

Lo incomodo en la fotografía de Alejandro Kuropatwa:  
sobre las series *Cóctel* y *Familia* \*

Awkwardness in Alejandro Kuropatwa 's photography:  
on series *Cocktail* and *Family*

Vanesa MAGNETTO \*\*

**Resumen:** El presente artículo gira en torno a las posibilidades de convivencia y diálogo, de diferentes géneros fotográficos, en una misma fotografía. A partir de esta premisa se analizará el corpus de obras elegidas, compuesto por las series *Cóctel* y *Familia*, producidas por el fotógrafo argentino Alejandro Kuropatwa, durante la década de 1990. La finalidad de este texto es identificar, y rescatar, la particularidad de estas imágenes en tanto potencia documental, construida a partir de un lenguaje publicitario y enmarcada en una producción artística. Trabajaremos, entonces, sobre las formas estéticas complejas (connotadas) de abordar ciertas problemáticas locales de la década del noventa: el HIV-Sida y los conflictos mediáticos.

**Palabras clave:** Alejandro Kuropatwa; conflictos mediáticos; década de 1990; fotografía argentina; géneros fotográficos; VIH-Sida.

**Abstract:** This paper discusses the possibilities of coexistence and dialogue, of different photographic genres, in the same photographic image. Based on this premise, the corpus of analyzed selected works is composed by the series *Cocktail* and *Family*, produced by the Argentine photographer Alejandro Kuropatwa, during the 1990s. The purpose of this text is to identify, and rescue, the particularity of these images as a documentary power, constructed from an advertising language and framed in an artistic production. We will then work on the complex aesthetic forms (connoted) of addressing certain local problems of the 90s: HIV-AIDS and media conflicts.

**Key Words:** 1990s; Alejandro Kuropatwa; Argentine photography; HIV-Aids; media conflicts; photographic genres.

Saber mirar una imagen sería, en cierto modo, volverse capaz de discernir el lugar donde arde (...). El lugar donde la ceniza no se ha enfriado

Georges Didi-Huberman

En este texto trabajaremos sobre las series fotográficas *Cóctel* y *Familia*, realizadas por el fotógrafo argentino Alejandro Kuropatwa, durante la década de 1990. A partir de un enfoque semiótico y estético, que propone la lectura de una imagen

---

\* Trabajo con el apoyo del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet-Argentina) y de la Universidad Nacional de las Artes (UNA-Argentina) en el marco de una investigación doctoral sobre fotografía argentina contemporánea.

\*\* Fotógrafa, licenciada en Artes por la Universidad de Buenos Aires (UBA-Argentina). Estudiante del doctorado en Artes de la UNA, con beca del Conicet. Docente la UNA e integrante del Grupo de Estudios en Fotografía Contemporánea, Arte y Política (FoCo) (Instituto Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales-UBA); e-mail: [vanesamagnetto@gmail.com](mailto:vanesamagnetto@gmail.com)

fotográfica cual texto (entendido como un tejido), intentaremos dar cuenta de un uso particular del lenguaje fotográfico que, en diálogo estrecho con el código estético publicitario, habilita una operación paródica respecto a la temática abordada. Sostenemos que ambas series poseen una marca documental de fuerte peso que, convive y se potencia estéticamente, a partir del proceso artístico en el que fueron producidas. Estas fotos se enmarcan dentro del canon de fotografía artística, y a la vez dan cuenta de un momento histórico, al funcionar como testimonio (con mirada crítica) respecto al contexto político social referenciado. Siguiendo a Didi-Huberman nos preguntamos “¿cómo las imágenes tocan lo real? ¿A qué tipo de conocimiento puede dar lugar una imagen? ¿Qué tipo de contribución al conocimiento histórico es capaz de aportar este “conocimiento por la imagen?” (Didi-Huberman, 2008, p. 3).

La obra de Kuropatwa resuena con la vibración que generaron algunos fotógrafos argentinos que también produjeron obra durante la década del noventa. Estas imágenes se caracterizaron por marcar un quiebre en torno a los modos de producción de las décadas anteriores cercanas. La utilización de nuevas técnicas, y apropiaciones de otros lenguajes, dentro del lenguaje fotográfico<sup>1</sup>, como el uso de la puesta en escena en la imagen, la incorporación de la fotografía a color, el flash, la inscripción del discurso publicitario en la fotografía artística, habilitaron la aparición de un nuevo discurso fotográfico que se corrió de imagen fotográfica documental y artística anterior. Alberto Goldenstein, Marcos López, Res, Alejandro Kuropatwa, entre otros fotógrafos; y también algunos artistas que trabajaron con la fotografía como lenguaje, produjeron una imagen fotográfica que comparte la particularidad de utilizar una retórica más compleja de descifrar; ya que dista del código fotográfico realista documental de las décadas anteriores cercanas, setenta y ochenta, caracterizado por un estricto uso del blanco y negro y una representación más bien explícita del objeto representado, sin manifestar (en general) opacidades<sup>2</sup>.

En este trabajo el corpus de obras seleccionadas se recorta a las series *Cóctel y Familia*, por ubicarse ambas dentro del género fotográfico artístico, y poseer, a su vez, una fuerza documental en tanto registro de un clima de época. Entendemos que el lenguaje fotográfico documental es abordado en estas series de un modo novedoso, en tanto se acerca a los acontecimientos sociales a los que refiere: el VIH-Sida en *Cóctel*, un escándalo mediático en *Familia*; corriéndose de la estética de la fotografía documental canónica. Kuropatwa se apropia del código fotográfico

<sup>1</sup> Al hablar de lenguaje fotográfico seguimos a Roland Barthes. Consideramos que la fotografía posee una lengua y un habla que constituyen un lenguaje con características y un código propio. En este artículo oscilaremos entre el lenguaje fotográfico artístico, publicitario y documental. (Barthes, 2002a).

<sup>2</sup> Por retórica de la imagen nos referimos al conjunto de herramientas que posee la imagen fotográfica para producir sentidos connotados. Seguimos a Roland Barthes en su texto “Retórica de la Imagen”. (Barthes, 2002b).

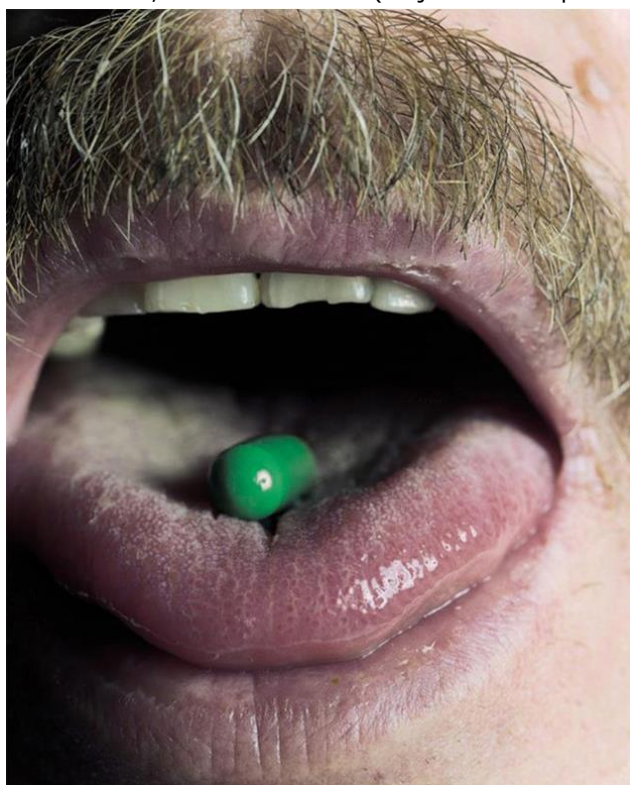
publicitario, abriendo las posibilidades del uso de éste; con una mirada crítica, de tinte irónico y paródico, construye estas dos series.

Nos proponemos entonces analizar estas fotografías, especialmente su construcción formal y, en menor medida su repercusión social, a fin de plantear la posibilidad de ampliar el vocabulario de la fotografía documental; tensionando ciertas cuestiones respecto a la catalogación de los géneros fotográficos. Para abordar esta cuestión seguimos a Schaeffer quien entiende la noción de género como categoría operativa mutable susceptible de trazar líneas de fuerza en el seno de las imágenes; y reflexiona especialmente sobre las diferentes distinciones funcionales: fotografía documental, fotografía de arte, fotografía publicitaria (Schaeffer, 2004, p. 17). Para conceptualizar estas imágenes trabajamos también con la idea de "memoria fotográfica" planteada por Natalia Fortuny:

Estas memorias fotográficas condensan tres peculiaridades indisociables: su calidad de memorias sociales de un pasado en común (en un juego entre vivencias individuales y la historia), su formato visual fotográfico (con todas las potencialidades temporales, estéticas y políticas de este lenguaje) y su elaboración artística (la creación y puesta en marcha de recursos visuales singulares en cada obra) (Fortuny, 2014, pp. 14-15).

La conceptualización que desarrolla Fortuny, sobre este tipo de imágenes, constituye un antecedente novedoso en cuanto da por sentada la convivencia de una imagen artística documental.

**Figura 1:** *Sin título*; de la serie *Cóctel* (Alejandro. Kuropatwa, 1996).



**Fuente:** Archivo Kuropatwa

**Figura 2:** *Sin título*; de la serie *Familia* (Alejandro Kuropatwa, 1997).

**Fuente:** Archivo Kuropatwa.

## Alex Kuropatwa

Encontramos en la figura de Kuropatwa a uno de los primeros fotógrafos que, hacia fines de la década del ochenta, y especialmente durante la década del noventa, se configuró como un artista que llevó a cabo una renovación dentro del lenguaje fotográfico argentino. Creemos que los recursos que utilizaba respondían, en gran parte, a la formación en fotografía publicitaria y de moda que tuvo durante su estadía durante la primera mitad de la década del ochenta, en los Estados Unidos. La familiarización con estos géneros, sumado a lo impertinente de su mirada (una especie de detective del detalle) confluyeron en un conjunto de imágenes que, atendiendo a diversos temas, siempre con una excelencia e innovación formal en el plano técnico, dieron cuenta de manera paródica y punzante del contexto de época.

Desde mediados de la década del ochenta Kuropatwa ya exponía sus trabajos en los lugares más representativos del ámbito de las artes plásticas en la Ciudad de Buenos Aires. Si bien con el correr de la década de los noventa y los dos mil, el circuito fotográfico se fue ampliando, desde el comienzo de su producción Kuropatwa se destacó por mostrar fotografías en espacios que estaban reservados para las otras artes plásticas. Sus obras circularon, en la Ciudad de Buenos Aires, por la galería Ruth Benzacar, la galería Giesso, El Centro Cultural Recoleta, El Centro Cultural Rojas, la fotogalería del Centro Cultural San Martín, la fotogalería del Centro Cultural Rojas (creada en 1995), el Instituto de Cooperación Iberoamericana (ICI). Al respecto, el fotógrafo argentino Guillermo Ueno refiere que "Para los fotógrafos de



la década del ochenta y principios de los noventa, resultaba impensable poder exhibir sus trabajos en galerías de arte. Ya que esos espacios mostraban, casi siempre, pinturas” (Ueno, 2017). En este sentido, vale la pena destacar que la galería Ruth Benzacar no mostró obra fotográfica hasta mediados de la década del noventa; y fue, Alejandro Kuropatwa, uno de los primeros fotógrafos en exhibir su trabajo. Subrayamos también que la muestra *Kuropatwa en Technicolor*, realizada en el año 2005, en el Museo Malba (y luego expuesta en otros museos de Argentina), fue la primera exposición de fotografía argentina exhibida en dicho museo.

Los espacios que, de manera frecuente el fotógrafo ocupó, dan cuenta de la legitimación que poseía dentro del circuito artístico fotográfico. A diferencia de otros fotógrafos contemporáneos amigos, que trabajaron en diversos medios de comunicación (diarios, revistas) Kuropatwa se movió siempre entre la fotografía publicitaria, la fotografía de rock (*under* y *mainstream*) y la fotografía artística.

Creemos entonces, que resulta necesario pensar algunas obras del artista a partir de su potencia documental. No nos interesa anclar o acotar la caracterización dentro de un género puntual, sino más bien abordar la imagen desde su estatuto social y ampliar su alcance al plantear la posibilidad de la coexistencia de géneros. En nuestra contemporaneidad es muy frecuente el viraje del documento y / o material de archivo histórico, hacia la obra de arte; en este caso planteamos un giro inverso, que parte del lenguaje publicitario hacia la fotografía artística para llegar a la fotografía documental. En este aspecto adherimos nuevamente a Schaeffer cuando dice que

las categorías genéricas son ejemplificadoras de algunas de nuestras categorizaciones perceptivas y cognoscitivas [...] no estructuran tanto géneros, en el sentido histórico de término, sino situaciones fotográficas arquetípicas que no cesan de ser reactivadas y moduladas a lo largo del tiempo. (Schaeffer, 2004, p. 20).

## Huellas de la fotografía publicitaria

Queremos plantear algunos aspectos propios del género fotográfico publicitario que aparecen de manera recurrente en la obra del fotógrafo, especialmente en las series *Cóctel y Familia*. Es necesario destacar que Kuropatwa realizó, luego de su regreso de Nueva York a la Argentina, fotografía comercial para diferentes marcas y productos. Entre ellos, y de forma sistemática durante quince años, para la marca de su familia *Via Val Rossa*, una de las primeras empresas de venta directa en Argentina que ofrecía productos de perfumería y una variada línea de cosméticos. Este trabajo cotidiano, al cual el fotógrafo sólo reconocía como un medio de subsistencia económica, abonó gran parte de su trabajo artístico. Nos interesa describir el funcionamiento de algunos tópicos y procedimientos de la fotografía publicitaria, para poder luego analizar y describir la apropiación de ese código y el particular agregado de un doble sentido por parte de Kuropatwa.

La imagen fotográfica publicitaria está desde sus orígenes fuertemente codificada, inspirada directamente en la pintura renacentista, tanto en cuanto a técnicas como a motivos, posee un bajo nivel de simbolización que asegura un nivel muy alto de comprensibilidad. El objeto a vender es el protagonista del discurso; la iluminación, la composición, el uso del color, es decir, todos los procedimientos, giran en función de embellecer este objeto a consumir. Las variadas técnicas como la pose, la puesta en escena, la iluminación, el uso de fondos, el maquillaje, el trucaje, construyen el carácter fotogénico del motivo a fotografiar. El diálogo entre estos procedimientos logra una imagen técnica de excelencia formal, donde el producto destaca y brilla. La fotografía publicitaria se corre de ese "instante decisivo", característico del género fotográfico documental; y retoca a la realidad para conseguir el efecto deseado. La técnica fotográfica hace del objeto un ente casi sobrenatural. Hay un sentido premeditado que prevalece a este tipo de tomas, y está directamente ligado con la función de venta de la imagen vinculada con el mercado. "La fotografía publicitaria nunca vela su significado, no puede velar su significado, mientras se muestre como publicidad" (Eguizabal, 2001, p. 88).

A los fines de nuestro análisis otro aspecto a destacar es la utilización del retrato; de todos los grandes géneros de la representación pictórica, el retrato es el que posee hoy en día una mayor presencia en los mensajes publicitarios. La publicidad se ha ido corriendo de la imagen del producto hacia la imagen del consumidor. No se venden objetos — mercancías, se venden sujetos, imágenes de personas, fantasmagorías. El retrato publicitario, para construir rápidamente su personaje, suele recurrir a la función apropiadora de ciertos tópicos masivos, de fácil reconocimiento. Este saqueo de la realidad se produce sobre íconos ampliamente compartidos.

Estas huellas se hacen presentes en las series *Cóctel y Familia*, operando en función de la construcción de una imagen *incómoda*, irónica y paródica, que utiliza el vocabulario del género publicitario para generar un doble sentido que problematiza su relación icónica con lo real<sup>3</sup>. En esta misma tónica pueden pensarse las series *Pop Latino* del fotógrafo Marcos López y *El Plástiquito* del fotógrafo Res, producidas también durante la década del noventa en Buenos Aires.

## Cóctel

En el año 1996, se expande el rumor de que un cóctel de medicamentos diseñado para enfrentar el VIH-Sida, logra resultados inhibidores y espectaculares. En julio de ese mismo año, la Conferencia de Vancouver confirma que, con el cóctel, la carga viral en sangre se reduce hasta niveles indetectables. A raíz de este descubrimiento,

---

<sup>3</sup> Seguimos a Peirce (1999) al referirnos a las diversas formas en que el signo puede representar a su objeto, en su segunda tricotomía: Icono, índice y símbolo. Entendiendo al ícono en una relación de analogía formal respecto a su objeto.

Kuropatwa, quien convivía con el virus desde antes de su regreso de a la Argentina (año 1985), pasa una temporada en una clínica de rehabilitación para enfermos de VIH-Sida en California. Esperanzado y obsesionado con la gran cantidad de píldoras que debía tomar, comienza a realizar una serie de fotos, en las que registra su dieta diaria. Así, nace la obra *Cóctel*, una serie de fotografías a color, tomadas y copiadas en gran formato. Haciendo uso del código publicitario, Kuropatwa realizó este grupo de imágenes que dieron cuenta, de manera metafórica, de la problemática del virus de VIH en Argentina desde fines de la década del ochenta.

La muestra *Cóctel* tuvo lugar en la galería Ruth Benzacar, en la Ciudad de Buenos Aires entre el 10 de octubre y el 02 de noviembre de 1996. Como ya hemos mencionado anteriormente, Kuropatwa fue pionero en ocupar espacios artísticos que no habían sido utilizados previamente por otros fotógrafos. En este caso, *Cóctel*, inauguró el espacio subsuelo de la fotogalería de Ruth Benzacar, que fue luego utilizado por otros fotógrafos. La serie resultó ser la más famosa de toda su obra. Fue la que más prensa y difusión tuvo, tanto dentro del mundo del arte, como en los medios de comunicación. Luego de inaugurar en la galería Ruth Benzacar, fue exhibida nuevamente, en forma parcial, en dos oportunidades durante el año 1998. Primero se presentó en el *SF Camera Works*, en la ciudad de San Francisco, EEUU, en el marco de una muestra llamada *Cocktail Hour New Imagery in the AIDS Era*, una exhibición de fotografías y arte multimedial; después en el Centro Atlántico de Arte Moderno, Cabildo de Gran Canaria, en España, formando parte de la exhibición *Transatlántico. Diseminación, Cruce y Desterritorialización* con la curaduría de Octavio Zaya.

**Figuras 3 y 4:** *Sin título*; de la serie *Cóctel* (Alejandro Kuropatwa, 1996).



**Fuente:** Archivo Kuropatwa.

Nos interesa subrayar, especialmente, la participación de algunas imágenes de *Cóctel* en la muestra *Cocktail Hour New Imagery in the AIDS Era*, que reunió una serie de obras que compartían la premisa de reforzar la cuestión de vivir con el virus, en lugar de morir por él. En este sentido, el posicionamiento de la serie de Kuropatwa, guardó relación con obras producidas, en su mayoría, por artistas extranjeros que se corrían del tono dramático de la foto documental (tanto local como extranjera) al exhibir otro tipo de imagen en relación al virus. Bob Kelley, curador de la muestra *Cocktail Hour New Imagery in the AIDS Era*, refiere que

Las imágenes reunidas en la exhibición reflejan el cambio en la representación del HIV ocurrido en la segunda década de la existencia de la pandemia. Ha habido un cambio fundamental en la manera de representar el virus, en relación con la fotografía documental de la década del ochenta que focalizaba sobre las víctimas del virus y en su viaje hacia la muerte. Los trabajos más recientes cumplen el rol de memorias, con humor, ironía y mortalidad dentro de un ámbito cultural más amplio, expandiendo el lenguaje visual sobre la pandemia (Kelley, 1998).

A los fines de nuestro trabajo, éste resulta un punto importante a destacar, ya que la serie *Cóctel* se corre del tono melancólico de los registros documentales sobre el HIV-Sida, característicos de las décadas del ochenta en el plano de la fotografía nacional e internacional; y referencia al HIV-Sida de un modo nunca antes visto, a todo color y gran tamaño, con estrecho vínculo formal con la foto de producto publicitaria. En este sentido, y para retomar la complejización de la retórica fotográfica señalada más arriba, traemos a colación la serie *People with Aids* realizada por el fotógrafo norteamericano Nicholas Nixon a mediados de la década del ochenta. Esta serie ilustra un tipo de fotografía documental canónica, hay una referencia mimética con su referente, tanto en el título como en las imágenes, portadores de VIH-Sida; reproducida en tonos blanco y negro, a partir de una mirada sumamente dramática en torno a la situación representada. Las fotografías de la serie *Cóctel*, en cambio, problematizan la referencia. Si bien siguiendo a Peirce (1999), se reconoce una relación icónica entre signo fotográfico y objeto representado, en este caso principalmente las pastillas, el vínculo de la obra con el HIV-Sida guarda una relación metafórica e irónica; que complejiza, tanto en las imágenes como en el título de la serie, el tema referenciado. El embellecimiento de los objetos que participan en las imágenes nos despista, pastillas fotogénicas cuidadosamente iluminadas construyen una imagen artística que, a su vez, "casi sin quererlo", hacen alusión tanto a la enfermedad propia del fotógrafo, de aquella década, como también al negocio del mercado farmacológico en torno al virus.

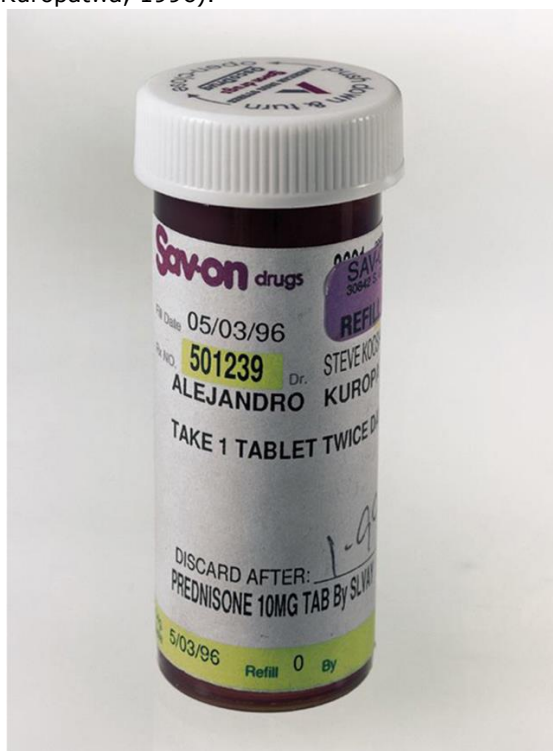


**Figura 5:** *Tom Moran, Boston, January 1988*; de la serie *People with Aids* (Richard Nixon, 1988).



**Fuente:** The Institute of Contemporary Art.

**Figura 6:** *Sin título*; de la serie *Cóctel* (Alejandro Kuropatwa, 1996).



**Fuente:** Archivo Kuropatwa.

Nos ocuparemos ahora de los elementos y procedimientos de la serie provenientes del lenguaje publicitario. Las fotografías a todo color fueron hechas en el estudio fotográfico profesional de Kuropatwa, ubicado en la Ciudad de Buenos Aires, en el barrio de Congreso. Tomadas sobre soporte diapositiva y negativo con una cámara de gran formato, que posibilitó la impresión de las copias a gran tamaño, con una definición de altísima calidad, muy poco habitual en la fotografía artística local de aquel momento<sup>4</sup>. Esta calidad estaba reservada, exclusivamente, para la fotografía publicitaria. La fotografía artística, documental y fotoperiodística, era producida en formatos medios o pequeños, impresos luego, en copias de menor tamaño y calidad en comparación con la fotografía publicitaria.

Todas las imágenes fueron iluminadas con luz artificial, flashes de estudio, utilizando una gran variedad de fondos fotográficos de diferentes colores, que resaltaban el objeto retratado<sup>5</sup>. Recordemos que, en gran medida, la fotografía publicitaria versa sobre los objetos de consumo, en el caso de *Cóctel*, una serie de pastillas protagonizan la obra. Estas pastillas se repiten en abundancia, toma a toma, en respuesta a un *horror vacui* (horror al vacío) propio de los tiempos contemporáneos. Si bien las fotos están caracterizadas por una pulcritud casi minimalista, en donde conviven escasos elementos, que ocupan gran parte del cuadro; es al recorrer todas las imágenes de las series donde se configura un exceso en la figura de "la pastilla", hermosamente retratada en las imágenes. Este objeto de consumo puede asociarse al género de la naturaleza muerta, (género citado y utilizado, sistemáticamente, desde los orígenes de la publicidad), la relación entre naturaleza muerta y Kuropatwa, presenta antecedentes concretos; en la década del ochenta el fotógrafo utilizó el nombre *Naturaleza muerta* para dar nombre a una de sus series, continuándola luego con otra estética, en los años 2000, poco tiempo antes de morir<sup>6</sup>. Siguiendo a Eguizabal (2011, p. 57), la naturaleza muerta propia del discurso publicitario se produce en un nivel de simbolización muy bajo, al igual que toda la imagen publicitaria, como hemos hecho mención anteriormente en este trabajo. Respecto a *Cóctel*, entonces, encontramos una particularidad que funciona como hipótesis de lectura de la obra: si bien el primer nivel de lectura es sencillo, ya que las fotos remiten a uno o varios objetos (dependiendo de la toma) y en todos se produce un fácil reconocimiento del objeto pastilla, permitido por la composición y equilibrio de la imagen; prevalece, a su vez, un segundo nivel de lectura, en relación al negocio del HIV-Sida. Es en esta relación donde encontramos un puente que parte

---

<sup>4</sup> La cámara de gran formato (o formato grande) es un tipo de cámara fotográfica que funciona con película de placa o papel fotográfico, con medidas de 9 x 12 cm en adelante; y permite la ampliación de las copias a gran tamaño, con una buena definición y calidad.

<sup>5</sup> Liliana Kuropatwa (2017), hermana del fotógrafo, subrayó el fanatismo de Alejandro Kuropatwa por la variedad de los fondos fotográficos. Destacando que la mayoría de ellos, fueron encargados y traídos especialmente de Estados Unidos, por no contar con mucha variedad y colores dentro de la oferta de productos fotográficos dentro del ámbito local.

<sup>6</sup> La serie *Naturaleza Muerta*, fue expuesta en el año 1987 en el Centro Cultural Recoleta en la Ciudad de Buenos Aires.

de la utilización del lenguaje fotográfico publicitario para la construcción de una serie fotográfica artística que posee, a su vez, una fuerza documental al dar cuenta de un clima de época caracterizado por el virus de VIH y el negocio farmacológico en torno al Sida. En este sentido retomamos el concepto de "memoria fotográfica" planteado por Fortuny (2014) ya que creemos que estas fotografías condensan las tres particularidades de estas memorias, especialmente su calidad de memoria social de un pasado en común, en un juego entre la vivencia individual del artista (quien convivió con el virus muchos años de su vida) y la historia argentina, que para aquel entonces construyó la imagen de un portador de VIH excluido de la contención social. Las pocas campañas mediáticas (a nivel nacional) de aquella época, ligadas siempre a una construcción discursiva sobre la enfermedad de los otros, promovieron la construcción de la enajenación sobre el Virus. En palabras de Lemus

Los medios de comunicación reproducían noticias únicamente vinculadas al contagio por relaciones homosexuales y al uso de drogas intravenosas, estableciendo en paralelo, la figuración de las personas que viven con VIH como agentes no capaces y competentes de transformar su condición. (Lemus, 2016, p. 5).

Si bien la aparición de las píldoras representa cierta alegría y esperanza, en torno a la cura del VIH-Sida, las fotos generan también una asfixia visual, construida gracias a los fondos y la falta de referencia a un fuera de plano; anulada por los primerísimos planos, fragmentos de caras, cuerpos, que sólo permiten ver eso. Siguiendo la frase de Didi-Huberman "El arte es el medio más seguro de aislarse en el mundo, así como de penetrar en él" (Didi-Huberman, 2008, p. 9) entendemos que Kuropatwa realiza esta serie a modo de catarsis y, a su vez, como un gesto crítico documental, sobre cierto contexto social en torno al Virus del VIH. Este gesto se configuró tanto en la producción y exhibición de las fotografías, como en las declaraciones en los medios de comunicación de la época. En este sentido, revisando la gran repercusión que tuvo esta serie, tanto en los diarios como en las revistas semanales (revista *Gente y Viva*) nos interesa rescatar la solicitada publicada por el fotógrafo en el Diario *Clarín*, el día 7 de abril de 1997, donde dice: "Una buena noticia: El virus del sida ya no es detectable en mi sangre. [...] Un deseo: Que el gobierno finalmente actúe como debe para que tampoco lo sea en otras sangres". Al explorar entonces la repercusión mediática de la serie recordamos lo planteado por Picaudé Valérie cuando expone

A la polisemia inducida por el enunciado "X es un género fotográfico", es conveniente añadir también los efectos de contexto (exposición, edición, difusión), así como el doble uso del género como categoría receptiva y/o creativa. (Picaudé, 2004, p. 26)

Por ello planteamos que, además de poseer un alto valor artístico, estas fotografías connotaron la incomodidad social, en varios aspectos, en torno al HIV-Sida y la falta de acción del Estado Nacional frente a esta problemática. De acuerdo a esto, y para dar cierre al análisis de esta serie, explicaremos algunas cuestiones respecto al aspecto irónico de la obra que se condensan en la postal que circuló, en aquel

momento, a modo de invitación a la muestra realizada en Ruth Benzacar. Si bien se trató de una muestra fotográfica la postal no tuvo ninguna imagen; en el frente sólo había un texto que decía "Cóctel de Alejandro Kuropatwa" escrito con tipografía blanca sobre un fondo rosa. En el dorso, aclaraba que se trataba de una exposición de fotos, realizada por el artista, en la galería. Esta ausencia de imágenes, entendemos, dialogó con la temática y el contexto de exhibición de la obra. La serie da cuenta del HIV-Sida, asociado estrechamente, en aquel tiempo, a la peste rosa<sup>7</sup>. El nombre, *Cóctel*, hace referencia tanto a una bebida alcohólica como a un evento informal en donde se reúnen varias personas con motivo de alguna celebración. El título de la obra, entendemos, está construido sobre un gesto irónico. Siguiendo la caracterización de Ducrot (1986), definimos a la ironía como la presentación de una instancia de enunciación que se distancia del objeto al que alude, por considerarlo absurdo. En este caso en particular, la distancia está dada a partir de la ambigüedad respecto al sustantivo cóctel. La serie recupera un principio de esperanza al festejar la aparición de un cóctel contra la muerte; planteando a su vez una postura crítica en torno a la estigmatización del enfermo (color rosado de la invitación); y el negocio farmacológico, produciendo una estetización publicitaria de la imagen donde la píldora es exhibida como una gema, cual objeto de consumo del mercado farmacológico.

## Familia

Corría el año 1997 y los *talk show* televisivos hacían estragos en la Argentina de aquel momento. Luego de una charla con su amigo Kuitca, Kuropatwa decidió abocarse a la exmodelo Pata Villanueva. "¿Qué más representativo de esa época que los chicos Tarantino y la noche, el Conejo y sus problemas judiciales?" (Gainza, 2005, p. 88). En noviembre de ese mismo año, Kuropatwa presentó en la fotogalería del Centro Cultural Rojas la muestra *Familia*. En esta ocasión se ocupó de unos personajes que vinculaban el deporte, la farándula y la política; personajes característicos de la imagen mediática de aquel momento.

Incorporamos la serie *Familia* al corpus de obras, ya que, como hemos mencionado al principio de este trabajo, comparte junto a *Cóctel* una fuerza documental en tanto registro, y señalamiento, de un clima de época. Si bien *Familia* guarda diferencias sustanciales respecto a *Cóctel*, tanto en relación a la temática abordada (sumamente local) como a la escasa repercusión (en el circuito artístico y en los medios de comunicación), el diálogo entre ambas series plantea un recorte novedoso dentro de la obra del artista, en función de un marco de lectura puntual: su potencialidad artística documental. A su vez, nos parece necesario realizar un recorrido por *Familia*, al tratarse de una de las piezas menos transitadas del fotógrafo.

---

<sup>7</sup> Cuando se conocieron las primeras noticias del síndrome de inmunodeficiencia adquirida –sida– se hablaba del virus que lo provocaba como de la "peste rosa", ya que se había propagado rápidamente entre varones homosexuales.

Nos interesa especialmente trabajar el gesto paródico planteado en la obra; para definir este recurso seguimos a Booth quien plantea que “en la parodia el lector descubre una referencia externa curiosamente duplicada, pues el receptor de la obra recurre a la referencia exterior de otros autores para comprender la forma en que la parodia ataca a esos mismos autores”<sup>8</sup> (Booth, 1989, p. 53). Entonces, en este caso, Kuropatwa fotografía a la argentina Pata Villanueva (exmodelo, vedette y empresaria) en conjunto con su exmarido, el Conejo Tarantino, (famoso jugador de futbol argentino) y sus hijos; lo hace en un lenguaje acorde al show de grotescas criaturas de mediados de la década del noventa en la Argentina. Es decir, el fotógrafo retrata a estos personajes recuperando aspectos característicos de la forma de enunciación de este show. Se apropia de esta forma, hace como si fuera suya propia, pero al mismo tiempo, toma distancia de ella por considerarla absurda; esta distancia se manifiesta en la exacerbación y ridiculización de un determinado modo de decir puesto en escena en la enunciación misma. En relación a esto, Alberto Goldenstein, curador de la muestra y de la fotogalería del Centro Cultural Rojas; y autor del texto del breve catálogo de la muestra, explica:

Kuropatwa es, posiblemente, el fotógrafo argentino más personal en el panorama de este arte tanto en los 80s como en los 90s [...] Las convenciones sociales, la soledad, el SIDA, la belleza o la publicidad vibran a lo largo de su obra. En ella, la foto se presenta como una gran paradoja: remite especialmente a lo que no se ve.

En esta oportunidad Alex retrata a los integrantes de un particular núcleo familiar. Son figuras que titilan en la realidad *pret-a-porter* que conforma el mundo mediático. El resultado es un contrapunto inquietante a la hora de hablar de “familia”, por parte de un agudo observador de las apariencias (Goldenstein, 1997).

Subrayamos la frase de Goldenstein respecto a la foto de Kuropatwa como gran paradoja, este “remitir especialmente a lo que no se ve”. Es en este sentido que, la serie *Familia* se enlaza con nuestra hipótesis de trabajo; en la obra hay un testimonio crítico de una época, construido a partir de una retórica compleja, paródica, que se escurre de primeras y rápidas lecturas. Entendemos que, en parte, esta retórica disminuyó la poca difusión de la obra, que ya por su temática, una escena-situación sumamente local, presentaba una llegada acotada. En respuesta a las críticas (escasas) de los medios, el fotógrafo dijo: “A mi muestra familia no la vi como frivolidad sino como desesperanza”. (apud Gainza, 2005, p. 89). Agregamos nosotros, desesperanza respecto a un circo mediático y a un modelo de familia que, por aquel momento y en los albores de un gobierno neoliberal, representaban un anhelo de modelo de familia local.

---

<sup>8</sup> Tanto en el caso de la ironía como de la parodia recurrimos a marcos conceptuales relativos al discurso literario. No hemos encontrado hasta el momento un marco teórico que aborde esas figuras en relación al discurso fotográfico.

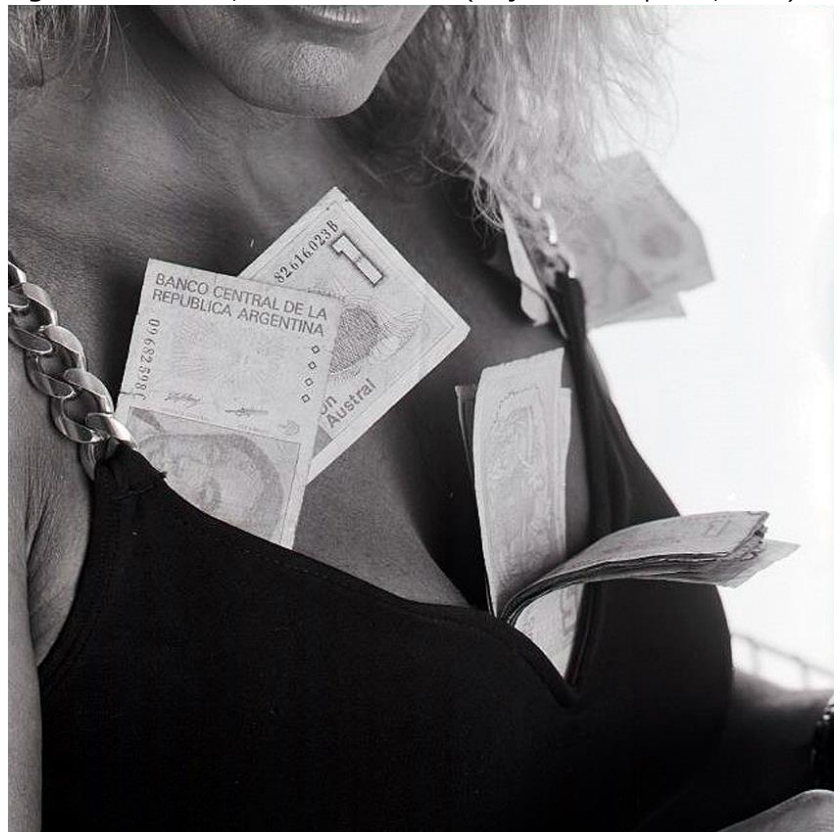


**Figura 7:** *Sin título*; de la serie *Familia* (Alejandro Kuropatwa, 1997).



**Fuente:** Archivo Kuropatwa.

**Figura 8:** *Sin título*; de la serie *Familia* (Alejandro Kuropatwa, 1997).



**Fuente:** Archivo Kuropatwa.

*Familia* by Alejandro Kuropatwa fue el nombre que figuró en el catálogo de la exposición realizada en el Centro Cultural Rojas, entre el 12 de noviembre al 07 de diciembre de 1997, donde participaron aproximadamente diez fotografías de 70 x 70 cm. A diferencia de *Cóctel*, donde el uso del color era uno de los elementos más importantes en la estética de la serie, *Familia* está compuesta tanto por tomas a color como otras en blanco y negro, sin responder el salto cromático, a ninguna pauta estética o temática. Las imágenes fueron tomadas en el estudio del fotógrafo con una cámara de formato medio, 6x6 cm. Este formato, conocido también como formato cuadrado, es habitualmente utilizado para el género del retrato fotográfico, ya que, a partir de las propiedades simétricas de su encuadre, refuerza los rostros o figuras del cuerpo humano, condensando y acotando, la información registrada.

Tomando como referencia el tipo de imagen fotográfica generada para las revistas argentinas de actualidad, como revista *Caras* o revista *Gente*, la serie *Familia* presenta a estos personajes a partir de primeros planos y algunos planos detalles; acercándonos de esta forma a cierta esfera íntima del personaje. Guarda varias similitudes con este tipo de revistas en lo que a construcción feliz de personaje y a promesa refiere. Kuropatwa, en un gesto paródico, toma un acontecimiento o elemento unitario y lo manifiesta en su sentido opuesto; así rebaja a los personajes y conduce todo el problema hacia lo (tragi)cómico. Entendemos que es aquí donde, siguiendo a Didi-Huberman, la imagen arde en su contacto con lo real, se inflama; "¿Qué tipo de contribución al conocimiento es capaz de aportar este "conocimiento por la imagen"?" (Didi-Huberman, 2008, p. 3). Creemos que la serie responde a esta pregunta haciendo dialogar, y poniendo en crisis, las diferencias estables (y estancas) entre los géneros fotográficos. En esta obra el artista parte nuevamente del uso del lenguaje publicitario, más cerca en este caso de la imagen fotoperiodística (especialmente de revistas de actualidad y moda) para construir un discurso artístico con un fuerte anclaje documental. La convivencia de géneros tensiona la particularidad de cada uno al construir una imagen plural; una *memoria fotográfica* (Fortuny, 2014) que se destaca por su formato visual fotográfico con todas las potencialidades temporales, estéticas y políticas de este lenguaje.

A nivel formal la producción del gesto paródico que enlaza los géneros se realiza a través del lenguaje publicitario, recuperaremos nuevamente, y a modo de cierre, algunos de estos elementos. *Familia* trabaja con la construcción de imagen de dos figuras mediáticas, Pata Villanueva y Alberto Conejo Tarantino; y con el concepto de familia, al incluir a los hijos de la pareja. En este sentido se corre del objeto de consumo, para acercarse a la figura del sujeto consumidor. Ahora bien, algunas de las tomas refuerzan la cualidad *voyeurista* de la fotografía publicitaria, remitiendo a un registro paródico dado por cierto tono burlesco y extremo del retrato. En la serie se evidencia que, el estilizado retrato publicitario, no es más que un simulacro de retrato, que contiene implícitas marcas de época y exigencias publicitarias. Hay algunas tomas que generan *incomodidad* a la hora de ser vistas. El vínculo padre —

hija está construido en un registro sensual que dialoga con algunas referencias de época, corriéndose de la raya, traspasa cierto tinte erótico exigido por el lenguaje publicitario; la mordida de oreja que ejerce el padre sobre la hija ridiculiza y excede ciertos límites del lenguaje. El armado de la escena fotográfica está dado por la utilización del cuerpo como naturaleza muerta. Éste es colocado en el centro de la escena, delante de un fondo neutro (blanco, negro o gris, de acuerdo a la toma) que realza la figura retratada. En este aspecto la serie se distancia un poco de la fotografía de revistas de actualidad, que habitualmente reponen al personaje en su cotidianeidad, en el espacio del hogar o del trabajo. En este caso son las poses, y los objetos utilizados (de fuerte poder simbólico) los que complejizan y completan la construcción del personaje. A diferencia de los personajes retratados por el fotógrafo Marcos López, durante la década del noventa, Kuropatwa trabaja en esta serie con la figura icónica del momento. En una suerte de diálogo con las divas de Warhol, y también en parte con su estética, Kuropatwa elige la figura de Pata Villanueva, y su familia, para conversar con el contexto sociocultural del momento, en este aspecto Eguizabal refiere que

Para construir rápidamente su personaje, la fotografía publicitaria suele recurrir a la función apropiadora de ciertos tópicos masivos, de fácil reconocimiento. "Dos tipos de íconos son los habitualmente sustraídos: los mediáticos (actrices, famosos televisivos, cantantes, etc.) y los íconos artísticos" (Eguizabal, 2011, p. 183).

La elección responde entonces a esta apropiación icónica de personajes mediáticos, de una familia que se había visto involucrada en un caso de lavado de dinero, en torno al fútbol y al negocio de la prostitución; este asunto resonaba en varios medios de comunicación y era advertido por quien pasaba por la fotogalería del Centro Cultural Rojas y reconocía a estos personajes.

El giro paródico y crítico que estas imágenes plantean se completa con los objetos que participan en la escena. La mirada ácida del fotógrafo retrata a Pata Villanueva posando con una guía de cócteles, connotando cierta frivolidad y un diálogo interno con la serie del año anterior, *Cóctel*. En otras tres fotografías, Pata posa con un montón de billetes de diferentes monedas, entre ellos varios australes, moneda de curso legal en la Argentina que, para ese entonces, hacía ya cinco años que había sido reemplazado por una nueva unidad monetaria: el Peso argentino. La aparición de estos billetes, embellecidos fotográficamente, dan cuenta del contexto económico de la época; remitiendo al uno a uno, un peso argentino igual a un dólar, que caracterizó la década del noventa, su posterior debacle y la hiperinflación que la antecedió.

### Breve propuesta final

Para concluir queremos recuperar la reflexión de Schaeffer en torno a la confusión de los géneros fotográficos cuando da por supuesto que "... el uso del término

'confusión' no se limita a plantear la cuestión, sino que sugiere una respuesta muy precisa: la práctica de la fotografía artística neutraliza, trastorna, en síntesis, deconstruye los géneros" (Schaeffer, 2004, p. 16). Es en este sentido, que deseamos conectar el espíritu de las dos series fotográficas analizadas, subrayando y promoviendo la posibilidad de reevaluar, tensionar y hacer convivir, en una sola imagen, que denominaremos *imagen plural*, la operatividad de varios géneros fotográficos.

Como hemos visto, tanto en *Cóctel* como en *Familia*, a partir del recurso de la ironía y la parodia respectivamente, se construyó una imagen crítica, *incómoda*, respecto a ciertas problemáticas de la década del noventa; sin apelar al instante decisivo, característica primera del canon documental, y trabajando con un lenguaje publicitario, Kuropatwa produjo dos series que invitan a pensar la dimensión estética documental social desde otra óptica.

### **Agradecimientos**

Destacamos la buena y cálida predisposición de Liliana Kuropatwa; quien, con gran entusiasmo e interés, nos abrió las puertas del archivo fotográfico de su hermano, Alejandro Kuropatwa.

### **Referencias**

- Barthes, R. (2002a). El mensaje fotográfico. In R. Barthes. *Lo Obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces* (pp. 11-27). Barcelona, Paidós.
- Barthes, R. (2002b). Retórica de la imagen. In R. Barthes. *Lo Obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces* (pp. 29-47). Barcelona, Paidós.
- Booth, W. (1989). *Retórica de la ironía*. Madrid: Taurus.
- Didi-Huberman, G. (2008). *Cuando las imágenes tocan lo real*. Buenos Aires: MACBA. Recuperado de [http://www.macba.cat/uploads/20080408/Georges\\_Didi\\_Huberman\\_Cuando\\_las\\_imagenes\\_tocan\\_lo\\_real.pdf](http://www.macba.cat/uploads/20080408/Georges_Didi_Huberman_Cuando_las_imagenes_tocan_lo_real.pdf)
- Ducrot, O. (1986). *El decir y lo dicho*. Barcelona: Paidós.
- Eguizabal, R. (2011). *Fotografía Publicitaria*. Barcelona: Cátedra.
- Fortuny, N. (2014). *Memorias fotográficas: imagen y dictadura en la fotografía argentina contemporánea*. Buenos Aires: La Luminosa. Recuperado de [https://issuu.com/espacioelectico/docs/libro\\_natalia\\_fortuny](https://issuu.com/espacioelectico/docs/libro_natalia_fortuny)
- Gainza, M. (2005). Cronología biográfica. In A. Duprat. (Ed.). *Kuropatwa en Technicolor: catálogo de la muestra Kuropatwa en Technicolor* (pp. 69-96). Buenos Aires: Malba.
- Goldenstein, A. (2006). *La fotogalería del Rojas*. Buenos Aires: Libros del Rojas, Universidad de Buenos Aires.

- Kelley, B. (1998, June). *Cocktail Hour, New Imagery in the AIDS Era*. San Francisco: SF Camerawork.
- Kuropatwa, A. (1997, abril, 07). El Virus del SIDA ya no se detecta en mi sangre. *Clarín*.
- Kuropatwa, L. (2017), *Entrevista realizada por Vanesa Magnetto*. Buenos Aires.
- Lemus, F. (2016, septiembre, 28). *Desajustar la vida: las imágenes seropositivas de Liliana Maresca y Alejandro Kuropatwa*. Ponencia presentada en las II Jornadas Nacionales del I Congreso Internacional Estudios de Género y Estudios Visuales Cuerpos, políticas y desafíos de la representación, Mar del Plata.
- Picaudé, V. (2004). Clasificar la fotografía, con Perec, Aristóteles, Searle y algunos otros... . In V. Picaudé & Ph. Arbäizar. (Eds.). *La confusión de los Géneros en Fotografía* (pp. 22-34). Barcelona: Gustavo Gili.
- Peirce, C. (1999). *¿Qué es un signo?* (artículo en línea). Recuperado de <http://www.unav.es/gep/Signo.html>
- Schaeffer, J-M. (2004) La fotografía entre visión e imagen. In V. Picaudé & Ph. Arbäizar. (Eds.). *La confusión de los Géneros en Fotografía* (pp. 16-20). Barcelona: Gustavo Gili.
- Ueno, G. (2017), *Entrevista realizada por Vanesa Magnetto*. Buenos Aires.

Recibido: 20/junio/2018; aceptado: 10/agosto/2018