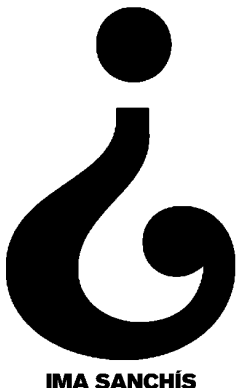


LA CONTRA

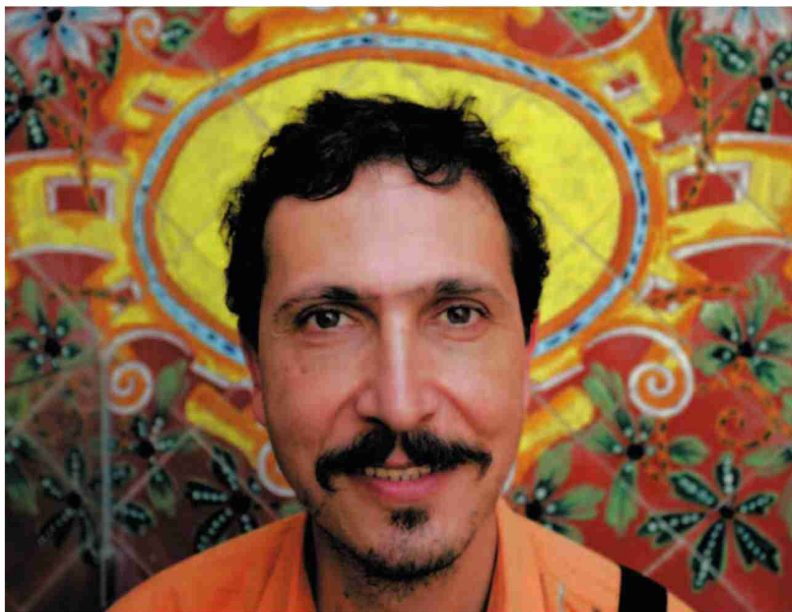
VÍCTOR-M. AMELA
IMA SANCHÍS
LLUIS AMIGUET



IMA SANCHÍS

“Y se cierra el círculo”

Conduce un taxi 10 horas diarias por la ciudad de Buenos Aires y vive constantemente bombardeado por anuncios publicitarios, ¿Qué hacer con ese estrés? Arte. En el maletero de su Peugeot 504 lleva pintura, botellas con engrudo y todo tipo de material para intervenir en esa publicidad callejera hasta hacerla irreconocible. Sobre este artista solitario se ha hecho una película y la intelectualidad ya empieza a reclamarle, dio una charla junto al politólogo Christian Ferrer en el Instituto Goethe y una clase magistral en la facultad de Arquitectura y Diseño, de manera que él también se está convirtiendo en el hombre anuncio, todo un exceso que cierra el círculo de este mundo mercado que acaba engullendo al más alternativo



LIBERT TEXIDO

Oscar Brahim Taxista artista

Tengo 41 años. Nací y vivo en Buenos Aires. Estoy separado y tengo tres hijos. No tengo ninguna ideología política ni nada que defender. Todos somos parte del universo. He participado en el festival de acción mediática The Influencers, en el CCCB. En mis recorridos por la ciudad de Buenos Aires me detengo frente a afiches publicitarios y realizo mis creaciones sobre ellos.

“Puse en oferta a los políticos”

Cómo empezó todo? A mediados de los años 90 un amigo guionista me pidió que le ilustrase una historieta.

—¿Y?

—No supe hacerlo, así que me fui a un taller a aprender. Allí había un tipo montando collages con fotos de publicidad y me puse a colaborar con él. Salí por la noche, me subí al taxi y... ¿qué ví?

—¿...?

—La misma publicidad que había estado recortando en una valla publicitaria. No lo pude evitar, bajé del taxi, abrí mi maletero, saqué mi cuchilla, corté una parte de aquel anuncio y me la llevé a casa.

—¿Qué hizo con ella?

—Monté un collage y al día siguiente lo devolví a su sitio y el anuncio empezó a vibrar. Me encantó, así que ese mismo día cogí nuevos trozos de anuncios y la providencia quiso que por ser un buen consumidor de combustible me regalaran una cámara.

—Hizo fotos de sus intervenciones.

—Sí, estaba entusiasmado. Había encontrado mi mundo. Mis intervenciones fueron tomando cada

vez más cuerpo, a veces hacía un chiste, o era pura estética, o lanzaba un mensaje alterando lo que la publicidad me ofrecía.

—¿Consignas?

—Ninguna, lo mío siempre han sido las frases ambiguas, utilizando la misma tipografía del anuncio original. Trabajo con el absurdo. También pongo frases dentro del taxi del tipo: “En este momento estoy manejando su destino”.

—Se ha hecho una película sobre su trabajo.

—Sí, durante tres años el director Sergio Morkin me estuvo siguiendo; me filmó en la calle, en casa, y todo lo que me sucedió, mis épocas de endeudamiento, cuando no podía pagar ni el alquiler y le daba a la casera fotocopias láser de billetes. La música de fondo de *Oscar* es la radio del taxi, y el contexto, la caída argentina del año 2001. Ha resultado ser un magnífico documental.

—Usted intervino decisivamente en las campañas políticas.

—En plena campaña presidencial le pinté a De la Rúa una profética máscara de Hannibal Lecter y a otros candidatos le ponia precios sobre la frente, precios de oferta, ya

que se exhibían en la calle como un producto más de publicidad.

—¿Qué opina la policía? —Cuando ocurrió el atentado del 11-S a mí me dio por convertir a todos los personajes que salían en los anuncios publicitarios, vendieran jabón, seguros o políticas, en talibanes, a todos les ponía barba y turbante. Un policía se me acercó: “¿Por qué hace esto? ¿Ya sabe lo que está pasando en el mundo?”.

—Creo que yo también le preguntaría lo mismo.

—Pues yo le contestaría que no me corte la inspiración, y eso le contesté al policía. Por fortuna vino su compañero y se pusieron a discutir los dos qué hacer conmigo, momento que aproveché para marcharme. Según la justicia, hay que pagar una multa de 60 pesos, pero por el momento no me han requerido nada.

—¿Ni cuando le dio por pintar esvásticas?

—El dólar se había disparado en Argentina, el *corralito* estaba en pleno auge. Mirando un libro apareció la esvástica, que es un símbolo hindú de la buena ventura. Me cogí mi escalera y un montón de dólares gigantes y en una valla vacía

monté mi esvástica hecha a base de dólares. Pasó la patrulla, tocó el claxon y el policía subió el pulgar en señal de aprobación.

—Ya.

—Dos chóferes que se estaban tomando un mate me dijeron: “¡Dales duro, porque los dólares son judíos y nos están jodiendo!”. Yo no entraba en ninguna discusión, aquello era un símbolo hindú.

—Los símbolos son convenciones y tienen un significado. La esvástica es un símbolo nazi en Occidente.

—Bienvenido, pero yo no estaba contando nada. Al día siguiente atacaron mi intervención con pintura y escribieron: “A la ignorancia le decimos ¡nunca más!”. No sabe cuánto me alegré de que mi esvástica cobrara vida. En Nueva York estaban haciendo una exposición sobre el holocausto y la expusieron en un museo con el título: “Dólar nazi”.

—¿Usted no tiene ningún mensaje? —No, nada, me dedico a jugar, que cada uno piense lo que quiera. Yo no me sumo a ninguna política, sólo reacciono a las propuestas publicitarias. Ahora trabajo en puentes y en cruces, lugares con mucho público. Pongo frases.

—¿Por ejemplo?

—“Nadie tiene que perder”, frase que acabé yendo a discutir a la universidad. Y cuando vino Bush escribí en uno de los puentes más transitados: “Gracias porvenir”.

—¿Qué merece la pena en la vida?

—Todo.

—Todo es como decir nada.

—Nada es en vano.●