84, agotada, empequeñecida y a punto de ahogarse en un latón de lavar la ropa lleno de agua, intenta escapar trepando por la tabla de lavar.

Con una comicidad que pronto se vuelve dramática en estas imágenes, el ojo de Grete Stern punza al mundo en cada foto.

## Viajes al exterior y guantes de hule

El libro *Pop Latino* (2000), del argentino Marcos López, lleva en la tapa una fotografía que contiene los siguientes elementos: un retrato de una joven y bella mujer, con ropa de mucama, guantes de hule y un antifaz de plástico con los colores de la bandera estadounidense; la avenida 9 de julio; un cartel publicitario de *American Airlines* con una fotografía de la estatua de la libertad y una leyenda que dice ‘A New York sin escalas’; el obelisco al fondo a la derecha.

Todos estos materiales visuales resumen la fotografía de Marcos López: los nuevos ricos de la década menemista neoliberal, la felicidad de viajar al exterior, los colores del plástico y demás productos de importación fácilmente conseguibles en los negocios de “Todo x \$2”, la fragilidad y fugacidad de esta alegría para pocos, y finalmente la avenida y el obelisco como emblemas de que la argentinidad siempre es el escenario de fondo de cualquier clase de brillito pop que se consiga fuera del país.

Según Peter Berger (1999: 255):

En la sátira, la intención agresiva se convierte en motivo central de la expresión cómica. Todos los elementos de lo cómico se funden entonces, en cierto modo, para constituir un arma. Lo más frecuente es que el ataque se dirija contra ciertas instituciones y sus representantes, particularmente de carácter político o religioso. También puede dirigirse contra grupos sociales enteros y sus culturas: contra la burguesía y sus costumbres, por ejemplo.

Así, la ácida mirada de Marcos López interpelará a partir de las formas de la sátira y lo cómico, el mundo decadente y festivo de los noventa en Argentina<sup>6</sup>.

### UNO - bien latino

Es fácil identificar en las fotografías de Marcos López los elementos del arte *pop*: los colores planos y brillantes, las estridencias de peinados, luces y maquillajes, la moda, los consumos populares, lo barato.

Sin embargo, el *pop* de las fotos de Marcos López es *latino*: más de cartón –si cabe- que su par estadounidense. En lugar de tener a Marilyn Monroe hace posar a la Reina Nacional de la Frutilla como modelo. Se trata de un *star-system* donde el glamour está mucho más ligado a lo *trucho* y al ‘llame ya’, donde las reproducciones de los muñequitos de Disney son desaparejas y hechas a mano, donde los brillos de la brillantina están algo opacos (un

---

<sup>6</sup> A nivel internacional, las fotos del inglés Martin Parr también son un caso de inteligente sátira a la clase media y media alta inglesa. Sus fotos mordaces son instantáneas –a diferencia de las de Marcos López- que exploran los mundos del turismo, las carreras de caballos, la comida rápida, etc.

consumo de las formas culturales norteamericanas pero ‘*made in china*’) y donde los espejos se transforman en ‘espejitos de colores’.

De esta manera, Marcos López hace un doble juego: denuncia esta forma ‘berreta’ del *pop* a la vez que se hace cargo de la estereotipia que pesa sobre América Latina y sus consumos culturales, aquello que él mismo llama *la textura de lo latinoamericano*.

En palabras de María Gainza (2005):

...un pop latino que poco y nada tiene que ver con el de Warhol y mucho con los clichés de macho de América, bomba tropical y alegría brasilera, más las estampitas del Zorzal y Santa Evita, la publicidad, un Antonio Berni revisitado, un viaje a Cuba y los cactus (que se ve que se colaron en la foto) de David Hockney, para plasmar, en una tira rabiosamente colorida, la imagen de la década. Lo que se llamó *El pop latino* de Marcos López es un país de vendedores de terrenos virtuales, máscaras de brillantina, parques de diversiones de cartón, súper combos con fritas, campañas políticas berretas y afiches atados con alambre que prometen lo imposible. No hay personas sino personajes, bidimensionales, estereotipos a la enésima potencia que tienen la euforia del merquero antes del bajón, la guarangada del menemista y la risa sardónica del suicida. Es una serie brillante, de un grotesco típicamente argentino, donde el fotógrafo toma conciencia de su época en el mismo momento en que ésta sucede: mientras Marcos López crea su *Pop latino*, el presidente Menem pasa por detrás a toda máquina en su Ferrari nueva rumbo a La Feliz.

A mediados de los años ’70 Sontag (2006: 100) escribió, pensando en la fotografía norteamericana: “Un inventario de Estados Unidos es inevitablemente anticientífico, una confusión delirante y ‘abracadabrante’ de objetos, donde las gramolas se parecen a los ataúdes.” Décadas más tarde y transmisión mediante de los patrones de consumo norteamericanos alrededor del globo (alias globalización), no es difícil trasladar estos pensamientos a una obra compleja, colorida y repleta como la de Marcos López. Sontag va más allá y encuentra que “detrás de las pretensiones rituales de los fotógrafos estadounidenses (...) hay una visión afligida de lo perdido.” Cabría también preguntarse si hay algo de nostalgia o lamento por lo perdido en estas fotos y cuál sería entonces el lugar de la risa (es frecuente el uso del humor en ocasiones de pérdida: a través del humor negro, por ejemplo). Para empezar, podría decirse que aquí –en las fotos de la Argentina de los noventa- lo perdido sería el mundo del trabajo.

### DOS – el teatro de la fotografía

En términos freudianos, así como la obra de Grete Stern se relacionaba con la aparición del Ello, de las represiones inconscientes y la censura, las fotos de Marcos López se relacionan con la representación del Yo cómico, con la comedia y su puesta en escena teatral.

Pensando a la fotografía como ‘teatralización’, Francois Soulages (2005: 73) sostiene que “un fotógrafo puede verse tentado por dos direcciones: la de la publicidad, que constituye un instante eternizado de una obra teatral entablada en provecho de vender una producción y un consumo determinados, y la de la obra de arte”. Puede pensarse que la obra de Marcos López está en un medio no claro entre estas dos regiones: se sirve de los recursos de la publicidad a fin de mantener su efectividad como obra de arte que se funda precisamente en esta ambigüedad.

Una de las formas teatrales de la comicidad de Marcos López se basa en los cuerpos de los protagonistas, a medio camino entre maniqués o títeres y sujetos sociales verdaderos: los retratados usan antifaces, máscaras, maquillajes exagerados, su piel es de cirugía estética estiradísima brillante, las uñas de plástico largas y coloridas, los músculos bañados en aceites y camas solar, etc. Todo lo que se ve despeja cualquier duda sobre el montaje de la foto: ésta es claramente armada en función de una escenificación planeada de antemano.

Según Henri Bergson, la risa proviene del descubrimiento de lo mecánico que nos habita, del observar la mecanización de la vida (la estructura y las leyes de la materia). Bergson sostiene que “lo cómico exige algo así como una anestesia momentánea del corazón. Se dirige a la inteligencia pura y simple. [...] Las actitudes, gestos y movimientos del cuerpo humano resultan risibles en la medida exacta en que dicho cuerpo nos recuerda meramente a una máquina” (citado en Berger, 1999: 68). El aspecto físico de los sujetos de las fotos de Marcos López causa risa, entre otras, por esta causa. Son maquinarias de un mundo que se desmorona: los falsos Gardel, Menem y Cavallo; los vendedores de productos adelgazantes; las reinas y las chicas con peluca; los disfraces *truchos* de *Los Power Rangers*; las mucamas al parecer salidas de un *country* con sus productos de limpieza (herederos de las cajas *Brillo*) para limpiar la Casa Rosada. Ninguno es poseedor de su cuerpo ni parece del todo real: todos habitan permanentemente un país-teatro.

### TRES – rayos catódicos

El mundo de Marcos López tiene una protagonista que es a veces explícita: la tele. No solo lo que se ve allí –la televisión y su sistema de estrellas y premios- sino el mismísimo aparato televisor, esa promesa de contacto, información instantánea y acercamiento mundial que reorganiza espacialmente los sitios de la casa en que se encuentra<sup>7</sup>. Y también –y sobre todo- las antenas parabólicas, las construcciones de última tecnología en los pueblos-desierto

---

<sup>7</sup> La televisión que, en épocas de Internet y de comunicación wi-fi, ya parece también un objeto retro (en consonancia con lo *trucho*).

del norte, la oferta electrónica de última generación en medio del polvo y la pobreza<sup>8</sup>. Es lo tecnológico en medio de la nada: estéril como esos falsos cactus de las fotos (hechos con preservativos) junto a los verdaderos.

La propia fotografía es entonces el medio tecnológico apropiado para retratar este mundo. Tal como sostiene Sontag (2006: 102 y ss):

Cada vez menos estadounidenses poseen objetos con patina, muebles viejos, ollas de los abuelos: esas cosas usadas y enriquecidas por generaciones de contacto humano que Rilke celebraba en las *Elegías de Duino* como esenciales para un paisaje humano. A cambio, tenemos nuestros espectros de papel, paisajes transistorizados. Un museo liviano y portátil. [...] Toda colección de fotografías es un ejercicio de montaje surrealista y el compendio surrealista de la historia.

Dicho así: el surrealismo y el zapping, la fotografía como museo portátil y superficial, vago, del mundo.

#### CUATRO – vestidos e investiduras

Así como, según John Berger, el traje muestra en las fotos de August Sander quién es quién en la Alemania pre-nazi, aquí la vestimenta también habla en términos de clase: mientras el mozo usa un traje de mozo, la mucama viste su uniforme azul y sus guantes de hule, la nueva rica lleva prendas encimadas y disonantes (vincha, anteojos, telas de *animal print*, pieles, accesorios), las alumnas de colegio privado sus polleras iguales (mientras comen chupetines y panchos, rodeando a un falso Carlos Gardel), los musculosos sus slips ajustadísimos. Como en la perinola, este nuevo capitalismo *toma todo*: el ‘deme dos’ es aquí ‘deme cinco’, ‘deme seis’ o ‘deme todo’, y mucho mejor si es vestido sobre el cuerpo. “La estética fotográfica muestra, tal vez más claramente que la vida, la razón fundamental por la que los trajes, lejos de disfrazarla, subrayan y acentúan la clase social de quienes los llevan” (Berger, 1998). Es así que los mismos colores resuenan de manera diferente en la dueña del country y en su empleada, en el trabajador y en el político *trucho*.

Es posible relacionar este punto con lo propio de lo cómico, según Freud, que sería la representación del Yo mediante comparaciones y desenmascaramiento súbito: “lo cómico descansa en un contraste de representación” (Freud, 2001: 206). En las fotos de Marcos López la puesta de manifiesto, la comparación explícita, entre lo que los protagonistas de las fotos *son* y lo que *quieren ser* -cueste lo que costare- es aquello que produce risa.

---

<sup>8</sup> Recuerda los dichos del entonces Presidente Carlos Menem cuando anunció, en una escuela muy pobre de Tartagal, que Argentina contará con vuelos de pasajeros al espacio para viajar en una hora y media a Japón, Corea, y, por supuesto, a otro planeta el día en que se detecte que allí hay vida.

## CINCO - la publicidad o poderoso caballero

Es sabido de qué forma opera la contaminación visual en nuestras sociedades: ese permanente flujo de imágenes publicitarias que no abandona a nadie en calles, revistas, hogares, medios de transporte, etc. Las fotos de Marcos López dialogan con –y se burlan de– tal densidad de concentración de imágenes.

El séptimo ensayo del libro *Modos de Ver*, de John Berger (2002: 147) investiga la publicidad: “La publicidad se centra en las relaciones sociales, no en los objetos. No promete el placer, sino la felicidad: la felicidad juzgada tal por otros, desde fuera. La felicidad de que le envidien a uno es fascinante”. De manera análoga, los protagonistas de las fotos de Marcos López exudan una felicidad breve y falaz, una alegría de exportación que mantiene los dientes apretados y se tapa los ojos para no desenmascararse.

El dinero es vida. [...] En el sentido de que el dinero es el símbolo y la clave de toda capacidad humana. La capacidad de gastar dinero es la capacidad de vivir. Según la mitología publicitaria, los que carecen de la capacidad de gastar dinero se convierten literalmente en seres sin rostros. Los que la tienen, en seres adorables (Berger, 2002: 158). La publicidad es la vida del capitalismo –en la medida que sin publicidad el capitalismo no podría sobrevivir– y es al mismo tiempo su sueño (Berger, 2002: 169).

Considerado desde este punto, el tema principal de *Pop Latino* es el dinero: las diferencias (estéticas, si se quiere, aunque es claro que son más variadas y complejas) entre aquellos que lo poseen y aquellos que no. Y quienes sí tienen dinero, sonrían imitando a las familias de un banco de imágenes fotográficas (esas que se usan para publicidades de tarjeta de crédito, por ejemplo): el universal matrimonio rubio con dos hijos –nena y nene– falsamente felices en una playa de algún lugar que puede ser cualquier lugar. En términos deleuzeanos, aunque los protagonistas de estas fotos imiten aquellas, indefectiblemente su sonrisa está territorializada: se cuele lo latino, lo argentino, no como esencia sino como condición de existencia y herencia cultural. Se cuele el chorizo, la morcilla y el mate, aunque en tonos brillantes impecables.

### **La risa y el llanto**

Luego de exponer estas consideraciones respecto de lo cómico en las dos series fotográficas analizadas, y a modo de cierre no definitivo, pueden extraerse algunas conclusiones:

Aunque, tal como sostiene Freud (2001: 200) “es fácil que una comparación sea al mismo tiempo chistosa y cómica”, es decir, que ambos tipos de lo cómico se den de manera

concomitante en una misma manifestación, es posible encontrar que cada una de estas especies prevalece en el caso de cada autor<sup>9</sup>.

Como se ha visto, en las fotografías de Grete Stern es la chispa o el ingenio lo que predomina, con su consecuente liberación de represiones inconscientes. A pesar de las diferencias obvias y múltiples entre el sueño y el chiste, esta analogía utilizada por Freud para describir los fenómenos inconscientes puede retomarse aquí (máxime cuando las obras de arte representan *explícitamente* sueños). Peter Berger (1999: 35) ve una similitud fundamental: “tanto el sueño como el chiste son mundos cerrados en los que permanece en suspenso la realidad de la vida cotidiana”. Quizá sea esta suspensión la que, en su extrañamiento<sup>10</sup>, puede volverse reveladora, crítica o pedagógica: una desautomatización de la vida cotidiana, una intervención sobre la realidad diaria que ahora se hace extraña. Tal como piensa Berger (1999: 39): “Las realidades cómica, estética y sexual son subversivas, potencialmente al menos. Si se permite que ejerzan con toda su fuerza, pueden llegar a contaminar con su lógica ‘extraña’ las preocupaciones serias de la vida cotidiana”. En ocasiones, incluso, las fotos de Grete Stern logran combinar las tres potencias de lo cómico, lo estético y la sexualidad. Otra de las razones de su poder crítico, revulsivo.

El caso de las fotografías de Marcos López puede ubicarse dentro del campo de lo cómico, donde prevalecen la sátira y las referencias a las representaciones del Yo. Aquí la risa proviene de una comparación, de algo que se ve y no es lo esperado, porque tiene las formas de lo teatral y la pantomima. El rostro fotografiado lleva una máscara y, sin embargo, la foto provoca un desenmascaramiento. La crítica aquí es aún más explícita que en el caso de Stern: es un momento histórico-político (sus sujetos, sus escenarios, sus sueños y sus fracasos) el que está por completo en entredicho.

Así, las fotos de ambos artistas funcionan como frescos de época, mucho más precisas y efectivas en su documentación del mundo que otras imágenes ‘documentales’ de los mismos períodos. Si lo cómico siempre se consideró una especie de sabiduría o sociología popular, está claro que “las percepciones cómicas de la sociedad a menudo ofrecen visiones excelentes de la misma” (Berger, 1999: 128). Y este es el caso de estas dos series: ambas axiológicas, sus bromas apuntan hacia un sistema de valores, son un ataque contra el control. Aunque, también en ambas series, con el correr de las fotos lo cómico tome matices dramáticos, y el regusto último de la risa se convierta en llanto.

---

<sup>9</sup> Respecto del ‘humor’, no se han encontrado ejemplos de esta tercera forma en el corpus analizado.

<sup>10</sup> La *ostranenie* de la que hablaban los formalistas rusos a principios de siglo XX.

## Corpus trabajado

\*\* LÓPEZ, Marcos (2000): *Pop Latino*. La Marca, Buenos Aires.

\*\* STERN, Grete (2003): *Sueños. Fotomontajes de Grete Stern*. Fundación CEPPA, Buenos Aires.

## Bibliografía

- ALLEN PAULOS, John (1994): *Pienso, luego río*. Madrid, Cátedra.
- BARTHES, Roland (2006): *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Buenos Aires, Paidós.
- BENJAMIN, Walter (2005): *Sobre la fotografía*. Valencia, Pre-textos.
- BERGER, John (1998): *Mirar*. Buenos Aires, De La Flor.
- ----- (2002): *Modos de Ver*. Barcelona, Gustavo Gili.
- BERGER, Peter (1999): *Risa redentora. La dimensión cómica de la experiencia humana*. Barcelona, Cairós.
- BOURDIEU, Pierre (1991): *El sentido práctico*. Taurus. Madrid.
- BURUCUA José Emilio
- CASTORIADIS, Cornelius (1993): *La Institución imaginaria de la sociedad*, vol. 1. Buenos Aires, Tusquets.
- DUBOIS, Philippe (1986): *El acto fotográfico*. Barcelona, Paidós.
- FONTCUBERTA, Joan (1997): *El Beso de Judas - Fotografía y Verdad*. Barcelona, Gustavo Gili.
- FREUD, Sigmund (1981): *La interpretación de los sueños en Obras Completas*. Madrid, Ed. Biblioteca Nueva.
- ----- (2001): “VII - El chiste y las variedades de lo cómico” en *El chiste y su relación con el inconsciente en Obras Completas*, Tomo 8. Buenos Aires, Amorrortu.
- ----- (2001b): “El Humor” en *Obras Completas*, Tomo 21. Buenos Aires, Amorrortu.
- GAINZA, María (2005) : “Soplando en el aire. El presente según Marcos López” en *Suplemento Radar de Página/12*, 4-09-2005.
- GUASCH, Ana María (2000): *El arte último del Siglo XX. Del posminimalismo a lo multicultural*. Madrid, Alianza.
- HUYSEN, Andreas (2002): *En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

- JAMESON, Fredric (1991): *Ensayos sobre el Posmodernismo*. Buenos Aires, Imago Mundi.
- LACAN, Jaques (1988): "La instancia de la letra en el inconsciente o la razón desde Freud" en *Escritos I*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- MAYER, Marcos (2004): *John Berger y los modos de mirar*. Madrid, Campo de Ideas.
- PRIAMO, Luis (1995): Estudio preliminar en *Grete Stern: Obra fotográfica en la Argentina*. Buenos Aires, Fondo Nacional de las Artes.
- ----- (2003): "Grete Stern, años y obra" y "Notas sobre los Sueños de Grete Stern" en *Sueños. Fotomontajes de Grete Stern*. Buenos Aires, Fundación CEPPA.
- RUHRBERG, K. et al (2005): *Arte del siglo XX*. Barcelona, Taschen.
- SONTAG, Susan (2006). *Sobre la fotografía*. Buenos Aires, Alfaguara.
- SOULAGES, Francois (2005): *Estética de la fotografía*. Buenos Aires, La marca.
- STERN, Grete (2003): "Apuntes sobre fotomontaje" en *Sueños. Fotomontajes de Grete Stern*. Buenos Aires, Fundación CEPPA.
- TELL, Verónica (2005): "Entre el arte y la reproducción: el lugar de la fotografía", en *Arte de Posguerra - Jorge Romero Brest y la revista Ver y Estimar*, de Andrea GIUNTA y Laura MALOSETTI COSTA, comps. Buenos Aires, Paidós.