



Universidad Autónoma de Querétaro
 Facultad de Bellas Artes.
 Maestría en Arte Contemporáneo y Sociedad.

**La Seducción del Humor o el Humor de la Seducción. Análisis de la serie
 fotográfica Drop Dead Gorgeous de Daniela Edburg.**

TESIS

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de
Maestro en Artes con Línea Terminal en Arte Contemporáneo y Sociedad.

Presenta:
 Oscar Méndez Ayala.

Dirigido por:
 Dr. Fabián Giménez Gatto.

SINODALES

Dr. Fabián Giménez Gatto.
 Presidente

Dr. Alejandra Díaz Zepeda.
 Secretario

M. en C. Ma. De los Ángeles Aguilar San Román.
 Vocal

M. en A. Mar Marcos Carretero.
 Suplente

M. en A. Vicente López Velarde Fonseca.
 Suplente

M. en a. Vicente López Velarde Fonseca.
 Nombre y Firma
 Director de la Facultad

[Firma]
 Firma

[Firma]
 Firma

[Firma]
 Firma

[Firma]
 Firma

[Firma]
 Firma

[Firma]
 Nombre y Firma
 Director de Investigación y
 Posgrado

Centro Universitario
 Querétaro, Qro.
 Mayo de 2013
 México

RESUMEN

Baudrillard afirmaba que el arte sólo ejerce actualmente la magia de su desaparición. El arte ha tocado y fundido sus bordes con los de otras disciplinas, sobre las propias; el arte ha sido engullido por el arte, y en esa vorágine, como si fuese un hoyo negro, ha llevado a su centro la cultura de masas, al consumo, la oferta, la calle, el universo del logotipo y el copyright; la publicidad. Esta investigación es un acercamiento al proceso orgiástico que ha tenido el arte contemporáneo con esas disciplinas a través de una de sus expresiones más seductoras: el sentido del humor. Todo, desde la perspectiva de una de las múltiples manifestaciones de este momento específico del arte: la obra de Daniela Edburg, particularmente con su serie fotográfica “Drop Dead Gorgeous”. Ésta es una serie en donde Edburg incorpora al espacio artístico galletas, golosinas, electrodomésticos, entre otros objetos de uso cotidiano, como instrumentos homicidas de modelos que simulan una muerte glamorosa. No suficiente con ello, “Drop Dead Gorgeous”, tal como ella lo establece, es un ejercicio lúdico que parodia algunas obras de otros artistas como el caso de Ingres, Whistler o Hitchcock, así como la estética pop proveniente de la publicidad y las revistas, generando un discurso artístico que lo mismo funciona de manera independiente que con su precedente intertextual. Para poder acercarse a la obra de Edburg se construyó este marco teórico desde tres ejes: la seducción de Jean Baudrillard, el sentido del humor con Bergson y la parodia desde Hutcheon, para demostrar si el sentido del humor tiene líneas de colindancia con la seducción y si entonces puede funcionar para seducir. Además del marco teórico, el trabajo de investigación también contó con dos entrevistas presenciales con la autora, para escuchar de viva voz la manera en que ella define su trabajo y conocer el “detrás de cámaras” de cada una de sus imágenes. Es así como esta investigación es una transgresión teórica transdisciplinaria para un fenómeno igualmente transdisciplinario en búsqueda de una actualización teórica a la vanguardia artística.

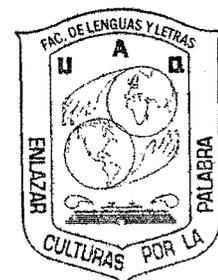
(Palabras clave: Seducción, humor, parodia, Daniela Edburg.)

Inca

SUMMARY

Baudrillard affirmed that currently art only exercises the magic of its disappearance. Art has touched and merged its borders with those of other disciplines. Art has been gobbled up by art, and in that vortex, as though it were a black hole, it has incorporated in its center the culture of the masses, consumption, supply, the street, the universe of the logotype and the copyright; publicity. This study is an approach to the orgiastic process that contemporary art has had with these disciplines through one of its most seductive expressions: a sense of humor. All from the perspective of one of the multiple manifestations of art at this specific moment: the work of Daniela Edburg, particularly in her photographic series "Drop Dead Gorgeous." In this series, Edburg incorporates in the artistic space cookies, delicacies and household appliances, among other objects of everyday use, as homicidal instruments of models that simulate a glamorous death. As if that were not enough, she establishes "Drop Dead Gorgeous," as a playful exercise which parodies the works of other artists such as Ingres, Whistler or Hitchcock, as well as pop esthetics arising from publicity and magazines, thus creating an artistic discourse that functions both independently and with its inter-textual precedent. In order to approach Edburg's work, a theoretical framework having three fundamental ideas was prepared: the seduction of Jean Baudrillard, Bergson's sense of humor and Hutcheon's parody. This was to find whether or not sense of humor has adjoining lines with seduction and if it can then be used to seduce. In addition to the theoretical framework, the study also included two personal interviews with the author to hear in her own words how she defines her work and find out the "behind the cameras" of each of her images. Thus, this study is a trans-disciplinary theoretical transgression regarding a phenomenon that is equally trans-disciplinary in the search for a theoretical up-dating of the artistic vanguard.

(Key words: Seduction, humor, parody, Daniela Edburg)



SECRETARÍA
ACADÉMICA

A María y Sofía,
la rima de todos mis párrafos.

AGRADECIMIENTOS

Mi particular agradecimiento a tod@s quienes prestaron sus oídos a estos desvaríos, particularmente al Dr. Fabián Giménez y a Daniela Edburg, por su paciencia y compromiso para que esto llegara a buen cauce.

INDICE

	Página
Resumen	i
Summary	ii
Dedicatorias	iii
Agradecimientos	iv
Índice	v
I. INTRODUCCIÓN.	1
II. LA SEDUCCIÓN DEL HUMOR Y EL HUMOR DE LA SEDUCCIÓN.	3
- ¿Qué es la seducción?	3
- ¿Qué es el humor?	11
- La seducción del humor y el humor de la seducción.	16
III. EL SENTIDO DEL HUMOR PARÓDICO Y SU APLICACIÓN EN EL ARTE.	21
- De lo intertextual a lo paródico.	21
- La parodia y el humor.	29
- “Show me the Monet” & “Gay Art Parody”, La distancia crítica del humor paródico.	34
IV. LA SEDUCCIÓN DEL HUMOR DE DANIELA EDBURG.	42
- “Drop Dead Gorgeous”, la seducción del Simulacro humorístico.	44
- La obra de Daniela Edburg, recepción Crítica y aceptación mediática.	63
CONCLUSIONES	66
BIBLIOGRAFÍA	70
APÉNDICE (Entrevista a Daniela Edburg)	72

I. INTRODUCCIÓN

El arte irrumpió en el siglo XX con una obra que cambió para siempre el espacio de la representación artística: el urinario de Duchamp. Este gesto fue una revelación que con toda desfachatez gritaba que se podía hacer arte con cualquier cosa. Duchamp fue un visionario que en su tiempo dio por muerta la solemnidad de la actividad artística y pronosticó el futuro de la misma; años más tarde, Warhol le hizo el relevo con un acto similar: el pop. Baudrillard (2007) asegura que con ese acto Warhol liberó a la humanidad para siempre de la estética. Sí y no. Liberó el concepto de estética que en ese momento estaba vigente e incorporó nuevos elementos semánticos, y la muestra está en que la estética sigue aquí, pero definitivamente no es la misma que siguieron Da Vinci, Ingres o David.

Todas estas nuevas incorporaciones y muchas otras, entre ellas la idea del capital y la democracia, transformaron la escena artística haciéndole permisible cualquier gesto. Cajas vacías de zapatos, iPods desensamblados y convertidos en esculturas, vaporizaciones hechas con sangre de narcotraficantes muertos o salas de museos llenas de polvo flotando, son tan sólo algunas muestras del discurso artístico contemporáneo.

Se terminaron las fronteras y con ellas los conceptos absolutos. Es así como ahora la publicidad va al arte, los artistas a la publicidad, los productos al museo, los museos al producto, la ficción a la realidad, la realidad a la ficción y así cualquier flujo a su reversibilidad. Ahora todo es reversiblemente múltiple, se ampliaron todas las posibilidades y todos los discursos, todo se ha profanado.

Es por esto que se vuelve importante generar un discurso teórico que acompañe a este discurso artístico, una profanación de la teoría que permita construir una teoría de la profanación. Un discurso transdisciplinario para una realidad transdisciplinaria; una nueva puntada al tejido del intertexto.

Esta investigación busca tejer ese tipo de discurso-fusión. Recoge ideas de distintos autores para poder acercarse al acontecimiento artístico de Daniela Edburg. Una artista radicada en México y nacida en Houston, Texas, que en 2001, y como parte de su tesis de licenciatura, comenzó la producción de "Drop Dead Gorgeous", una serie fotográfica compuesta de 20 imágenes en las que modelos simulan una muerte provocada por ponerse en contacto con productos de consumo masivo como golosinas o electrodomésticos, que mueren por el consumo, no por el producto.

El objetivo inicial de esta tesis es descubrir las líneas de parentesco entre la seducción y el sentido del humor, y si en esas colindancias, el humor tiene la capacidad de seducir, y para poder ejemplificarlo se tomó a referencia el trabajo de Daniela Edburg.

Como parte de la investigación, se encontró que existen pocos textos críticos que abordan el trabajo de Edburg de forma seria. El fenómeno de su obra gana más adeptos que críticos, más fans que teóricos, es por eso que esta investigación aborda su obra casi de la misma manera en la que fue creada: tomando fragmentos de registros textuales y amasándolos. Por fortuna, para su construcción, esta investigación contó con dos visitas presenciales al estudio de Edburg y toda su colaboración para desarrollar este texto. Curiosamente, en la segunda visita, nos enteramos que paralela a esta tesis, también se había realizado otra a cargo de Vania Macías, a la cual también se tuvo acceso a fin de complementar la investigación.

II. LA SEDUCCIÓN DEL HUMOR Y EL HUMOR DE LA SEDUCCIÓN.

¿Qué es la Seducción?

Definir la seducción es remar contra corriente. No por el acontecimiento semántico, sino por el perceptivo. La publicidad y los medios de comunicación, han construido, durante décadas, una percepción sobre el fin seductivo que poco tiene que ver con su proceso, y es que la seducción se define en su proceso, en sus signos. La confusión semántica del concepto, está en la finalidad del proceso de seducción. Suele verse como un planteamiento a fin de conseguir el cuerpo del otro, en una reducción del término a sus fines más simples, pero seducir es mucho más que poseer un cuerpo.

Baudrillard (1981) afirma que:

Si todo funciona con seducción, no es con esta seducción blanda revisada por la ideología del deseo, es con la seducción desafío, dual y antagonista, con el envite máximo, incluso secreto, y no con la estrategia de juegos, con la seducción mítica, y no con la seducción psicológica y operacional, seducción fría y mínima. (p.167)

Seducir es vestirse de camuflajes, revestirse de signos, tener el dominio del universo simbólico y despojarse del fáctico, es anular el presente por sustitución del futuro, y en un ademán de promesa nunca explícita, burlar las resistencias del otro. Pero estas resistencias no necesariamente son de carácter sexual, bien pueden ser de consumo, de persuasión, de aceptación, de simpatía.

En su sentido más puro, la seducción es una lucha de fuerzas (Baudrillard, 1981), un enfrentamiento donde el seductor intenta generar un diálogo monologado con el seducido, un desafío donde la suerte se echa con los dados cargados a fin de que el seductor, mediante una estrategia siempre dolosa,

logre embelesar lo bastante a su presa como para que ésta no se dé cuenta de su acercamiento al vacío, talento de encantador de serpientes; hasta hacer que el seducido se enamore de sí mismo.

La seducción sustrae, de todo, su dimensión de realidad. Desvía todas las dimensiones hacia una estrategia preconcebida en el opio, hipnosis simbólica y reflejo, porque no existe mejor método para seducir que convertirse en el espejo del otro, Narciso.

Los signos de los que se viste el seductor, han de ser siempre signos robados al seducido. Para seducir debe vestirse de equivalencias, de textos de fácil lectura, de códigos armados en la lengua del seduciendo. Pero la facilidad o complejidad de los códigos no las propone el seductor, él los lee en el seduciendo, los descifra, los interpreta, y entonces escriben con la misma asíntota caligrafía; eco de dos voces, simetría de dos goces.

Dominar el proceso de seducción es dominar el universo de las apariencias, esa dimensión simulacral donde no se representa la existencia de algo, sino la ausencia de algo, donde a su vez esa ausencia aparenta una presencia doblemente vacía. Es la construcción de una fingida profundidad, profundidad horizontal en todo caso, donde nunca se pone en evidencia el verdadero fin de la profundidad; carnada siempre.

Baudrillard, (1984):

La seducción es más falsa que lo falso, puesto que utiliza unos signos que ya son unas semejanzas, para hacerles perder su sentido: engaña a los signos y a los hombres. Quien no ha perdido jamás el sentido de una palabra o de una mirada no sabe lo que ocurre en esta pérdida, la de abandonarse a la ilusión total de los

signos, el dominio inmediato de las apariencias, es decir,
ir más allá de lo falso, en el abismo absoluto del artificio.

(p. 54)

Entonces, si existe algo de lo que está llena la seducción, es de la ausencia de lo real, donde lo falso tiene toda la realidad a su favor, ambivalencia. Lo simbólico toma los signos de lo real, y en esa mimesis, el seducido se deja llevar a un desafío donde se sabe una posible víctima, pero donde esa posibilidad del juego, y la reversibilidad del proceso, lo embriaga, lo ciega. Ser seducido es seducir. Entonces la seducción es imaginaria, es un duelo de imágenes, de apariencias de uno mismo. El seductor canta el trino que el seducido entiende, y lo hace pensar que es él quien está guiando el proceso, quien lleva las riendas; existen seductores cuya estrategia se centra en aparentar inocuidad, planta carnívora que en su belleza siempre tiene las fauces abiertas. El seductor se convierte en objeto, porque sabe que sólo el objeto es capaz de seducir (Baudrillard, 1981). Se viste de objeto para ser sólo sujeto.

Entrar a un juego de seducción es entrar a competir por la figura de seductor; se compete por placer, pero no por el placer físico, sino por el placer del placer; ser el seducido es aparecer como un simple extra en el filme. Sin embargo, en este juego reversible, en esta ruleta rusa, se han sustituido las dimensiones del ganador por las del juego, se han dejado todas las reglas en la indefinición. No se pierde ni se gana, se juega. Como afirma Baudrillard (1981) se juega una estrategia que consiste en estar/no estar ahí, y asegurar así una especie de intermitencia, de dispositivo hipnótico que cristaliza la atención fuera de todo efecto de sentido. La ausencia seduce a la presencia, y así, contrario a la forma tradicional del juego, en la seducción todo es bluff. Se juega a ver quién aparenta tener la mejor mano, incluso a quién tiene la peor, y en esa ambivalencia, si alguien pierde, es aquel a quien se le terminen primero las cartas bajo la manga, no quien tenga la mejor mano. Pero también pierde el que gana, porque la embriaguez de la seducción se agota cuando uno de los participantes se reconoce

seducido, entonces el juego ha terminado, y el seductor sólo sabe vivir para el proceso, nunca para el fin del mismo, no lo espera, no lo piensa; pensar en la finitud del juego de seducción es vivir en la angustia.

Sin embargo, el proceso de seducción tiene caducidad. Una caducidad que es casi una resaca. Luego del ejercicio simulacral, al seductor no le queda más que reiniciar el procedimiento, su procedimiento. No sabe conformarse con la victoria. Para él, seducir no es un ciclo, es una espiral, por lo que al saberse victorioso, reconoce la derrota del seducido y con ella la de él, porque el juego ha terminado. Su alimento es ese forcejeo emocional inherente a la seducción, esa latencia de victoria y de derrota, esa reversibilidad posible. Ve en el otro no una variable de conquista, sino una oportunidad para el escarceo.

El seductor decide cuándo empieza y cuándo termina el juego. Existen ocasiones en que decide darlo por terminado aún antes de poseer totalmente al otro, porque para el seductor, en esa relación de intercambio simbólico, cuando ve clara la posibilidad de victoria, su presa ha muerto, (Baudrillard, 1981) y no se queda a escuchar el canto del cisne, inmediatamente decide emprender su espiral hacia otros intereses. Llegados a esta fase, la seducción funciona en piloto automático, y el seductor deja en manos del destino el aterrizaje de sus intenciones.

Cuando el juego termina, el seductor simplemente busca otro adversario, alguien que decida enfrentarse a él en esta batalla-deja vú. Con frecuencia suele verse al seductor como un ente obstinado con su objetivo, que sabe perfectamente cómo acorralarlo, que sabe perfectamente que ha de conseguirlo, y en esa consecución, en esa seducción, siempre habrá de hacerse prestigio a partir de una víctima. Las tres figuras literarias del seductor suponen la burla y el desprecio de su víctima, pero también el placer por haberla conseguido. Cada uno de ellos es diferente: Casanova no resiste entrar al hedonismo de la conquista, Don Juan a su burla, Sade a su fuerza, los tres a la víctima. El seductor se debe a

su víctima. ¿Quién es la víctima? Todas y nadie. La víctima del seductor está fuera de foco, difusa, transparente, inalcanzable. El seductor juega siempre a asir puños de humo.

La forma tradicional de entender la seducción ha hecho creer que toda vez que al seductor se le ha metido en la cabeza que tiene algo por conquistar, lo conquista. Entonces hace uso de todas sus panoplias, su fuerza se centra en hacer que las resistencias caigan, se aventura a la consecución de su objetivo y apuesta siempre a su favor, es capaz de apostarse a sí mismo, se ofrece, se entrega en simulacro, se sacrifica en simulacro, mártir y redentor; y es toda esta ritualidad la que termina por cautivar a su presa, esta inmolación simbólica.

Existen algunos seductores que se quedan al festín del desahuciado, que vapulean a su presa hasta que ésta no puede ni da más, que seleccionan cuidadosamente a quien han de disfrutar en el paréntesis de no estar vivo ni muerto, tortura de felino que no mata ni devora al canario. Pero este sadismo no les impide haber ya puesto sus intereses en otros lados e iniciado total o parcialmente la nueva estampida de simulacros.

Si el seductor se queda a presenciar esta escena, no es porque no pueda matar a su presa, sino porque ésta se niega a morir, y este nuevo forcejeo es igualmente adictivo que el primero, con la gran diferencia de que el seducido se ha abandonado a sí mismo para pertenecer al seductor, como un órgano amputado que el seductor se niega a reconocer.

Es importante aclarar que no todos los seductores llegan a esta fase, y que no todo proceso seductivo la contiene, que no es sino un alargamiento del proceso, con la clara intención de no dar por terminado el juego, alargamiento psicopatológico de amo indefinido, porque ¿de quién es la patología?, ¿del seductor que se ensaña en su presa o del seducido que se ensaña en su poseedor?

Como ya se ha mencionado, la literatura da cuenta de grandes figuras de seductores: Casanova, Don Juan, Sade, y cada uno de ellos ha mostrado un perfil de inclinación maquiavélica, donde no importa el medio si se consigue el fin. Estas figuras de seductores son, entre muchos otros, los responsables de la poca o nula confianza que se le tiene a estos seres míticos y sus procesos. Ellos han configurado el perfil del seductor, su estándar, su dimensión patológica. Sin embargo, a pesar de que el proceso de seducción se liga de manera natural con estas figuras masculinas, la seducción a la que se refiere Baudrillard, y que es la que ha de utilizarse en esta investigación, es de una naturaleza distinta. Baudrillard (1984) liga al concepto de seducción con el de la "feminidad-objeto", donde asegura que el objeto es incapaz de desear, y en consecuencia, es el único con la posibilidad total de seducir dado que el objeto no vive de la ilusión de su propio deseo, sino que el objeto carece de deseo, y en consecuencia, sólo es seductor quien ya no se plantea el problema de su propio deseo, puesto que el objeto, al ser una entidad consumada, no puede desear, se somete al deseo del hombre como máximo exponente de la angustia por su condición de ente inacabado. Bajo esta tesitura es donde se enmarca la relación de la seducción como feminidad y como objeto, en donde el objeto sexual es casi una redundancia, puesto que se despliega ante una mirada deseante, jadeante, y ese deseo no genera deseo, sino que hace eco en el objeto y vuelve al sujeto. La seducción es fatal, es el efecto de un objeto soberano que recrea en nosotros la turbación original e intenta sorprendernos.

El sujeto entonces se acerca al objeto suponiendo que en él existe algo oculto, algo más que su simple apariencia y su inmovilidad, algo más que su fatal ausencia de deseo, pero no es sino el mismo deseo reflejado en la superficie del objeto, el desafío. La fuerza del sujeto (Baudrillard, 1984) procede de su promesa de realización, mientras que la esfera del objeto es del orden de lo que está realizado y al cual, por esta misma razón, no podría escapar. No existe nada más seductor que algo que parece no necesitamos.

Es en la condición desafiante de la seducción donde se teje el miedo a ser seducido, las resistencias que se generan, la desconfianza que se edifica, donde la mayoría no quieren ser seducidos, prefieren ser amados (Baudrillard, 1984), porque de manera implícita, en la seducción se lee una burla. Ser seducido es equivalente de aquello que Octavio Paz llamaba ser “chingado”, con su acepción sexual incluida (Paz, 1950), y ser chingado no será nunca un lugar preferente. Es mejor ser el chingón, el seductor; por eso todo aquello que huelga a proceso seductivo, generará automáticamente el levantamiento de las resistencias por parte del seduciendo, resistencias que no se adoptan desde la frontalidad del ataque, sino desde el simulacro, el otro, el de aquél que aparenta ser una presa fácil, que da pie, que escucha, que dará siempre la impresión de estar dispuesto a entrar al juego con la intención de convertirse en el seductor y revertir todo el proceso a su favor, reversibilidad. El seductor es un cazador de perlas. Si entra a su juego, es por la embriagante posibilidad de que en el interior de una nueva ostra exista una perla.

Pareciera entonces que en la seducción el seductor busca al seducido, pero en realidad se busca a sí mismo, se posee a sí mismo, se enamora de sí mismo, porque él ya está consumado. Ha aceptado su deseo, lo ha abrazado, y para cualquiera esto resulta sumamente atractivo, incluso para él mismo, el saber de alguien, conocer de alguien que finalmente ha reconocido su deseo al darse por consumado, y eso plantea un desafío. Baudrillard (1981) asegura que no hay nada más seductor que un desafío, y alguien que ya se ha realizado, alguien que evaluamos como realizado, es para nosotros un objeto desafiante, una dificultad, un campo de pruebas, una entidad que ya no desea, menos a nosotros, porque lo tiene todo.

La seducción es un desafío, una forma que siempre tiende a desconcertar a alguien respecto a su identidad, al

sentido que puede adoptar para él. (Baudrillard, 2000, p. 31).

La manera en cómo entiende Baudrillard la seducción, no sólo es ese proceso de intercambio simbólico que ofrece un objeto o un sujeto haciendo de objeto, sino que también, esa dimensión desafiante permite su entendimiento; es esa forma de concebirlo la que se utilizará para esta investigación, que usa así el concepto de seducción, tal y como Baudrillard (1984) asegura:

Yo prefiero la forma de la seducción, que mantiene la hipótesis de un duelo enigmático, de una solicitud o de una atracción violentas, que no es la forma de una respuesta, sino la de un desafío, de una distancia secreta y de un antagonismo perpetuo, que permite el juego de una regla; yo prefiero esta forma y su pathos de la distancia a la del amor y de su aproximación patética. (p. 105).

Concluyendo: la seducción es un proceso en el que una entidad, en apariencia superior, genera un desafío, muchas veces imaginario, a otra entidad; una entidad femenina, porque lo femenino es lo que ya está realizado –por lo menos para el hombre-, que cumple con una función de objeto que se apodera de una entidad masculina, y este proceso, esta seducción le precede a cualquier acontecimiento amoroso. La seducción es primero, la carnada es primero; la seducción le antecede a la experiencia, el desenfreno precede a la verdad, y es así como la seducción se instala antes de cualquier pasión, porque tiene la capacidad de provocar y desplazar el sentido al generar un desafío del que no se tenía necesidad, pero aún así, su hipnosis, lleva al seducido hacia el delirio de su propio deseo.

¿Qué es el humor?

En el caso del humor, desarrollar su definición y funcionamiento también posee ciertas dificultades, no por el humor mismo, sino porque regularmente se recurre a sus formas más que al humor en sí para definirlo. Así encontramos la ironía, la sátira, el sarcasmo, la parodia, el pastiche, entre otras representaciones de humor, pero cada una de estas formas poseen algunas características irreductibles que les permiten tanto su clasificación como su validación de formas humorísticas. El común denominador que poseen es que dentro de ellas está implícito un acontecimiento que permite lo cómico.

El humor es aquello que circula entre los sistemas, pone en contacto a los procesos primarios con los secundarios, y para ellos se vale de procedimientos que pueden reconocerse y definirse. (Loschi, 2000)

Existen distintos mecanismos para poner en marcha el proceso de lo cómico. En palabras de Bergson (1973), lo risible se producirá cuando se presenta como mediocre y vil una cosa anteriormente respetada, pero el humor y en general todo aquello que provoca risa, no se debe tanto a su relación con la profanación como con la ambivalencia de dos entidades que teóricamente deberían ser opuestas. Lo mismo ocurre al revés, cuando algo que se podría evaluar como vulgar se convierte en algo digno de respeto. Estamos entonces frente a la transformación del valor de las cosas por y en sí mismas, en una aspiración menor o mayor de lo que eran. Loschi (2000) explica que lo cómico es la degradación de lo elevado espiritual a lo material corporal; es el contacto sin restricciones de lo incestuoso, que tiene el poder de convocar las memorias de la risa.

La risa llega cuando todo aquello que debería ser solemne, deja de serlo, cuando se ultraja aquello que debería ser sagrado, pero no por el ultraje mismo,

sino porque en ese ejercicio de profanación, lo sagrado y lo pagano, por un instante, valen exactamente lo mismo. Lipovetsky (1986) asegura que la risa está siempre unida a la profanación de los elementos sagrados, a la violación de las reglas oficiales, a la democratización de las instituciones que en el humor se hacen populares, asequibles, tangibles; pero también lo cómico está en la ascensión de lo vulgar a lo sagrado, cuando súbitamente adquiere un respeto que genera un silencio incómodo ante la indecisión de reírse o ponerse serio, seriedad que implica una risa silenciosa, una burla ante lo inesperado, ante la nueva cotización de un fenómeno. En realidad el código humorístico aspira al relajamiento de los signos, y a despojarlos de cualquier gravedad; dicho código resulta el verdadero vector de democratización de los discursos mediante una dessubstancialización y neutralización lúdicas.

Siempre me ha gustado trabajar con las sobras, convertir los desperdicios en cosas. Siempre creí que las cosas desechadas y que todos saben que no valen para nada, pueden potencialmente ser divertidas. Es como un trabajo de reciclaje. Siempre pensé que había mucho de humor en las sobras. Andy Warhol, *Mi filosofía de A a B y de B a A*, Barcelona, Tusquets, 1998, p.101. (Giménez, 2011, p. 115).

Es así que podemos determinar cuáles son los fenómenos que dan cabida a lo cómico, estos procedimientos se resumen a dos solamente: la ambivalencia y la reversibilidad, dos posibilidades de movimiento que ocurren de uno a otro cuerpo, y que no sólo recorren la distancia que existe entre ellos, sino que también los atraviesa, y es en ese contacto donde se activa la risa. El humor ocurre justo en ese momento en que dos entidades que no deberían tocarse, finalmente lo hacen, tanto por la reversibilidad como por la ambivalencia.

Loschi (2000) afirma que uno de los principios del humor está en la falta de respeto a las equivalencias; para el humor no existen equivalencias, hay ambivalencias, es decir, que una entidad puede valer lo mismo hacia cualquiera de sus extremos y sus recorridos, más allá de valer lo mismo para otra entidad, por lo que algo malo puede ser bueno y algo bueno puede ser malo, sin que eso signifique que lo bueno y lo malo sean equivalentes; los extremos de una misma entidad son posibilidades de valor, no son el valor en sí. Así pues, la ambivalencia permite siempre un juego de posiciones, que sólo puede entenderse mediante la participación de la reversibilidad. Esto significa que en el humor las cosas no van en un sólo sentido, van en los dos, de ida y vuelta... En el humor, doble sentido no es sólo doble significación sino, sobre todo, doble dirección, reversibilidad. Pero la reversibilidad no siempre corre al inverso de la ida. La reversibilidad es un movimiento que se disuelve en la nada y ahí cobra un nuevo sentido. Es el caso del disfraz que siempre resultará cómico (Bergson, 1973), no por su calidad de disfraz, sino porque se reconoce su apariencia, el disfraz intenta evidenciarse y se reconoce como falso por definición, y el portador del disfraz resulta cómico por su ambivalencia, porque al mismo tiempo es quien es y es quien pretende ser, y no sólo eso, sino que la reversibilidad del sentido puede tomar cualquier nuevo e inesperado sentido.

De la misma manera, para ejemplificar lo cómico, Bergson afirma que dicho acontecimiento está en todo incidente que llama nuestra atención sobre algo físico de una persona, cuando lo moral es lo importante, lo cual implica un desplazamiento de la atención en esa ambivalencia que todo cuerpo posee, desde lo que comúnmente debería llamarnos la atención, hacia otra de sus posibilidades. Es decir que deberíamos estar colocando nuestra atención sobre lo que regularmente se pone, pero entonces la desviamos hacia otro sentido. En su libro *Conversaciones con Woody Allen*, Eric Lax (2007) cita al cineasta y comediante: "No puedo creer que un hombre de mi inteligencia tenga que caminar de forma graciosa para hacer reír a la gente. (Lax, 2007, p. 181), en esta frase queda ejemplificada la idea de Bergson, porque técnicamente deberíamos poner

atención a la inteligencia, no al modo de caminar, y en ese ejercicio surge lo cómico, cuando un elemento a un mismo tiempo pertenece a dos series de acontecimientos enteramente independientes y puede interpretarse a la vez en dos sentidos muy diferentes, afirma Bergson (1973). Ahí la naturaleza del chiste, para México el caso de los chistes de Pepito, donde él transgrede siempre el valor de institución que posee una maestra, un policía, un sacerdote, un cementerio o sus padres, y cuando esperamos un comportamiento acorde a la institución, regularmente él lo hace de una manera inesperada, de baja probabilidad que aún permite una posibilidad aunque remota. Y así sucede que con el chiste, en todas sus formas, lo que resulta cómico es el sorpresivo cambio de atención al valor de las cosas, la sustitución repentina de lo sagrado por lo pagano en un solo ademán, que por muy sorpresivo que sea, siempre se espera, aunque nunca es posible adelantarse a su sentido, de ahí su atracción. Lo fascinante de que alguien cuente un chiste no es que al final vendrá una sorpresa, sino que esa sorpresa podrá tomar un sentido en la reversibilidad. En este caso es donde entra el carácter seductor del sentido del humor, porque en la reversibilidad se manifiesta un desplazamiento de ambivalencias que van nutriendo el proceso humorístico. La ambivalencia puede funcionar con una sola entidad, pero la reversibilidad entra en la ecuación cuando existen dos o más entidades con posibilidades de aspirar a lo cómico, es entonces cuando las oportunidades de lo humorístico van de ida y vuelta, en una suerte de diálogo que potencia las circunstancias de la sorpresa. En México, el albur obedece quizá incluso a una doble reversibilidad, porque mientras se utiliza el doble sentido para que funcione, se espera que el contrincante responda con otro doble sentido que regrese al agresor con una fuerza amplificadora; es más, el auto-albur podría implicar otro yo, un yo malvado, más audaz que mi verdadero yo; esquizofrenia sembrada en el lapsus.

Las formas de explicar lo cómico son diversas, pero en casi todas se da un efecto de sustitución de valor, Bergson reúne un sinnúmero de combinaciones que explican este fenómeno, como en el caso donde las actitudes, gestos y movimientos del cuerpo humano causan risa en la exacta medida en que dicho

cuerpo hace pensar en algo simplemente mecánico, y los ejemplos podrían ser numerosos, pero lo realmente relevante del trabajo de Bergson, es que cada una de sus combinaciones también son combinables con otros acontecimientos; por ejemplo, en el texto anterior se hace referencia a un cuerpo humano, pero en realidad no importa si se trata de un cuerpo de carne y hueso, sino que también es aplicable a cualquier otra forma de corpus, incluido el texto, y con él cualquier registro. Si bien lo cómico explota al interior del ser humano, sus detonadores pueden estar en cualquier acontecimiento, en cualquier manifestación creada o no por el hombre, somatizada o no por el hombre, porque, como afirma Loschi (2000), hoy el humor cancela divisiones, disuelve oposiciones, vuelve las cosas a la continuidad de la nada, donde todo y nada están en contacto, para hacer brotar allí nuevos sentidos.

Lo cómico se dirige totalmente a la inteligencia, requiere de velocidad mental, de atención, de la participación activa del receptor; el humor exige y permite la participación del espectador. Si el código humorístico se ha impuesto, se ha propagado, es porque corresponde a nuevos valores, a nuevos gustos, aplicables a cualquier edad o grupo. En su democratización, el humor también se dirige a todos, permite el acceso a todo y a todos, sin restricciones, donde incluso el más solemne es más cómico por un efecto de contraste.

Concluyendo, lo cómico es una figura que pone en contacto todas las probabilidades de valor de un solo cuerpo, así como los movimientos de sí mismo y de otros cuerpos para que el humor sea posible, donde lo cómico y la risa sólo pueden ocurrir en esta sociedad posmoderna, porque se trata de un pueblo que intenta disolver las oposiciones, que faculta la ambivalencia, donde la división de lo cómico y lo ceremonial se difumina, en beneficio de un clima ampliamente humorístico, tal y como afirma Lipovetsky (1986). En la actualidad, lo cómico es una moneda corriente, la sátira, la parodia, el sarcasmo son formas de invocar a la risa, la burla abierta incluso, el cinismo. Bergson (1973) ya aseguraba que la risa debería tener una significación social, una complicidad que le da una segunda

intención a lo cómico, para así lograr que la risa sea un colectivo, un estado de ánimo propio de una sociedad desencantada, que ha agotado el valor de sus instituciones, que ha dejado de creer en sí misma, tanto como sociedad como persona, y liberados de la preocupación, de la ansiedad por la supervivencia y la idea de una autoridad superior, se da el lujo de reírse, porque lo único que no se equivoca, es la risa.

La seducción del humor y el humor de la seducción.

Nadie es seductor si no es simpático, asegura Lipovetsky (1986), esta es una afirmación que en la actualidad podría entenderse con un alto índice de verdad, sin embargo, en su sentido semántico más elemental, la seducción y el sentido del humor, o la simpatía, parecieran ser entidades dispares, ajenas, incompatibles. Nada más falso. El humor y la seducción comparten puntos de vecindad, son casi consanguíneos.

Es necesario plantear que la seducción afecta a todas las cosas, y no solamente el intercambio entre los sexos, sin embargo, no es el caso del humor en su totalidad. El humor no está afectado por la seducción, en todo caso está complementado por ésta, y a su vez la seducción se complementa por el humor, son soportes mutuos. ¿Cómo es esto posible? El humor y la seducción comparten una función irreductible; ambos están llamados a provocar la voluntad del otro, no a modificarla; ambos poseen una fuerza de atracción que hace que las resistencias volitivas se disipen; nadie escapa a la hipnosis de la seducción ni del humor, Como afirma Baudrillard (2000), la seducción es una modalidad de cualquier discurso, porque la seducción está en cualquier movimiento que aspire a la ambivalencia, y el humor para que funcione, como ya se ha dicho, también requiere de ambivalencia.

Además de su carácter ambivalente, el humor y la seducción son dos potencias a las que se acude por placer, tanto en el sentido de hacerlo porque gusta, como en el de hacerlo por la búsqueda de un goce. En el humor y en la

seducción hay placer, lo sabemos, y vamos gustosos a él. La seducción aderezada por el sentido del humor, o el sentido del humor como aderezo seductivo, eliminan las violencias y las resistencias de la voluntad, burlan cualquier enfrentamiento por la simple razón de que en su presencia no se dan enfrentamientos. Detonan la posibilidad del disfrute inmediato, del placer sin esfuerzos, del placer con placer. El código humorístico aligera los mensajes, el humor democratiza los procesos. El humor pacifica las relaciones entre los seres, desmantela las fuentes de fricciones a la vez que mantiene la exigencia de la originalidad individual, asegura Lipovetsky (1986). La seducción y el humor hacen apagarse la revolución.

Actualmente, en una sociedad donde las jornadas laborales se han disminuido, donde el tiempo libre se ha vuelto un lastre que ya no se puede llevar, donde el hedonismo está instalado como forma de vida, en el culto al consumo, el tiempo libre y el placer; el humor es lo único que le otorga sentido al desorientado rumbo de aquello que llamamos futuro. La seducción del humor ha venido a regular cualquier mecanismo de funcionamiento social; el consumo, el arte, la política, son sólo algunas de las áreas en las que el sentido del humor se ha instalado como estrategia y herramienta para seducirnos. Es la cultura de la igualdad, donde se legitima lo cotidiano como forma sublime. En palabras de Lipovetsky (1986), el hedonismo y el consumo son el epicentro del modernismo y del posmodernismo, ahí donde se necesita del humor.

Bergson (1973), asegura que quienes poseen el don del genio, tienen todas las puertas abiertas, y cuando se refiere a “genio” no habla de una capacidad mental matemática, sino de una capacidad de generar imágenes que provoquen risa. ¿Cuántas veces hemos rodeado a una persona que puede desatar nuestra risa? ¿Cuántas veces hemos preferido ver un programa de comedia televisiva, en lugar de cualquier otra cosa? ¿Cuántas veces preferimos abordar cualquier tema, por solemne que sea, desde unas coordenadas humorísticas?

La razón de dichos comportamientos, tal y como asegura Bergson (1973), está en que el sentido del humor es la detonación de la voluntad pura, pues al ser humano le gusta reír y hallamos buenos todos los pretextos. El humor deja que se instale el silencio a favor de la risa, hace que el público se quede callado para poder esperar el estallido de la carcajada, paradójicamente, la risa necesita silencio. Un comediante es una suerte de hipnotista al que le damos toda nuestra atención, un asaltante a broma armada. El humor es un acto hipnótico, casi un sedante, el código humorístico forma parte del amplio dispositivo polimorfo que, en todas las esferas, tiende a suavizar o a personalizar las estructuras rígidas y las obligaciones.

Debido a que en el humor no se respetan autoridades, esa especie de delito, esa transgresión sobre una autoridad, esa burla implícita, es lo que se vuelve atractivo. Resulta seductivo presenciar el momento en el que se traspasen los bordes de algo solemne, el momento específico en que ocurren la ambivalencia y la reversibilidad, y eso llama poderosamente la atención, de tal manera que lo que se vuelve atractivo de la risa, no es la risa misma, sino la posibilidad de que ella ocurra. El humor seduce porque permite la risa-diálogo, no la risa-monólogo que se presenta en la burla. No se asiste a ver algo que hará reír, sino la posibilidad de que algo de lo que ocurra mantenga implícita la risa. He ahí su capacidad volitiva. El sentido del humor es un anzuelo que convoca querer presenciar esa transgresión, es un objeto, y por lo tanto, seductor; el acto humorístico es un ente consumado, quienes poseen el don del genio tienen todas las puertas abiertas porque se les recibe en calidad de objeto. ¡Ya llegó el payaso!

Así entonces, lo que sorprende de la risa no sólo es esa capacidad persuasiva, sino las razones por las que ocurre. Una de dichas razones es debido a que la risa está vinculada con la inteligencia, por lo general, el humor exige un esfuerzo mental que se desea hacer de manera voluntaria, se asiste a ese mensaje que el sentido del humor quiere comunicarnos y además participamos a las exigencias que sean necesarias para su comprensión, esto es, que el chiste no

está nunca digerido por completo, sino que lo que provoca la risa es que nuestro cerebro completa las frases que le hacen falta al chiste, llenamos los silencios que hace el comediante para comprender su mensaje, interpretamos cada una de las muecas que se requieren para ser entendidas, se la da nuestra voluntad y nuestra atención al humor para que ocurra, se entrega al humor porque ha seducido sin tocar siquiera.

Actualmente, la sociedad, la cultura toda, se encuentra en un momento donde la apropiación, la reversión y la parodia, son monedas comunes en la producción de imágenes; la sociedad sufre un agotamiento de lo solemne, está cansada de la sobriedad que ahora la producción de imágenes, entre otras cosas, está supeditada a la generación de mecanismos que faculten la risa. Lipovetsky (1986) afirma que la edad humorística ha acabado con la edad estética. El hombre contemporáneo quiere reírse y hacer reír. A las sociedades posmodernas les gusta asistir al espectáculo de la risa, a la equivocación, a la transgresión; en la posmodernidad todas las ilusiones han caducado y sólo se quiere presenciar la transmisión de las apariencias. Los programas humorísticos de cámaras escondidas, ahora ocurren con cámaras exhibidas. Ahora ya no es necesario esconderse para presenciar un acontecimiento humorístico, actualmente se quiere que los minutos de Fama que Warhol ya había vaticinado, ocurran frente alguno de los múltiples ojos electrónicos. Ya lo afirma Lipovetsky (1986), las relaciones actuales están supeditadas a procesos de seducción; una dualidad seducción-humor, humor-seducción.

La seducción, al tocarlo todo, lo suaviza todo, mejora su textura y su apariencia. Lo perfecciona en su simulacro. El simulacro, donde todo es perfecto. Actualmente la seducción se ha desacralizado, ha eliminado sus libertinajes y sus misterios, ahora se seduce con el humor, porque la audiencia está supeditada al entretenimiento; *here we are now, entertain us* (Kobain, 1991). Se quiere reír, se desea que en la risa, en esa atmósfera eufórica, en ese culto al humor, encontremos algún sentido, cualquiera, aunque sea el de la propia risa.

Podría parecer que la diferencia entre el humor y la seducción se centra en que el humor llama a una voluntad sin resistencias y que la seducción siempre implica un enfrentamiento. Pero la confusión está en la forma en la que se lee la seducción. Si es que se percibe una lucha de fuerza en ella, ésta se presenta en el seducido, no en el objeto seductor, se presenta en el después, no en el ahora, cuando el objeto seduce; ésa sí podría ser la diferencia, que en el humor el receptor acude con un nivel de resistencia casi inexistente, mientras que en la seducción las resistencias se multiplican; ahí la magia de su funcionamiento mutuo. Es así que se acude a un objeto-acontecimiento/humorístico con una voluntad doble, se acude atraídos por dos fuerzas fascinantes, la de la seducción y la del humor; la seducción del humor o el humor de la seducción, que es una potencia amplificada, un anzuelo doble.

III. EL SENTIDO DEL HUMOR PARÓDICO Y SU APLICACIÓN EN EL ARTE.

De lo intertextual a lo paródico

Basados en el capítulo anterior, el humor es entendido como un cambio de sentido en una narrativa con una aparente línea trazada. Así, la noción del sentido del humor es un concepto que casi peca de tautológico. El humor tiene sentido, pero curiosamente su sentido es todos al mismo tiempo. Cuando se cuenta un chiste u ocurre un acto humorístico, éste se ejecuta en una línea narrativa que lleva cierta orientación que se intenta adivinar, pero el humor sucede justo cuando esa orientación se altera a favor de una posibilidad de sentido nuevo e inesperado.

Toda noción narrativa, todo sentido humorístico, se basa en un juego de significados y significantes que han mutado a modismos, regionalismos, formas de registro (texto) que se citan siempre a favor de la construcción de un texto más grande. Es ese tejido que Kristeva (1981) explica en la construcción de textos:

La palabra (el texto) es un cruce de palabras (de textos) en que se lee al menos otra palabra (texto). En Bajtín, además, esos dos ejes, que denomina respectivamente diálogo y ambivalencia, no aparecen claramente diferenciados. Pero esta falta de rigor es más bien un descubrimiento que es Bajtín el primero en introducir en la teoría literaria: todo texto se construye como mosaico de citas, todo texto es absorción y transformación de otro texto. En lugar de la noción de intersubjetividad se instala la de intertextualidad, y el lenguaje poético se lee al menos como doble. (p. 190).

Bajo esta premisa en la que todo texto se construye como mosaico de citas la idea del original se ha sepultado en la idea de la dependencia de la

intertextualidad. El original es una cita; incluso, el concepto que tenemos de *original* es una intertextualidad que a lo largo del tiempo se ha construido.

Kristeva (1981) afirma que ningún texto puede ser autónomo, en el sentido de que pueda generarse y registrarse límpido; entonces, todo texto (forma de registro) tiene una referencia hacia otro texto que puede ser de la misma naturaleza o distinta. Eso que llamamos original es el resultado del cruce de otros originales sobre una nueva superficie. Esos cruces se absorben por el autor y se transforman para poder generar ese nuevo cruce, que de manera pomposa hemos llamado original.

Siempre ha sido así. Se absorbe, se procesa, se produce. La intertextualidad es un estado que ha acompañado a la humanidad desde siempre, sólo que aún no tenía nombre: la copia, la cita, la apropiación, la intervención o la parodia, son formas de discurso intertextual.

El caso del arte no es muy distinto. La generación de un nuevo *ismo* está cimentada en el *ismo* anterior, se teje de hilos o no hilos de su antecesor, porque incluso aquellos movimientos que se jactan de romper con el *mainstream* lo hacen sobre la idea de su predecesor, aunque esa idea sea su contrario.

Este fenómeno en ocasiones puede ejecutarse de manera intencionada y nítida, pero en otras requiere de un ejercicio de lectura más profundo para poder detectarlo; es más, también es probable que se cometa un acto intertextual sin saber de qué se trata y sin saber su referente, como en el caso del inconsciente colectivo. Lo que es evidente, es que con la llegada del siglo XX, las citas y las referencias han ido en aumento, llegando al grado de ceder y respetar su propio espacio, a partir de la democratización de la cultura y el posmodernismo.

En la actualidad, el arte ya no necesita de romper con el *ismo* anterior, ahora, estamos en la presencia de un arte remix, donde la intertextualidad se hace

plena ante la muerte del autor y el original. Las modas se reciclan, ya no se destruye el pasado a favor de la vanguardia.

Estamos ante la coexistencia pacífica de estilos tal y como afirma Lipovetsky (1986), donde el pasado y el presente cohabitan juntos y por separado, provocado por el relajamiento del espacio artístico en una sociedad donde la inflexibilidad y la dureza son un lastre, pero no sólo en el arte. La sociedad toda ha ampliado sus fronteras y su tolerancia, y con ello se autoriza la construcción de toda posibilidad artística intertextual, con o sin estética, con o sin aquello que se entiende como arte y que ya no depende del crítico o el curador institución, sino del crítico o curador de blog, de redes sociales, dueño finalmente de su voz y su juicio, con la posibilidad de hacerse de un número instantáneo de adeptos, y que a su manera ejecuta lo mismo una editorial que una crónica en un espacio mínimo de 140 caracteres, y donde cada quien es libre de decidir si poner o no atención, de creer o no, de querer o no.

Si en el marco de la intertextualidad o, en todo caso, de la contemporaneidad, la producción artística es libre, también lo es su lectura. Para Barthes (1975) la intertextualidad es una modalidad de percepción, un acto de decodificación de textos que se hace a partir de otros textos, de forma libre y aleatoria, donde el lector es totalmente independiente de asociar esos textos que sólo dependen de una idiosincrasia y cultura personales, es decir, que cada quien es totalmente libre, en el límite de sus capacidades, de saber o querer leer un fenómeno X, no importa si es artístico o no. Este es otro triunfo del individualismo, cualesquiera que sean sus implicaciones, y que lo mismo alcanza a la lectura que a la producción de textos. Cualquier entidad creadora de textos (registros) también es libre de asociar esos signos de manera aleatoria, y combinarlos a su gusto e interés a fin de crear el resultado que mejor le plazca.

En estos nuevos registros de lo intertextual, se yergue el ejercicio paródico. Ante esta democratización y aleatoriedad, ante esta permisividad

creativa y creadora que de cierta manera también cansa, la parodia se vuelve una de las formas del arte, una especie de discurso interartístico, en palabras de Hutcheon (2000)

Existen muchas formas en que se entiende lo paródico. Para el caso de esta investigación, se desarrollará el concepto tomado de la obra de Linda Hutcheon (2000), "A Theory of Parody". En ese texto, editado por la Universidad de Illinois, Hutcheon hace un análisis profundo sobre el mecanismo que necesita la parodia para funcionar e incluso contempla la forma en que el concepto evoluciona dependiendo del momento histórico en el que se encuentra.

De inicio, Hutcheon (2000) define a la parodia como una forma de repetición que además posee una distancia crítica irónica; marcando así un distanciamiento más que una similitud, y que no debe confundirse con la sátira. La ironía forma parte de la estrategia de la parodia, y regularmente funciona para llamar la atención del espectador, que le permite interpretar y evaluar una entidad dada. A lo que se refiere con este planteamiento, es a que la parodia es un ejercicio de reescritura, a partir de otra entidad, en el que la ironía juega un papel crítico fundamental al ser el factor por el cual la nueva obra es una re-versión y no una copia, ya que puede correrse el riesgo de pensar que lo paródico sólo es una referencia a otra entidad, pero no, lo paródico es una referencia irónica a otra entidad; no esconde sus intenciones, sino que por el contrario, quiere mostrar de manera evidente que se trata de una referencia: "Of course, parody is clearly a formal phenomenon – a bitextual synthesis or a dialogic between texts." (Hutcheon, 2000, p. xii). Un diálogo entre textos, un tipo de escritura en el que las palabras de un autor o sus pensamientos son tomados, y por un cambio en la mirada, son adaptados a un nuevo propósito.

Es justamente ese diálogo, y el conocimiento de que existe ese diálogo, lo que permite que exista lo paródico, en el sentido Barthesiano previamente contemplado en este mismo capítulo. Esto que podría sonar como una obviedad,

en realidad representa un problema, porque lo paródico, para que funcione, depende de la habilidad del receptor para interpretar la intertextualidad, porque de inicio debe conocer la obra parodiada, al mismo tiempo debe entender la nueva versión de la misma y darle un nuevo sentido derivado de esa doble lectura, y que está determinada por la forma en que el emisor codifica su parodia. Es por esto que en ocasiones puede entenderse a lo paródico como un modo artístico elitista, debido a ese doble conocimiento que todo espectador de lo paródico debe tener; lamentablemente sólo suele verse desde su superficie, mayoritariamente porque su dimensión pragmática implica al menos parte de un valor estético y significación que ha sido colocado en la relación del lector con el texto, pero es ejecutado sólo por aquellos lectores que cumplen con los requisitos formales de conocimiento de los obra parodiada.

Es por lo anterior que la dimensión paródica, regularmente se ubica en un bajo perfil, porque depende de la cultura general y la habilidad del lector para que se logre su principio más simple, pero de ninguna manera es su única área de funcionamiento. Se desarrolla generalmente ahí porque necesita que el espectador sepa de lo que se trata la parodia, éste debe leer casi de forma instantánea todas las posibilidades de la obra, y peor aún, lo paródico no sólo depende de la referencia a otro texto como concepto, sino que también funciona como efecto o como acontecimiento de una reversibilidad estética, porque la estética aplicada también es una especie de concepto; es lo que Hutcheon (2000) define como las relaciones de convenciones icónicas, donde un tipo específico de estética es una convención icónica, una imagen. Con esto es posible entender que en una obra, el autor no haya buscado tanto una referencia al contexto de fondo de la obra citada, como una referencia exclusiva a la forma de una obra citada. Las posibilidades de la realización paródica aumentan, siempre apuntando a desarrollar una claridad para la referencia que el espectador debe hacer, en una lectura del pasado en el presente, y en ese flujo de tiempos, la parodia es una entidad con reversibilidad ambivalente.

Para Hutcheon (2000) la parodia, en ese ejercicio de reescritura, liga a lo moderno con lo posmoderno, es un enlace entre el pasado y el presente, un enlace irónico que sólo puede ocurrir en una sociedad que es culturalmente democrática y cuya sofisticación es tal que le permite su existencia, al igual que al humor, que sólo puede ser ahora, cuando se han transgredido las barreras de lo solemne; ya lo anticipaba Bergson (1973), al asegurar que lo paródico puede ocurrir desde el momento en que colocamos lo solemne en un tono familiar; es un saludo entre dos entidades opuestas, es la reversibilidad.

Bergson afirmaba que toda deformidad que es remedada por una persona que carece de deformidades, resulta cómica. Ese es el principio de lo paródico, porque generar una parodia implica el remedo de un signo por adición de otro que incluye un sentido cómico apuntalado en la ironía, pero lo más interesante es que esa ironía, en el ejercicio paródico, es una transgresión autorizada facultada por nuestra sociedad. Se acabaron los felices días del fin del siglo pasado y de principios del XX en que el arte escandalizaba: ahora, las obras más desnudas, las más problemáticas, las más mínimas tienen un efecto cómico independientemente de su contenido, afirma Lipovetsky (1986). La parodia tiene permiso. "In other words, parody in this century is one of the major modes of formal and thematic construction of texts." (Hutcheon, 2000, p. 2)

Actualmente, todo se parodia, todo se presta a la desaparición paródica, todo se simula, y el arte no ha podido escapar de este ejercicio lúdico. El arte sólo ejerce actualmente la magia de su desaparición y en ese ejercicio, hemos terminado con todo, hemos transgredido todo, somos cómplices de este exterminio, somos invitados a ese banquete en el que sólo se sirven vacas sagradas, donde todo es light, donde todo es exprés, donde ya nada es original ni hace falta, pues, tal y como asegura Lipovetsky (1986), la originalidad ha perdido su potencia provocadora, sólo queda la extrañeza irrisoria de un mundo en que todo está permitido, donde todo se ve y que sólo provoca una sonrisa pasajera.

En su furor de innovación, el arte ha disuelto todas sus referencias clásicas, renunciado a la gracia y a la belleza, no cesa de destruir la representación, se boicotea en tanto que esfera sublime y entra de este modo en la era humorística, ese último estadio de secularización de las obras en el que el arte pierde su estatuto trascendente y aparece como una actividad dedicada a la escalada del <<cualquier cosa>>, al borde de la impostura. En busca de materiales desclasados de <<acciones>>, de formas y volúmenes elementales, de nuevos soportes, el arte se vuelve cómico a fuerza de simplicidad y de reflexión sobre su propia actividad, a fuerza de intentar escapar al Arte, a fuerza de novedades y <<revoluciones>>. El humor de la obras ya no está en función de su contenido intrínseco, se basa en la extrema radicalización del proceso artístico, en sus desterritorializaciones radicales, que a los ojos del gran público resultan gratuitas y grotescas. (Lipovetsky, 1986, p. 164).

¿Qué puede ser parodiado? Absolutamente todo. En el caso del arte suelen parodiarse las obras más conocidas, sin importar la calidad de su ejecución, pero no son las únicas, ni lo único que puede parodiarse. Puede ocurrir que se parodie la obra como tal, pero también el proceso de exhibición, el proceso de recepción, el proceso de venta, el proceso de montaje, incluso la creación total de algunos tipos de arte, y para lograrlo sólo se necesita una transformación mínima de un texto previo, y en esa transformación debe adicionarse el efecto cómico que la valide como tal. Para Hutcheon (2000), lo paródico puede ocurrir tanto en una relación formal como estructural de dos o más textos.

Es tal y como afirma Baudrillard (2007):

El arte se ha vuelto cita, reapropiación, y da la impresión de reanimar indefinidamente sus propias formas. Pero, en última instancia, todo es cita: todo está textualizado en el pasado, todo ha sido desde siempre. Sin embargo, ese arte citacional, reapropiacional, simulacionista, etc., que juega con la ironía fósil de una cultura que ya no cree en ese valor, es diferente. (p. 119)

Es así como esta facilidad para que la parodia ocurra en la actualidad, está auspiciada por diferentes fenómenos, la sociedad, el humor, el capital, el aburrimiento, pero sobre todo, la intertextualidad; la intertextualidad ha permitido que la parodia sea la forma de expresión medular de nuestros tiempos.

Hutcheon (2000) entiende a la parodia no solo como una referencia de una obra sobre otra, sino como una referencia sobre cualquier forma codificada de discurso, lo cual eleva su nivel de complejidad, pero también multiplica sus simplicidades. Como es necesaria cierta familiaridad con el texto parodiado para que éste funcione, entre mayor sea ese conocimiento, mayor es la posibilidad de su consumo, por lo que entre más popular, mejor, pero entre menos popular, también es mejor, porque eso abre las puertas justamente a ese grado élite donde se encuentran sólo algunas parodias.

La parodia es totalmente ambivalente. Si se desplaza hacia lo integrado, funciona, pero si se desplaza hacia lo apocalíptico, también funciona. Ser testigo de una parodia, o mejor dicho, entender una parodia, es responder a un guiño, es un acto de complicidad entre el espectador / la parodia / el autor de la parodia / la obra parodiada y el autor de la obra parodiada; un cronotopo orgiástico, pues.

La parodia y el humor.

Para Bergson (1973) lo paródico no sólo funciona en el sentido de transferencia de lo solemne a lo no-solemne, sino también en su sentido inverso, que resulta mucho más cómico. Si de inicio, esa transferencia de lo mejor a lo peor es cómica, la transferencia de lo peor a lo mejor, es todavía más chusca. Estamos en presencia del cambio de sentido propio del chiste. En la parodia estamos en presencia de uno de los principios básicos del humor.

Uno de los peligros que tiene la parodia, es que muchas veces puede confundirse con otras formas del humor, particularmente con la ironía; pero la ironía algunas veces puede llamarse parodia porque efectivamente lo es, pero no sucede en todas las ocasiones. Todo acto paródico es irónico, pero no todo acto irónico es paródico. La parodia es un género, la ironía es un tropo. ¿De qué depende? De la relación entre los textos, siempre debe haber una referencia a otro texto para que exista la parodia, pero, como ya se ha dicho, no sólo depende del emisor que teóricamente debería saber que está haciendo una parodia, sino que mucha responsabilidad también recae en el espectador/receptor, quien es el que percibe e interpreta los textos y al final los valida como un acto paródico.

La parodia es mucho más exclusiva de lo que podría parecer, no sólo por el conocimiento de los textos en juego, sino por el cuidado que debe tenerse al no confundirla con otros géneros humorísticos. Hutcheon (2000) dice que es necesario cuidarse de sus similitudes con el pastiche, el burlesque, el travestismo, el plagio, el arte citacional, la alusión y especialmente de la sátira, que sin duda son también humorísticos, pero de naturaleza y manufactura distinta.

Por si no fuera suficiente con lo anterior, Hutcheon (2000) reconoce otras aristas en el desempeño de la parodia, y es que en ella tiene lugar una paradoja sobre la idea del original, porque a diferencia del plagio o la cita, en la parodia la transgresión está autorizada, es más, casi obligada, la referencia es parte esencial,

incluso mucho más que la homogeneidad de la audiencia que será objeto de interacción con la obra, y sin querer ponerse fatalista, también puede afirmarse que no sólo la parodia, sino cualquier trabajo artístico es creado paralelamente a algún tipo de modelo. El texto paródico garantiza una licencia especial para transgredir los límites de la convencionalidad, pero puede hacerlo solamente de forma temporal y sólo al interior de los confines controlados y autorizados por el texto parodiado.

Esta transgresión autorizada ha venido a permitir que la parodia sea actualmente una de las más grande formas de creación de significados artísticos. La re-versión, el cover, el remake, el refrito, el plagio, la cita, la sátira, el pastiche, no son sino nombres para eso que hemos venido haciendo durante milenios: reescribir historias. Pero la diferencia entre estos nombres y la parodia, es que en ella se trata de marcar un distanciamiento a pesar de la repetición, mientras que en otras formas de imitación no. La parodia quiere que el espectador note la repetición, pero sobre todo quiere que note la diferenciación, esa distancia que la ironía humorística otorga en la parodia, y luego de reconocer esa distancia, entonces construir un segundo significado a través de inferencias provistas por el contexto de fondo de la imagen. A este propósito Hutcheon (2000) marca la diferencia entre lo paródico y el pastiche de manera muy simple: lo paródico es transformacional en su relación con otros textos, el pastiche es imitativo; dentro de esas formas de imitación también está el plagio que muchas veces se utiliza como sinónimo de la parodia, pero que de ninguna manera tienen muestras de familiaridad. La parodia no quiere ocultar su carácter de relación con un original, el plagio sí. Por otro lado, el travestismo y el burlesque implican la burla, la parodia no. La razón obvia de la confusión entre la parodia y la sátira, a pesar de las grandes diferencias entre ellas, es el hecho de que los dos géneros regularmente son usados juntos. La sátira frecuentemente usa formas paródicas de arte con propósitos de exposición o de agresión. Ambas, la sátira y la parodia, implican una distancia crítica e incluso juicios de valor, pero la sátira por lo general usa esas distancias para hacer un juicio negativo sobre lo que se está satirizando. En la

parodia moderna, hemos encontrado que ese tipo de juicios no son necesariamente sugeridos en el contraste irónico de textos.

Hutcheon (2000) encuentra, en esta relación entre la ironía y la parodia, que opera en dos niveles, uno primario en el que sólo son superficie o entorno, y uno secundario que se desarrolla en el fondo, pero en ambos casos su significado proviene del contexto en el que se encuentran, como otro elemento significativo, por lo que su significado final reposa en el reconocimiento de los niveles de sobreimposición de cada una de las capas que componen la significación paródica, y que sólo un decodificador bien entrenado puede activar mediante la intertextualidad generada por esa parodia que el codificador ha estructurado a partir de sus competencias semióticas. Al final, lo paródico es un diálogo, una asamblea diferida, un diálogo entre el autor de la obra parodiada, la obra, el parodiador, la obra paródica, el espectador, y el contexto de cada uno de los elementos de la ecuación. Una asamblea diferida donde el espectador y sólo el espectador, tras el reconocimiento de la codificación y el discurso, siempre está seguro con cual voz es con la que quiere estar de acuerdo. Otro triunfo del individualismo.

Ahora bien, Hutcheon (2000) afirma que esta noción de contexto es la que puede otorgar otros alcances al sentido paródico, porque ya no depende sólo del resultado o del antecedente, sino del uso que se dé a cada elemento de la ecuación paródica, y así existen parodias que usan a su referente como objetivo y aquellas que lo usan como un arma, pero ninguna parodia se limita a producir un efecto de ridiculización, es más, muchas veces ni siquiera lo busca. Hoy en día, muchas parodias no ridiculizan los textos de fondo, sino que son utilizados para poder generar juicios sobre la contemporaneidad, por lo que su relación temporal es básica para su funcionamiento, es decir, el factor tiempo-contexto es lo que da el sentido irónico que abraza el ejercicio paródico, y no suficiente con ello, muchas veces causa un efecto contrario al humor, pues se vale de él para poder amplificar el impacto de un discurso serio que tras la parodia se potencia su nivel de

seriedad; es decir, se usa al humor para enunciar un discurso serio con más fuerza, pues la parodia está en todo el acto de enunciación.

En “A Theory of Parody”, Hutcheon (2000) Explica que es justo el acto de enunciación en su totalidad, y la ausencia de control por parte del codificador/autor de la parodia, una vez que la emite, lo que hace que ésta tenga muchos mayores alcances semánticos. De ahí que para algunos la parodia haga que el original pierda potencia, mientras que para otros, sea una entidad superior al ser capaz de lograr lo mismo que el referente y más. ¿Quién puede enjuiciar este acontecimiento? La gente, sólo la gente, el usuario, el espectador, el público, como quiera que se quiera nombrar a quien interactúa con la obra y coloca sus elementos de codificación en la inferencia del texto referenciado. Lo que democratiza el uso de entidades por parodiar, no es el público que consume las obras, sino las autoridades que permiten y manipulan su consumo.

La parodia muestra que existe una necesidad por mirar nuevamente a los poderes interactivos involucrados en el proceso de producción y recepción de textos, porque si bien siempre se presenta un intérprete y algo que interpretar, la parodia demuestra que eso no es suficiente, sino que puede potenciarse la relación entre los involucrados en la ecuación paródica. Tal y como lo describe Hutcheon (2000) el autor, el lector y otros textos exteriores, son elementos que se disponen en dos ejes, uno horizontal entre el diálogo del autor con su lector potencial, y uno vertical entre el texto en sí mismo y otros textos, incluido el mundo y la cultura en su totalidad. La parodia presupone una ley y su transgresión o ambas, una repetición y una diferencia que permiten la existencia del género paradójicamente más influyente en el arte contemporáneo, y es que tal y como anunciaba Lipovetsky (1986), el proceso humorístico no ha perdonado ni los lugares de la cultura, ni los lugares de la noche, poniendo en contacto los extremos que no deberían tocarse, contactos prohibidos entre lo cómico y lo trágico, lo sagrado y lo profano, lo caro y lo barato, lo fino y lo corriente, lo bueno y lo malo,

todos los extremos que permiten que la comicidad sea lo único que hace llevadera la época contemporánea.

En esos contactos también entran el presente y el pasado, que mediante la parodia se hace un registro irónico facultado por todas las posibilidades de la intertextualidad, lo cual hace aún más humorístico el proceso. Pues el texto parodiado puede ser una versión de una versión, lo cual hace de la risa un eco que se encierra en sus bordes, y en este tipo de obras la risa se detona ante la transgresión, ante la demolición de una frontera aparentemente sagrada. Pero la risa es sólo una de las posibilidades de un acontecimiento de esta naturaleza.

Lipovetzky (1986) asegura:

El arte, adelantándose a las demás producciones, ha integrado desde tiempo atrás el humor como una de sus dimensiones constitutivas: imposible de evacuar la carga y la orientación humorística de las obras, con Duchamp, el anti-arte, los surrealistas, el teatro del absurdo, el pop art, etc. Pero el fenómeno no puede ya circunscribirse a la producción expresa de los signos humorísticos, aunque sea al nivel de una producción de masa; el fenómeno designa simultáneamente el devenir ineluctable de todos nuestros significados y valores, desde el sexo al prójimo, desde la cultura hasta lo político, queramos o no. La ausencia de fe posmoderna, el neo-nihilismo que se va configurando no es ni atea ni mortífera, se ha vuelto humorística. (p. 137).

En definitiva, la presencia del humor en el arte, ofrece una reversibilidad, un diálogo entre el espectador y el artista, y en la parodia es totalmente automático. Por definición, la parodia ya contiene ese diálogo y esa reversibilidad,

donde ya no se defienden ni el orden ni la tradición, sino el registro de nuevos discursos aunque sean en una dimensión aparente. Lo que substituye al buen gusto, al gran estilo, es lo <<divertido>>: la edad humorística ha acabado con la edad estética afirma Lipovetsky (1986).

“Show me the Monet” & “Gay Art Parody”, la distancia crítica del humor paródico.

Esa nueva potencia que permite el sentido del humor en una obra parodiada, ha sido utilizada en muchas piezas a lo largo de la historia. Ya que en “A Theory of Parody” Hutcheon elabora un compendio de distintas parodias, en el caso de esta investigación se tomarán sólo algunas obras que permitan ejemplificar el funcionamiento del humor paródico.

Las obras que se abordarán son “Show me the Monet” como pieza de la serie “Crude Oils” del artista británico Banksy y algunas piezas de “Gay Art Parody”, de Centarus.

“Show me the Monet” es una parodia de la obra creada en 1899 “Le bassin aux nymphéas” de Claude Monet. Dado que una de las grandes características de Banksy es mantener el anonimato lo más posible, no existe mucha información acerca de la serie, salvo algunos comentarios en la web y crónicas sobre las exposiciones. Lo que queda claro de la obra, es que sus capas de lectura permiten enfrentarse a una pintura de muchas dimensiones. En su funcionamiento individual, sin conocimiento del intertexto y en consecuencia de la parodia, “Show me the Monet” es una pieza que muestra cómo la contaminación y el comercio han llegado a la naturaleza, en una invasión de sus espacios. Lo interesante de la pieza es que sus capas de lectura paródica abarcan desde el nombre de la pieza. “Show me the Monet” es una referencia a “Show me the Money”, una frase de la película Jerry Maguire de 1996, escrita y dirigida por Cameron Crowe. Con ese simple gesto de sustitución se detona el humor de la

parodia y “Show me the Monet” se explica a sí misma. Es la exhibición de un Monet y su relación con el dinero y/o el consumo al contener en su superficie un carrito de supermercado.

El verdadero sentido de la pieza depende de la interacción individual y aleatoria de los textos que cada uno posee, tal y como lo explica Barthes (1975). En la lectura del conocimiento al Monet original, y con esta adición de los carritos de supermercado y el cono de señales de tránsito, el humor genera la parodia, porque ya no es un Monet, sino la versión 2005 del mismo cuadro, casi como si se hubiera adivinado el futuro de la obra y al mismo tiempo se hiciera una crítica al sistema económico en que sus signos no sólo han llegado a la naturaleza sino también al arte. Cada quien es libre de interpretar y relacionar los textos integrados en la obra.



Le bassin aux nymphéas, Claude Monet, 1899.

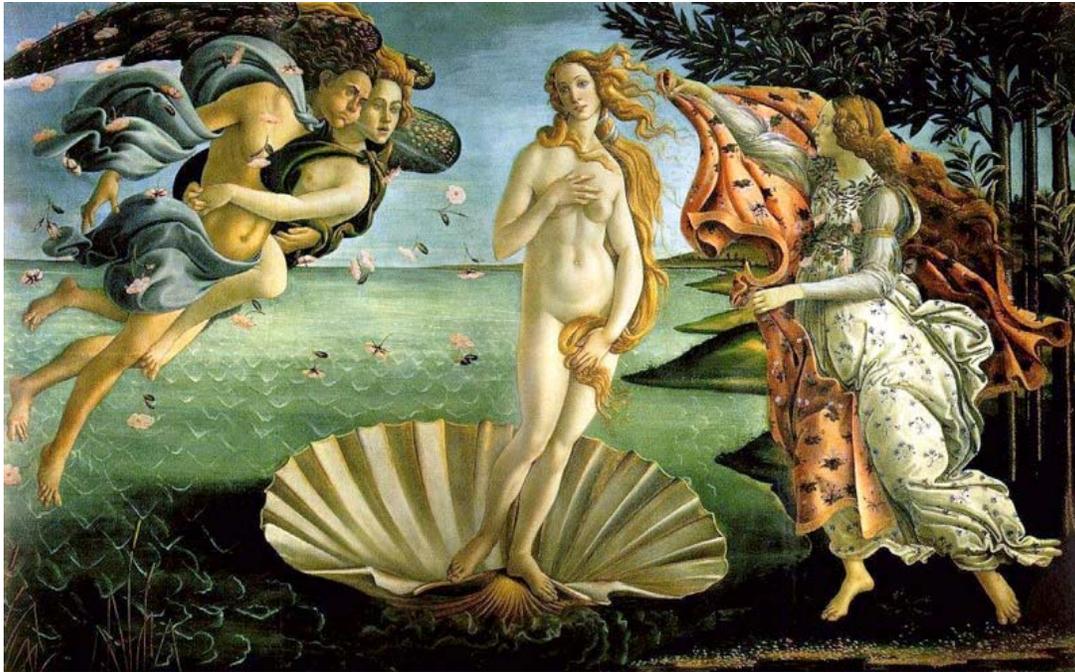


Show Me The Monet, Banksy, 2005

www.gayartparodies.com es un sitio en internet creado por un artista llamado Centarus, quien desde 1995 ha estado trabajando imágenes tomadas de la web, que han sido tratadas en Photoshop. Según el sitio web, el objetivo de la realización de las parodias ha sido contrarrestar de alguna manera la ubicua presencia de la figura femenina en el arte durante siglos, y la forma en la que la figura masculina no ha sido reconocida por el arte serio. Las series estaban conformadas inicialmente por lo que el autor denominaba "Gender Bent", donde hacía un cambio de sentido de las obras al sustituir la figura femenina central de la pintura (Como la Olympia de Manet) por una figura masculina que generara la parodia. En el sitio, se contienen un total de 18 parodias en las que ha sido sustituida la figura femenina de la pintura original, desde Botticelli a Manet, y además de estas obras, hay 10 más en las que adicionó una figura gay masculina tratando de mantener la esencia de la pintura en la serie "Male Image Added".

Según el propio sitio, la página fue actualizada en febrero de 2007 y desde entonces no ha tenido movimientos. En el site se incluye un correo electrónico (Centaurpics@Yahoo.com) para contacto, con el que se solicitó mayor información al artista, sin recibir correspondencia hasta diciembre de 2012.

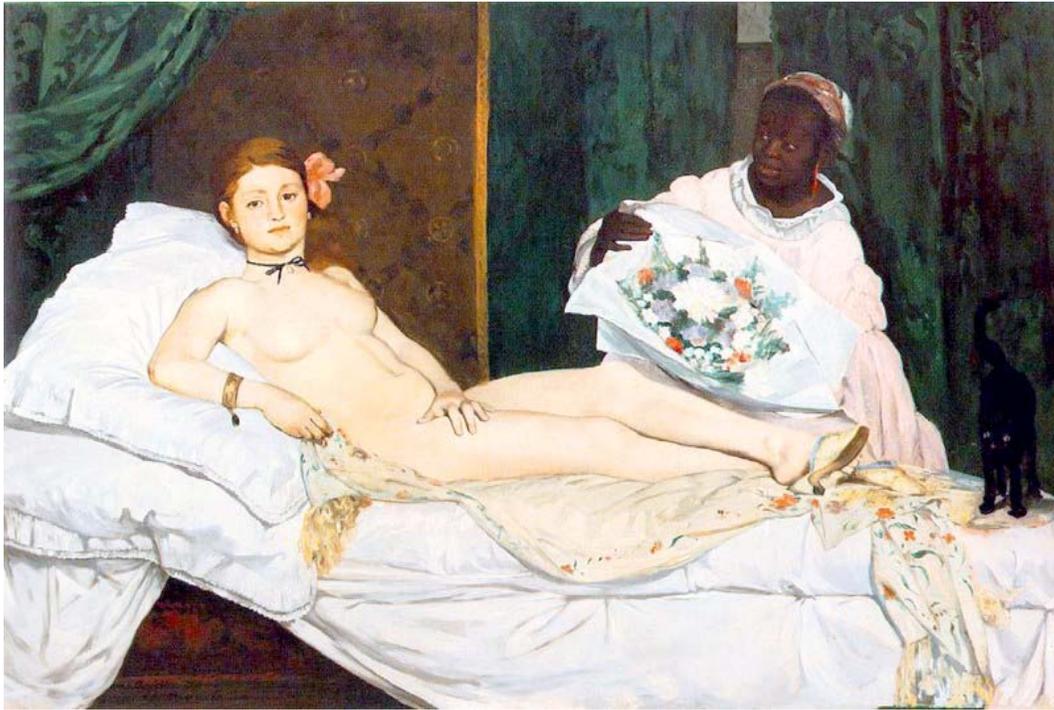
Para efectos de esta investigación, han sido tomadas 3 parodias de "Gender Bent" que a continuación se ilustran:



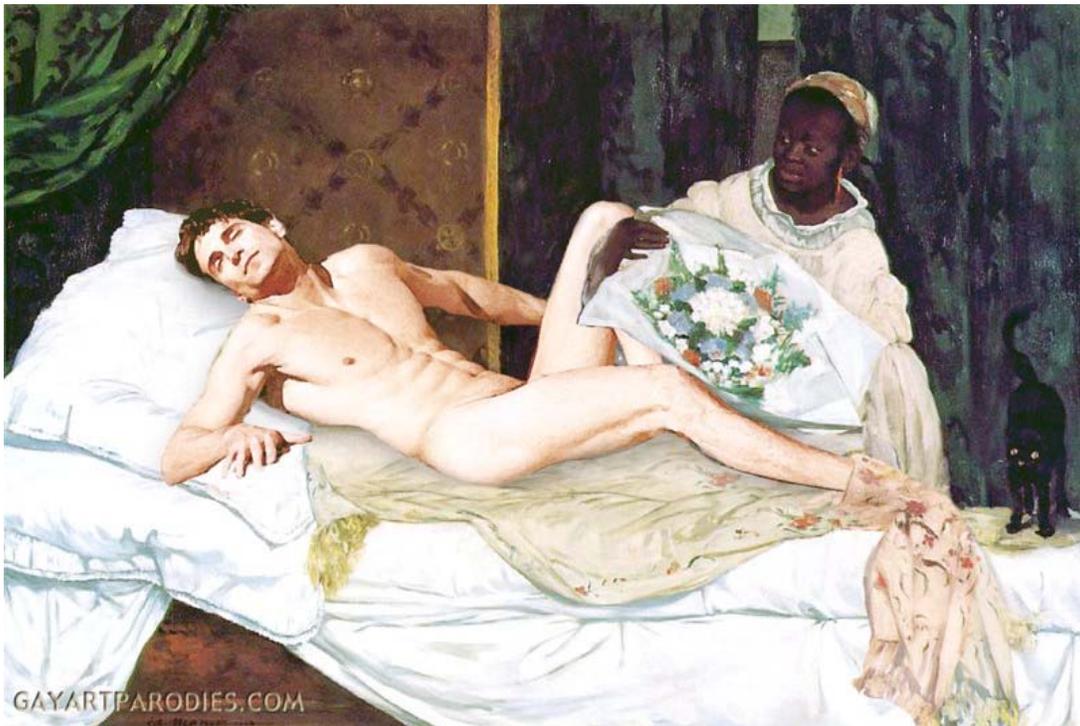
El Nacimiento de Venus, 1485. Botticelli.



Botticelli: Parody, Birth of Venus.



La Olympia, 1863, Manet.



Manet Parody, Olympia.



La Terrasse de San Andrés, 1867, Manet.



Monet: Parody, Terrace at Saint Adresse

Estos son solo algunos ejemplos de la forma en la que ocurre el humor de la parodia, un humor que siempre contiene un juicio crítico, y que no busca disimular sus referencias, todo lo contrario, quiere mostrarse tal cual es, una escritura de un mensaje potenciado por el sentido humorístico.

Como se ha mencionado anteriormente, se hace uso del humor no por la risa misma, sino para que mediante la risa sea mucho más claro el juicio crítico de la nueva versión.

LA SEDUCCIÓN DEL HUMOR DE DANIELA EDBURG.

Hablar de la obra de Daniela Edburg, es hablar de un trabajo tan reciente, que la mejor forma de explicarlo es mediante la viva voz de la autora, es por esto que no se encontró mejor manera de hacerlo más que ponerse en contacto con ella y que la explicara. Así, este capítulo se ha construido, casi en su totalidad, gracias a las dos conversaciones presenciales que se tuvieron con la artista en su estudio de San Miguel de Allende, Guanajuato, los días 17 de Diciembre de 2009 y el 12 de Noviembre de 2012, en donde ella, de forma amable y abierta, compartió la información que aquí se vierte.

Daniela Edburg, nació en Houston, Texas, en 1975, es una joven artista egresada de la Academia de San Carlos que ha utilizado a la parodia como una de sus líneas creativas. Dentro del trabajo que realiza, se encuentran el diseño digital, el tejido, la instalación y una notable inclinación hacia la producción fotográfica. Sin embargo, antes de decidirse por el arte, intentó estudiar periodismo en la escuela Carlos Septién García durante una estadía muy corta. Su gusto por las disciplinas artísticas se inició desde muy joven cuando comenzó a escribir historias, sin embargo, su gusto por escribir se vio delegado cuando supo que podían estudiarse las artes visuales como carrera profesional.

Así optó por aplicar a la Escuela Nacional de Artes, y en cuanto fue aceptada, abandonó su carrera anterior. Su paso por la formación profesional le hizo conocer diferentes técnicas que al final aplicaría en su documento de titulación. Como parte de su tesis de licenciatura, Edburg produjo 5 fotografías que formaban parte de lo que ella llama “Muerte Glamorosa”, donde buscaba simular la muerte de sus modelos –todas amigas suyas, salvo una pieza protagonizada por un hombre- por someterse al contacto de productos y/o aparatos de consumo masivo, dando vida a lo que posteriormente se convertiría en la serie “Drop Dead Georgeous”.

Originalmente, estaban contempladas para ser una serie de pinturas donde pudiera combinar un discurso de consumo masivo, fusionado con el publicitario y el mediático, buscando desarrollar una estética pop mediante la exageración de la realidad. Sin embargo, la pintura no le permitía desarrollar el tipo de textura que buscaba, y ante esta imposibilidad, decidió probar con la fotografía, a pesar de no estar especializada en el área, ni tener el equipo que profesionalmente requería, para así llegar al tipo de discurso que le interesaba.

Al inicio, no tenía claro el alcance de su veta creativa, sólo quería desarrollar un discurso sobre la muerte, y que después mutó para tomar referencias sobre algunas pinturas y trabajarlas en remake. La razón por la que la obra se fue extendiendo obedeció al interés por parte de sus amistades por participar en sus piezas, y la insistencia del mercado en que la línea creativa se prestaba para más. Fue así que de 5 piezas, la serie pasó a estar compuesta de 20, todas vendidas y/o como parte de colecciones.

La serie está compuesta cronológicamente de las siguientes piezas:

- Death By Toaster. (2001).
- Death By Shampoo. (2001).
- Death By Nutella. (2001).
- Death By Apple. (2001).
- Death By Blowdryer. (2001).
- Death By Sweetener. (2004).
- Death by Laundry. (2004).
- Death By Gummi Bears. (2005).
- Death By Miss Clairol. (2005).
- Death By Cake. (2005).
- Death By Tupperware. (2005).
- Death By Bananas. (2005).
- Death By Oreos. (2006).
- Death By Depilation. (2006).

Death By Saran Wrap (2006).
Death By M&M's. (2006).
Death By Slim Fast. (2006).
Death By Cotton Candy. (2006).
Death By Lifesavers. (2006).
Death By Coffee. (2006).

En cada una de sus piezas, el humor fue una consecuencia, casi un efecto de la sintaxis (como se verá más adelante) provocado por la totalidad de sus imágenes, pues en las primeras aún no se alcanzaba a leer el alcance de las mismas (Death By Toaster, Death By Shampoo, Death By Nutella, Death By Apple y Death By Blowdryer). Tuvieron que pasar cinco años para que la serie tomara todas sus proporciones, casi un efecto de añejamiento en el que tras un proceso normal de maduración, cada una de sus fotografías potenciaría su significado primario.

Drop Dead Gorgeous, la seducción del simulacro humorístico.

Existen varias formas en las que se pueden abordar las imágenes de "Drop Dead Gorgeous". El tratamiento puede hacerse como fenómeno estético, como camino creativo, como arte y feminismo. Particularmente para esta investigación, las imágenes se explicarán en su composición y posteriormente como un proceso seductivo/humorístico/paródico. En cuanto a su explicación compositiva, Barthes (1982) al inicio de su texto Lo Obvio y lo Obtuso, explica la manera en que se le da connotación al mensaje fotográfico. Habla del trucaje, la pose, los objetos, la fotogenia, el esteticismo y la sintaxis, como elementos fundamentales para dar significación a la imagen fotográfica. Cada uno de estos elementos aporta sentido para la construcción de la imagen.

En el caso de "Drop Dead Gogeous", las imágenes pasan por esos registros Barthesianos. El trucaje aún era análogo cuando se redactó el texto, sin embargo, la sofisticación digital le ha dado mayores facilidades a su construcción.

Cada una de las imágenes de Edburg posee, por lo menos, retoque y corrección de color, pero también, como en el caso de *Death By Bananas*, el trabajo en Photoshop permitió que la imagen se produjera con sólo tres cáscaras de plátano, mismas que, en la computadora se multiplicaron, esto obligado por una fobia real de la modelo a los vegetales. En *Death By Slim Fast*, *Death By Cake* y *Death by Coffee*, solo por citar algunas, Daniela buscaba una textura en la piel de las modelos que se asemejara a la piel de las mujeres que parece en publicidad, por lo que recurrió al retoque digital para lograrla.

Podríamos afirmar que *la pose* se explica sola en *Drop Dead Gorgeous*. La manera en la que Daniela dispone el cuerpo de sus modelos, aportan casi la totalidad de la significación que se articula con la imagen lingüística colocada en el título de la obra, para así entender su funcionamiento. En *Death By Shampoo*, *Death By Oreos* y *Death By Slimfast*, que tiene una referencia directa a otras obras, y sólo por mencionar algunas, Edburg cuidó la pose con mayor énfasis, para que la lectura de la fotografía en relación con su antecedente fuera inmediata. En “*Drop Dead Gorgeous*” la pose significa a la muerte, la muerte significa a la pose.

En referencia a *los objetos* que aparecen en cada una de las fotografías de Edburg, éstos fueron cuidadosamente seleccionados para otorgar significación a las piezas, muchos de los escenarios fueron locaciones prestadas por amigos, la casa de su abuela como en *Death By Nutella* o las casas de las modelos. En referencia a *Sweetener*, la construcción fue un tanto al azar; no se tenía como tal una idea de imagen a desarrollar, pero se fue haciendo con los elementos que existían en el cuarto de la modelo, incluidos los sobres de Canderel, lo cual da al traste la idea del feminismo y la crítica al consumo que regularmente se asocia a las imágenes de Edburg, pues en realidad la fotografía se construyó, literalmente, por generación espontánea. El vestido en *Death By Bananas*, fue escogido de tal manera que su configuración fuera lo más parecida al de la protagonista de “*The*

Birds” de Alfred Hitchcock; total, que los objetos también son protagonistas en “Drop Dead Gorgeous”, como elementos fundamentales para su significación.

La fotogenia Barthesiana (1982) se refiere al embellecimiento de la imagen en la imagen misma. Su connotación está en su captura y en su pos-captura, generando una estructura informativa provocada por la iluminación, la impresión y la reproducción. La fotogenia es el truco técnico que está en la imagen sin estar en la imagen. Por ejemplo, la impresión en Drop Dead Gorgeous, va de la técnica cromogénica de 2001 a 2004 y de 2005 a 2006 en digital, derivando esta última en una potencia de color que no poseen las primeras imágenes de la serie, que bien podrían calificarse, literalmente, de análogas. Cada una de las fotografías de la serie fue impresa siete veces a dos tamaños distintos, lo cual también incorpora una noción de sintaxis que más adelante se revisará.

Por su parte, *el esteticismo* es definido por Barthes (1982) como ese momento en el que la fotografía se vuelve pintura, debido a su composición y su paleta de colores, elementos que son fundamentales para que la imagen se defina a sí misma como arte. Esta fase, casi final del proceso de connotación, depende de todas las anteriores. El grado de esteticismo, el tratamiento que como tal se le da a la fotografía, pensándola como si se tratase de una pintura, por sus objetos, sus colores, sus poses, sus trucos y su fotogenia, permite desarrollar un concepto embellecido por la adición de cada uno de los elementos antes mencionados. La fotografía convertida en arte y el arte convertido en fotografía mediante su estereotipo estético. En el esteticismo, la fotografía remite a la idea de una pintura, y si además esta idea se ve potenciada por ser una parodia de una pintura, el efecto es fatal.

Por último, Barthes (1982) no sólo aprecia la imagen en su dimensión individual, sino como parte de un todo, un todo que permite un carácter sintáctico en su realización. Edburg regularmente se rige por series, a diferencia de otros autores que prefieren hacer sólo una imagen por cada concepto. En el caso de

“Drop Dead Gorgeous” y la sintaxis Barthesiana, la cantidad de imágenes que comparten el mismo concepto, permiten una lectura discursiva individual y colectiva derivada de la seriación, y no tanto por cada uno de los elementos como por su encadenamiento conceptual. Tal y como menciona Barthes (1982), es la secuencia y sólo la secuencia, lo que permite la gracia sintáctica mediante la repetición, cosa que no todas las imágenes, por sí solas, pueden lograr. Daniela lo logra en esta exploración numérica, esta potencia que genera un macro-significado compuesto por varios micro-significantes.

En cuanto al fenómeno seductivo en “Drop Dead Gorgeous”, éste se da por dos razones que casi son una sola. En primera instancia, se trata del efecto provocado por re-ejecutar una obra conocida, lo cual incluye productos de consumo muy populares, y tratamientos estéticos también públicos; esta parodia, provoca que devenga la risa desde cualquiera de los ángulos en que se lea la imagen, que son al mismo tiempo las razones de ejecutar un tipo de discurso fácilmente reconocible:

1.- Porque resulta familiar y/o fácilmente reconocible la obra que se está parodiando.

2.- Porque resulta familiar y/o fácilmente reconocible el producto de consumo masivo que aparece en la pieza y que supuestamente provoca la muerte.

3.- Porque resulta familiar y/o fácilmente reconocible el tratamiento estético que se le da la imagen.

4.- Por todas las combinaciones que se pueden dar entre los elementos anteriores.

Daniela Edburg (2012) habla de dos tipos de referencias que aparecen en sus obras, las directas y las indirectas. Cuando se refiere a las directas, significa que se trata formalmente de una parodia de otra obra, y que las piezas fueron concebidas desde sus orígenes como un intento de remake. Las referencias indirectas son resultado de la incorporación de signos que no pertenecen a una entidad única, sino a una forma codificada de discurso sin una manifestación particular, donde la significación está en todo el discurso, no solo en una de sus formas.

Las piezas de “Drop Dead Gorgeous”, que pertenecen al rubro de las referencias directas son:



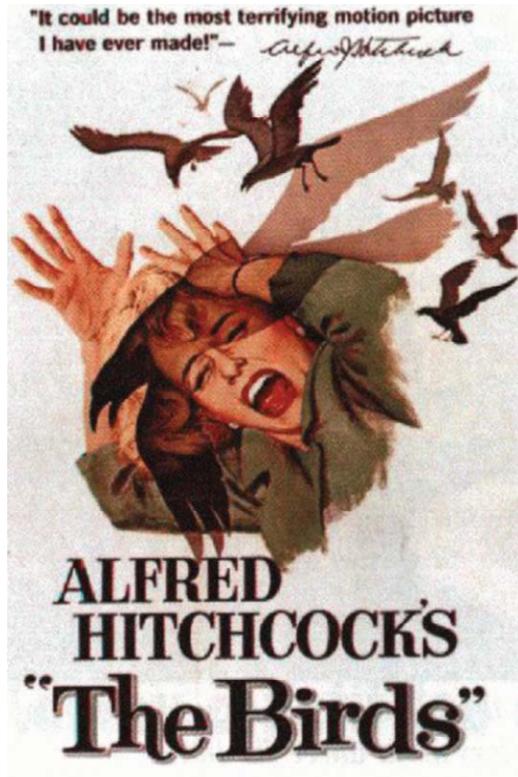
Death By Shampoo, 2001.



La Muerte de Marat, 1793, Jacques-Louis David.



Death By Bananas, 2005.



The Birds, 1963, Afiche de la película.



Death By Oreos, 2006.



La Madre de Whistler, 1871, James Whistler.



Death By Slim Fast, 2001.



La Gran Odalisca, 1814, Dominique Ingres.

En el caso de estas fotografías, fueron concebidas para ser una re-versión de su antecesor. ¿Qué es lo que resulta seductor en las imágenes? La forma en la que el humor provoca la voluntad del observador, y su obvia dimensión de simulacro-artificio. Al tratarse de imágenes que se encuentran impregnadas en la memoria colectiva, generan una empatía inmediata con la obra. No necesitan muchas explicaciones, se ven, se leen, provocan la risa y listo. El humor deviene por esa ambivalencia de estar muerto pero no estar muerto y porque lo que no mata resulta homicida.

Las referencias indirectas en “Drop Dead Gorgeous” podrían no ser tan indirectas, definitivamente pertenecen a un tipo de código discursivo de fácil lectura debido a su popularidad, pero carecen de un referente total, aunque se concibieron, en palabras de Edburg, a partir de las líneas creativas y discursivas de la publicidad, los productos de consumo masivo, Cindy Sherman, David LaChapelle, el pop en general y la memoria iconográfica mundial.

Si se permitiera un gesto entre las referencias expuestas por Edburg, podrían existir también las referencias semi-directas, las cuales no siguen el trazo de una obra total, pero sí un sentido parcial-directo.

Las obras de referencia semi-directa son:



Death By Apple, 2001.

En esta imagen se buscó hacer una referencia a Blancanieves, por lo que la pose de la manzana y el cadáver eran fundamentales para conseguir ese efecto.



Death By Gummi Bears, 2005.

Esta pieza es de las pocas en las que la mujer es víctima de las circunstancias, no de sí misma y sus excesos. La referencia va sobre el filme "Marabunta", de 1998.



Death By Tupperware, 2005.

Daniela Edburg explica que en esta imagen hacía una referencia a las películas de Serie-B, particularmente a la cinta “Creature from the Black Lagoon” de 1954.



Death By Cake, 2005.

Esta imagen tiene una doble referencia. Por un lado se trata que los colores, el vestuario y la utilería remitieran a la publicidad de la caja de harina para pasteles Betty Crocker, y por otro lado al suicidio de Sylvia Plath, quien metiera la cabeza en el horno de su casa para provocarse la muerte.



Death By Lifesavers, 2006.

Quizá esta fotografía necesite de una lectura más profunda para percibir que la autora quería hacer una “Ofelia” (Millais, 1852), que por cuestiones de la locación no terminó por aterrizar.



Death By Cotton Candy, 2006.

Una de las películas favoritas de Edburg es “El Mago de Oz”, y aquí hace una versión de la escena del tornado.

Finalmente, las obras de la serie que no tienen como tal un referente particular, sino un tipo de codificación discursiva, son las siguientes:



Death By Toaster, 2001.



Death By Nutella, 2001.



Death By Blowdryer, 2001.



Death By Sweetener, 2004.



Death By Laundry, 2004.



Death By Miss Clairol, 2005.



Death By Depilation, 2006.



Death By Saran Wrap, 2006.



Death By M&M's, 2006.



Death By Coffee, 2006.

El efecto de seducción que provocan estas últimas imágenes es debido a la familiaridad de los productos que aparecen en ellas, y a su manifiesta simulación, a su artificialidad. Son una referencia no directa a una obra en específico, pero sí a la publicidad, a su textura, a los múltiples programas de televisión sobre escenas de crimen, incluso a la misma idea colectiva que se tiene de la muerte, el homicidio y su puesta en escena.

De la misma manera que las otras imágenes que componen la serie, éstas últimas contienen el humor por ese cambio de sentido que se genera al ver que algo que no es capaz de matar, pueda hacerlo. Al final, el efecto sintáctico contagiado por las otras piezas, llegan a estas, las tocan, comparten ese efecto dominó, esa avalancha que al final permite la lectura de toda la serie como un instrumento humorístico del arte contemporáneo, un instrumento de doble filo, el de la seducción y el del humor, que es su aliado.

Vania Macías Osorno (2009) explica el fenómeno seductivo de “Drop Dead Gorgeous” de la forma siguiente:

Daniela Edburg además construye conexiones personales y emocionales dentro de sus fotografías, logrando con ello intensificar la seducción por medio de un juego de identidad; el humor, lo lúdico, lo retro, la simpatía y las imágenes ya vistas ofrecen un mundo amable y familiar que nos gustaría compartir.

Todas estas características creativas dan como resultado en el espectador, un sentimiento de empatía y un sentido de identidad con la autora y sus modelos. (p. 59)

La obra de Daniela Edburg, recepción crítica y aceptación mediática.

Macías (2009) afirma también que muy a pesar de la presencia internacional y su crecimiento en el mercado del arte, las críticas que existen acerca del trabajo de Daniela Edburg son prácticamente nulas o carentes de seriedad. De la misma forma, a manera de reflexión, se pregunta si esto se deberá a la dificultad de los críticos para abordar una obra de manufactura tan reciente y que además se desliza en la superficialidad, la frivolidad y la mera celebración de placeres, tal y como asegura Vania Macías (2009). Esto también lo reconoce la autora (2012); que ha tenido mucho éxito pero pocos textos críticos que aborden su trabajo de manera seria o con un acercamiento atinado.

A propósito de lo anterior Macías (2009) afirma:

Daniela Edburg, se permite reír y gozar con franqueza de los deseos, la belleza y los placeres que a pesar de todo, están presentes y son producto de esta sociedad decadente. Pero al parecer predomina, dentro de la literatura y la crítica de arte, una desconfianza hacia la producción artística que no emite voces de inconformidad, lamento, denuncia y reclamos de justicia; y es por ello que para algunos analistas resulta inmoral hablar de lo aparentemente superfluo, de los deseos profundos e individuales y mucho más banal, hablar del placer. De esta forma la obra de Edburg genera una ambivalencia entre la crítica y la movilidad de su obra - tanto en el campo artístico como el mediático -, pues su fuerte presencia y constante circulación dentro de dichos campos se enfrenta a un abandono en la literatura crítica. La resistencia al goce llamado inmoral impide el equilibrio.

(p. 8)

En la charla sostenida con Edburg en 2012, abiertamente se le preguntó la manera en cómo percibía el éxito entre sus series y la forma en la que éstas habían sido recibidas por el mercado y la crítica, sobre todo para corroborar si existía una relación entre la seducción del sentido del humor provocado por la parodia, en comparación con otros de sus trabajos que no poseen una inclinación lúdica. La autora reconoce que el éxito que actualmente tiene en el mercado del arte, su presencia internacional y todo lo derivado de esto, es en gran parte gracias al impulso que le dio “Drop Dead Gorgeous”, una serie totalmente vendida y que hasta la fecha posee mucha demanda. Es la serie por la que se le reconoce, la más compartida en la red, y que incluso ha sido objeto de uso ilegal para hacer publicidad de talleres artísticos que ella no imparte ni tienen nada que ver con ella formalmente.

También afirma que de todas las fotografías de la serie, hay unas favoritas por parte del espectador, una es Death By Cotton Candy y la otra es Death By Nutella, curiosamente, dos piezas que no tienen una referencia directa a una entidad total, pero sí dos productos de consumo por demás conocidos y consumidos, lo cual pone a pensar sobre si el espectador conocerá las referencias de las otras obras que sí son citadas y sólo prefiere estas por la empatía del producto. Edburg asegura incluso que, de las dos, la pieza que posee mayor empatía con el público es Cotton Candy, y piensa puede deberse a la fuerza del color rosa en su paleta.

Para efectos de esta investigación, también se consideró importante saber si la autora concebía al humor como parte fundamental del éxito que ha tenido con “Drop Dead Gorgeous”, particularmente con la intención de averiguar si efectivamente este proceso empático de las imágenes, funcionaban como publirrelacionistas entre el espectador y la obra. Edburg (2009), asegura que:

Para mí lo de la risa, que cada vez estoy prescindiendo más del elemento humorístico, originalmente, yo creo, tanto para mí como en el momento en que estás produciendo algo con lo que te vas a exponer, digamos, era más sencillo irte por el lado humorístico, me gustaba mucho enseñar mis imágenes y que la gente se riera, porque inmediatamente estableces un diálogo con el espectador, y creo que eso me interesaba, pero es un diálogo que es muy sencillo, no sé, es muy inmediato y se queda, a lo mejor, en lo superficial. (Comunicación Personal).

Total que efectivamente, el humor, pero sobre todo la familiaridad de las imágenes en ese humor, es lo que ha dado trascendencia a “Drop Dead Gorgeous”. Como ya se ha venido demostrando a lo largo de esta investigación, la risa genera un diálogo inmediato entre el objeto y el sujeto, el objeto paródico seduce al sujeto empático. La familiaridad abre todas las puertas.

CONCLUSIONES

El objetivo principal de esta investigación es buscar las colindancias entre la seducción y el sentido del humor para poder explicar de esta manera la serie fotográfica “Drop Dead Gorgeous” de Daniela Edburg.

Originalmente, el objetivo se perseguiría desde la óptica de Baudrillard en “De la Seducción” y Bergson en “La risa”. En el desarrollo, se fueron adicionando textos que sirvieron para potenciar el abordaje de la obra, como el caso de “A Theory of Parody” de Linda Hutcheon, que no estaba considerado, pero que llegó para re direccionar la orientación de la investigación y aportar mucha fuerza para explicar la obra.

Parte de las conclusiones está en el entendimiento del concepto de seducción. Culturalmente, éste ha sido considerado casi como un efecto de hipnosis en el que se envuelve al otro y se le obliga a actuar de una forma contraria a su voluntad, regularmente con fines sexuales. Nada más equivocado. Desde la percepción de Baudrillard, sólo los objetos tienen la capacidad de seducir, pues no desean. Con esto se explica que sólo son capaces de seducir aquellas entidades que están consumadas, que no desean nada, que son lo que son y lo aceptan como tal y que no aspiran a ser otra cosa. Entonces la seducción se vuelve un desafío que tiende a la reversibilidad, al doble flujo entre entidades donde una desea la posesión de la otra, que no desea, pero la seducción no modifica la voluntad, en todo caso la detona, dispara en el otro un deseo por la posesión del objeto.

Curiosamente, en el sentido del humor también se manifiesta reversibilidad, por lo que también posee el mismo movimiento de la seducción. El sentido del humor y lo cómico detonan la voluntad del otro, un interés, un deseo de posesión sobre lo que le hará reír.

En lo humorístico existe además otro movimiento: la ambivalencia. Consiste en que un mismo objeto puede tener dos posibilidades de valor, ese ejercicio de ambivalencia es lo que se vuelve cómico y ese movimiento también es seductor.

Ahora bien, si una entidad que no desea, una entidad consumada además es capaz de manejar el sentido del humor y su funcionamiento, estaremos en presencia de una entidad de seducción potenciada, porque en sí misma posee todos los movimientos que permiten la seducción y, por ende, una doble provocación de voluntades.

Es aquí donde entra el ejercicio paródico. La parodia al ser un ejercicio de reescritura con la intervención del sentido del humor que retoma un texto (registro) y lo transforma adicionando un elemento que resulte cómico, también es una entidad seductora. La seducción está en toda entidad que aspire y sepa ejecutar la reversibilidad y la ambivalencia.

El encanto que además tiene la parodia radica en que por definición intertextual es el usuario quien de manera voluntaria, aleatoria y en la medida de sus capacidades, lee el ejercicio paródico. La voluntad de la parodia y la voluntad del humor suman la voluntad de lo seductivo construyendo una nueva entidad que resulta fatal.

El trabajo de Daniela Edburg tiene justamente esa combinación. “Drop Dead Gorgeous”, de Daniela Edburg, es una invitación participar, no a venerar la obra, es una entidad acabada, es un chiste que se ríe solo, que está esperando un cómplice, y en esa condición se le recibe con mucha mayor facilidad. Como afirma Vania Macías: con Daniela Edburg el relato de muerte y suicidio no pertenece a lo trágico de lo real, sino a la seducción del artificio y el sentido del humor.

La obra de Edburg, al aparentemente carecer de profundidad, todo es disfrute y desplazamiento. Seduce por su posibilidad de secreto, porque en el interior de la obra, de forma vicarial, se oculte algo que no está a simple vista y que es el espectador quien decide si está o no, a partir de sus registros textuales, y no es la muerte, sino la muerte simulada en la vida, la muerte simulada y cometida por objetos que no suelen causar la muerte lo que resulta cómico y en consecuencia seductivo.

Es un artificio, y el arte según Baudrillard (2007), nunca fue un asunto de verdad sino de ilusión, ilusión contenida en una obra que funciona sola para un espectador poco avezado y que potencia sus fuerzas con las referencias para un espectador que tiene la capacidad de leer todas sus capas.

¿Por qué la serie de Edburg es seductora?

1.- Porque resulta familiar y/o fácilmente reconocible la obra que se está parodiando, y ahí está la reversibilidad.

2.- Porque resulta familiar y/o fácilmente reconocible el producto de consumo masivo que aparece en la pieza y que supuestamente provoca la muerte, y ahí están presentes la reversibilidad y la ambivalencia.

3.- Porque resulta familiar y/o fácilmente reconocible el tratamiento estético que se le da la imagen. Reversibilidad y ambivalencia.

4.- Por todas las combinaciones que se pueden dar entre los elementos anteriores. Reversibilidad y ambivalencia.

“Drop Dead Gorgeous” es entonces una obra de seducción potenciada. Su fuerza radica en:

1.- Su condición de objeto consumado.

- 2.- Su condición de objeto humorístico.
- 3.- Su condición de objeto paródico.
- 4.- La posibilidad de que su lectura se haga desde uno o todos los niveles anteriores.

Convirtiendo a toda la serie en una entidad seductora por sus relaciones estructurales como mensaje fotográfico en el sentido Barthesiano (1982), porque contiene objetos, poses, trucajes, fotogenia, esteticismo y sintaxis que la nutren como mensaje y como arte, potenciando exponencialmente sus fuerzas.

Se concluye entonces que efectivamente, el humor seduce, pero no es toda la fuerza de un objeto. Los alcances de la seducción serán mayores dependiendo de los cruces transdisciplinarios y/o intertextuales de los que se componga el objeto. El objeto no lo logra por sí mismo, sino que depende de la construcción que el sujeto haga del objeto, una construcción semántica, semiológica, compuesta de estructuras y de cruces que hagan más fuerte su valor de atracción.

BIBLIOGRAFÍA

- Apollinaire, G. 2006. Aventuras de un joven Don Juan. Ediciones Coyoacán, México, D.F.
- Barthes, R. 2001. La Torre Eiffel. (Sociedad, imaginación, publicidad). Paidós Comunicación, Barcelona. España.
- Barthes, R. 1982. Lo Obvio y lo Obtuso. Paidós Comunicación. Barcelona, España.
- Barthes, R. 1975. El Placer del Texto. Siglo Veintiuno Editores, México, D.F.
- Baudrillard, J. 1981. De la Seducción. Cátedra, Madrid, España.
- Baudrillard, J. 1984. Las estrategias fatales. Anagrama, Barcelona, España.
- Baudrillard, J. 2000. Contraseñas. Anagrama, Barcelona, España.
- Baudrillard, J. 2007. El Complot del Arte. Amorrortu, Buenos Aires, Argentina.
- Baudrillard, J. 1997. El otro por sí mismo. Anagrama, Barcelona, España.
- Baudrillard, J. 2008. El pacto de lucidez o la inteligencia del mal. Amorrortu, Buenos Aires, Argentina.
- Bergson, H. 1973. La risa, ensayo sobre la significación de lo cómico. Alianza Editorial, Madrid, España.
- Buss, D. 2010. ¿Por qué las mujeres quieren sexo? Ediciones B, Querétaro, Qro.

- De la Borbolla, Ó. 2004. La risa en el abismo. Nueva Imagen. México, D.F.
- Greene, R. 2001. El Arte de la Seducción. Océano, México, D.F.
- Gubern, R. 2000. El Eros Electrónico. Taurus, México, D.F.
- Hutcheon, L. 2000. A Theory of Parody. University of Illinois Press,
New York, USA.
- Kierkegaard, S. 1984. Diario de un Seductor. Fontamara, México, D.F.
- Lipovetsky, G. 1986. La era del vacío. Anagrama, Barcelona, España.
- Lipovetsky, G. 1990. El imperio de lo efímero. Anagrama, Barcelona, España.
- Loschi, A. 2000. El humor, lo cómico y la risa. La Peste, Buenos Aires, Argentina.
- López M. 13 de mayo de 2012. La Malévola Elegancia de Daniela Edburg.
Domingo, No. 23, El Universal. Mexico, D.F.
- Macías, V. 2009. Momentos de Indulgencia. UNAM, México, D.F.
- Ratner, J. 1966. Psicología y psicopatología de la vida amorosa. Siglo veintiuno
Editores. México, D.F.

APENDICE

Entrevista a Daniela Edburg.

D.E.: ...Y esto te lo digo ya en retrospectiva, en el momento tampoco lo concientizo mucho cuando voy haciendo las cosas. Obviamente ya después te vas dando cuenta como de que siempre trabajas de la misma manera, sobre los mismo temas y ya vas encontrando como hilos conductores que le dan sentido a toda la obra, pero esta serie que te interesa justamente fue como el principio, cuando empecé ya a trabajar ya en algo más en serio. Toda la carrera, yo pintaba y nunca estudié foto ni nada, y esta fue la razón por la que empecé a hacer foto. El proyecto originalmente era de pintura, iban a ser 5 cuadros y lo que yo pensaba era agarrar, no lo tenía muy claro, pero quería sacar referencias de cuadros que por alguna razón a mi me encantaban, y se me habían quedado grabados, pero que tenían un lado grotesco en primera instancia, y luego al final acabé haciendo esto más como de la muerte glamorosa.

O.M.: De hecho hay, por lo menos distingo dos que si hay una referencia a las otras pinturas. La de oreo y la de Shampoo,

D.E.: Sí, exacto... y la de Slim Fast también. Eso en realidad, el primer cuadro que quería hacer era una muerte de Marat, como una versión actualizada, como un remake, pero no tenía muy claro que quería hacer Muerte por Shampoo ni nada, y bueno, se fue desarrollando el proyecto, al final cambió mucho a mi proyecto de tesis, porque se convirtió en primer lugar, y todo desde un punto de vista muy personal. Obviamente era una tesis, no se trataba de hacer un tratado de la muerte, ni de la relación entre muerte y fotografía, porque son temas súper extensos, pero sí, todo empezó a tener un significado especial dentro de mi proyecto, para mí. Para mí fue un trabajo muy redondo y el mismo tema, uno de los capítulos es la muerte en la fotografía, la muerte como parte inherente del medio que es la fotografía me fascinó, la fotografía como medio, y también lo que me gustó mucho de la foto es que tenía yo este elemento que parecía cinematográfico por un lado y también publicitario. Entonces me permitía una

estética que yo nunca había logrado en la pintura y que en realidad era la estética que a mí siempre me había interesado, porque de pintura lo que me gustaba más era el pop, ¿no?, entonces de todas maneras mi tendencia estética siempre se va hacia lo que aparentemente puede ser muy superficial, ¿no?, pero como con todas las capas que implica; eso me interesa mucho. Entonces digamos que de esto, ahí se empezó a definir el estilo, al menos en las siguientes dos series, el estilo que estuve manejando, pero ahorita a lo mejor estoy haciendo cosas diferentes.

O.M.: ¿Conoces el trabajo de Andrés Serrano? Es un newyorkino que toma fotos de cadáveres en la morgue.

D.E.: Ah sí, sí.

O.M.: Tiene por ahí Piss Christ...

D.E.: Sí, sí, sí, esa es la que conozco yo, el Cristo sumergido en pipí, por eso me suena muchísimo.

O.M.: La pregunta va más por el lado de que muchos de los nombres de tus obras, cuando expuse, un compañero lo mencionó; ya habíamos tenido el primer contacto por correo electrónico y te comenté que si existía la oportunidad de conocernos, un compañero comentó que te preguntara si existía alguna relación, y si conocías el trabajo de Andrés Serrano, porque muchas de las piezas de Serrano, de los nombres de las piezas de Serrano, tienen que ver con esta cuestión de la muerte, y de hecho es Death by X cosa...

D.E.: ¿Ah sí? No, no sabía.

O.M.: Tiene varias: veneno de ratas, meningitis...

D.E.: Pero son ¿Cadáveres que murieron por eso?

O.M.: Exacto, que de hecho mi primer trabajo con esta cuestión de la muerte, fue hacer un enfrentamiento entre Daniel Alvarado del *Alarma*, contra las fotografías de Serrano, porque en realidad técnicamente, teóricamente, no hay diferencia, ¿No? Solamente era como una duda.

D.E.: Ya, sí, no sabía. Sí conozco el Cristo.

O.M.: Es lo que mencionas, está muy en boga trabajar sobre la muerte, y a mí me interesa eso, trabajar desde esta cuestión irónica. Comentas entonces que es a partir de la tesis que comienzas a desarrollar esta línea creativa...

D.E.: Sí, sólo que sí cambió mucho, o sea, de 2001, bueno, terminé lo de la tesis y luego me puse a hacer otras cosas, hice una serie de vírgenes y santas cotidianas. Hice esta serie de estas fotos, que era como foto collage...

O.M.: Que también me preguntaban de Lachapelle, que si te gusta el pop...

D.E.: Sí, de hecho sí es una referencia en mi tesis, lo usé como referencia y a Cindy Sherman; que aparte te digo, que yo nunca estudié foto, o sea, para mí cuando empecé a hacer mi tesis fue como empezar a adentrarme en este mundo y aparte yo ya había hecho las fotos cuando empecé, o sea, hice las fotos y luego empecé a escribir todo el texto. A partir de las fotos, y entonces, no sé, fue como muy... vas viendo de dónde vienes, y dices: *ah claro, pues con razón las hice así*. Tengo como todo este bagaje que aunque no sea muy consciente, pues yo creo que todos lo traemos, y eso es algo que en toda la serie he tratado de recurrir a lo que te decía, al imaginario colectivo, que yo siento que es como una estética que todos tenemos más o menos implantada, aunque no sea completamente consciente, pero son como composiciones que has visto tanto, colores, que ya incluso son agradables simplemente porque es una combinación que ya es digerible, y fácil, y rápida, o sea, visualmente. Pero bueno las primeras cinco fotos

no. Las primeras cinco fotos fueron las primeras que hice y las hice sin mucho análisis conceptual en realidad, más que “ay, quiero tomar una foto aquí”, en la casa de mi abuelita, porque iban a desmontar el cuarto y tenía un papel tapiz muy bonito, la de Nutella, y en realidad lo de la Nutella fue más como “¿qué puede verse bien?” porque yo había pensado que fuera de chocolate o algo así, y fue Nutella porque en ese momento a mi me estaba gustando mucho la Nutella. Entonces fueron cosas bastante circunstanciales, luego empecé a hacer otras cosas y así, y en 2004 decidí retomar la serie porque estaba yo haciendo objetos, como estos juguetes, muertos y cosas así, y este, no sé, se lo enseñaba a gente y todos me decían “sí, pero están más padres las fotos, deberías hacer más, porque sí tienes para una serie de más de cinco fotos”, entonces dije “bueno, voy a hacerlo” como que cada foto tiene que tener su chiste, digamos, y entonces creo que se ve muy claro en la de Canderel, ya fue mucho más la intención de jugar formalmente con el producto, y entonces fue como el Canderel como qué podría ser. Digo, es muy sencillo, también, pero como que ya había la intención y también de la paleta de colores, y todo, como cuidar más, y ya, entonces me clavé mucho en que cada foto fuera un pequeño mundito.

Todas son mis amigas, entonces hablaba yo con cada una antes, la mayoría de las locaciones eran casas, esta por ejemplo Canderel, es la casa de *Chuky*, que es ella, y mucho es cuestión de coincidencia, y de usar las cosas que vas encontrando, o sea, sí junté muchos elementos sabía que quería que salieran en la foto, cosas que son mías, pero también llegando ahí, o sea, por ejemplo, las sábanas de la cama así era, de esos colores, y la alfombra también era azul y ella tenía esta peluquita rosa, sabes, como que había muchas cosas que sólo se iban juntando. Y bueno, luego fue muerte por gomitas, fue la única de esta serie que me salí a exterior, y algo que pasó, porque estaba yo pensando varias ideas, pero lo que me gustó de esta y que empezó a generar otra sub-rama de la serie, fue que ella era víctima de las circunstancias, no tanto de su propia obsesión por algo ni nada, y este si tenía un rollo más cinematográfico como Marabunta. Esta es Marabunta, y así, ¿no?, como que en cada foto buscaba que cada una tuviera su

propio giro, digamos, esta foto la tuve que tomar varias veces, también me pasaba eso, que como técnicamente yo no sabía mucho, había que hacer reshoots, esta me gustó mucho más la primera foto que tomé, pero la que tomé primero el charco estaba súper bonito; y la idea era que fuera como una escena del crimen, más que otras, porque otras es más como el momento, pero el producto iba saliendo por una cuestión anecdótica o una cuestión autobiográfica a veces, aquí también por un pretexto de la locación -Pastel-, porque esta era la casa de un amigo, estaba en perfectas condiciones, entonces la quería usar como locación, entonces partiendo de la locación fue generar la idea de algo que pudiera pasar en un horno, y no sé, pensé un poquito como en Sylvia Plath, en el personaje de la mujer ama de casa de los cincuentas y partiendo de dos cosas generar una estética alrededor de eso y también definiendo paletas de colores. Esta -Death by Tupperware- es películas de serie B, que el monstruo se ve mal hecho, que se nota el truco. El gato es de la casa donde tomé la foto. Ella es una amiga, Aska, y la casa es de otro amigo, Artemio, y así está, como muy tirada y “sucita”, y aquí estaba la gata y lo que pasa es que yo armé el tentáculo para darle la texturita y le puse alga de sushi y le puse comida para gatos con pegamento y colorante vegetal, y entonces se hizo una pasta que olía a comida para gato muchísimo, y entonces el gato, toda la toma, todo el tiempo estaba ahí, yo creo que olía rico y aparte se movía así, ¿no?, entonces estuvo muy bien, porque el gato actuó muy bien. Esta es una que ya me choca, -Death by Bananas- porque aparte tampoco se me hace que sea tan buena. Ella es una amiga que tiene fobia a los plátanos y a las frutas y a las verduras en general. Me empezó a pasar eso, gente se me acercaba y me decía “quiero que me hagas una foto”. Ella era mi amiga que es muy amiga de otra amiga, pero después de hacer la foto ya nos hicimos amigas de verdad, porque es mucho planear, nos juntábamos varias veces, de qué podría ser, después en su casa, esto es en su casa, y cuando me contó que no come frutas ni verduras, dice ah pues tiene que ser algo así, y también vi que tenía la colección de Hitchcock, que era muy fan, entonces pues ya sé, pues esto.

O.M.: ¿Y en cuanto a la producción de esta foto? ¿Todas tienen retoque digital?

D.E.: Todas tienen retoque, porque tomaba la foto súper mal, ahorita ya sé tomar una foto bien, muy bien, trabajo sólo digital, estas primeras las hice con 35 mm – hasta Canderel-, esta ya la saqué de la serie, esta fue la primera que hice con una cámara digital que me compré, pero no era una cámara digital profesional, era como una camarita semiprofesional y la verdad medio mala, pero aprendí muchísimo en Photoshop cómo corregir, cómo retocar, la piel, y especialmente en esta de pastel tenía mucho ruido, que todo el resto de la foto me gusta, me gusta la textura, se me hace como una impresión de revista, como el grano, pero en su piel no la quería entonces retoqué muchísimo algunas partes y me gustó mucho el resultado porque después del retoque tenía todavía más este feeling de publicidad de los cincuentas, y me encantó. Ahora sigo retocando, para ciertos proyectos y cosas, sigo retocando un montón algunas cosas, para lograr un look más falso, las que tienen retoque así ya de truco son Bananas y Algodón de Azúcar, y la de Café donde la sombra era de otra foto; esta también fue un tornado –Algodón de Azúcar- chiquito, ahí mismo, en el mismo lugar de la toma, sin mover la cámara, nomás pones tus elementos y voy tomando. Hago eso muchas veces para tener diferentes opciones a veces de caras, si me gusta mucho la cara de una y el cuerpo de otra, si se puede, entonces aquí solamente tenía yo tres plátanos a la vez, con hilos, y esta sí es la que tiene más retoque digital. Son muchísimas capas, porque en algunas los plátanos eran por afuera, pero todo el tiempo con la cámara en el mismo lugar y ya luego vas juntando las capas, porque aparte ella de veras no podía estar en el mismo cuarto con el plátano porque sí les tiene fobia, y entonces, hice primero a ella, sola y ya después los plátanos, y entonces pensando en que fuera una serie decidí retomar algunas cosas que habían funcionado muy bien que yo sentía que habían funcionado muy bien de las fotos de la tesis, y mi favorita era Shampoo y quise hacer uno o dos remakes más y por eso hice Oreo y Slim fast, y entonces me fui basando en películas, esta es como “El Valle de las Muñecas”. Decidí hacer una de depilación, esta sí es como autobiográfico total, entonces le pedí a un hombre para que me posara, porque esta no salió bien, deberían notarse más los pelos. Esta no me gusta nada –Saran Wrap-. Estas ya

son con mi cámara nueva, y ya había aprendido más de iluminar y ya me había comprado más equipo, entonces aquí empieza a mejorar mucho la calidad fotográfica y técnica, más allá de la anécdota. Esta –Death by Lifesavers- es una que yo quería hacer, una Ofelia, pero no me quedó, o sea, la composición que yo buscaba no se pudo, y al final volteé la cámara, la impresión aquí está mal, los colores son muchos más intensos. Los *salvavidas* a mí no me gustan, la mayoría de las cosas que están aquí, son cosas que yo uso, me gustan, que por alguna razón sí tiene alguna relación conmigo o por la persona que sale, pero sí, *salvavidas* era más que nada por el título que era más absurdo, y también hay un cereal gringo que se llama “Life”, y había hecho una foto de mí con el cereal, “Muerte por Life”, pero no me gustó, hay muchas que no están y hay muchas que están y no me gustan. En la página –Internet-, por ejemplo, no metí la de la ropa sucia, y esta ya fue la última que hice, aquí yo ya había cerrado la serie, con *Salvavidas*, pero esta es una amiga que me dijo “Por favor, yo quiero”, y yo le dije que ya había cerrado la serie, pero ella “Por favor, por favor”, y ella tiene ojeras siempre y se le ven muy bonitas, entonces quería hacer algo con sus ojeras, y por eso fue *Nosferatu*, café, ojeras, nunca duermes y entonces la foto fallida de *Salvavidas*, acabé retomando la composición que yo quería hacer en esta foto; y los títulos que yo manejaba antes, yo creo que a todos nos gustan cosas y ya luego te cagan, entonces mis títulos de antes eran como mucho más buscando ser como un chistesito, y creo que eso ahora ya me empieza a molestar un poco, entonces ahora estoy empezando a usar: *Cerebro*, *La Novia*, *El Pescador*, súper sencillos, pero antes sí quería hacer referencias a películas, no sé, buscando ese jueguito, pero ya.

O.M.: Dices que es un tanto a-político ¿en realidad es una propuesta, crítica, humorística, autobiográfica?

D.E.: Lo que pasa es que me incluyen en cosas feministas, de mujeres, que está muy bien, pero mi postura política no es feminista, yo creo que lo que pasa es que es femenina; desde el momento en que yo trabajo desde mi propia experiencia y

de mi percepción, pues obviamente va a ser muy femenina, entonces entra de todo el mundo del feminismo y de igual manera, creo que toco, con el pretexto de la muerte, yo nunca pensé que estaba haciendo un comentario sobre el consumismo, al menos no intencionalmente, pero lo que sí es que vivo en un mundo que es muy consumista, soy parte de todo ese sistema, me doy cuenta que soy parte de todo ese sistema, a veces me pesa, a veces me parece absurdo y sin embargo lo sigo haciendo, es como toda esta conciencia de tus círculos viciosos que se transmite a mi trabajo. En ese sentido, puede ser crítico como cualquier persona consciente se autocritica, y critica a la sociedad en la que vive, pero tampoco es, por ejemplo, no sé, digo, le echo Canderel a mi café, entonces a veces llega gente que dice “sí, el Canderel es lo peor” pero tengo una caja de Canderel en mi alacena, no es una postura anti ni a favor, esa es la cosa, es, yo creo, que una exageración de una situación real.

O.M.: ¿Hay alguna relación con patrocinios? porque cuando las vi montadas en parabuses pensé que quizá había una relación.

D.E.: Pues no, no, nunca. Si tienen una lectura como casi publicitaria. De hecho llegué a pensar en algún momento “¿podré tener problemas?”, pero es que lo que sí siento con mi trabajo es que es tan ambiguo, como lo de Canderel, puedes decir es como algo negativo, es en contra de Canderel, y también, visto desde otro punto podría ser una publicidad de Canderel y de pronto es que el término adictivo puede ser positivo o negativo, puede ser algo que te causa tanta euforia y placer que no puedes dejar de consumirlo entonces, nunca he recibido propuestas, pero ni quejas ni nada, de los productos... y un señor sí compró la de M&M's que trabajaba en la compañía, me enteré, la compró en una feria y luego me enteré del dato que él trabajaba en M&M's o bueno en la compañía que hace M&M's.

O.M.: Te cuento, esto es un primer momento y tengo que ir puliendo cosas. A mí lo que me interesa es esta cuestión del sentido del humor; toda la tesis está basada en dos guías teóricas, una es Baudrillard a partir de la seducción, lo que

mencionaste esta seducción de la muerte, entonces el texto “De La Seducción” de Baudrillard es la línea por la que me voy a ir, pero de lo que se trata la tesis es tratar de demostrar si “La Risa”, que es otro texto de Bergson, otro ensayo, que habla acerca de la risa, si se pueden conjugar o si este carácter seductivo que puede tener una imagen a partir de la risa favorece este proceso de convencimiento sobre el usuario, sobre todo en el espectador en ese sentido, y va por ahí. Sigo armando el marco teórico y cuestiones como esas, pero me interesa mucho esta cuestión del sentido del humor y estas resonancias que hay en algunas otras áreas como la publicidad o la música o la cultura de masas que al final también acaban llegando al arte, como lo que hace Nortec o Acamonchi que es el ilustrador que trabaja con ellos, y cuestiones así, y va por ahí un poco la línea, pero tengo que armar todavía más el marco teórico y avanzar en esa parte, pero va por ahí, en esta cuestión de la cultura de masas etcétera; porque sí hay texto y hay teóricos que manejan las áreas pero son individuales y a mí me parece que estaría increíble poder armar una línea que combinara toda esta transdisciplina.

D.E.: Justo en mi Tesis, aunque es un texto viejísimo y ahora lo siento no sé, pero es como: “La aparente imposibilidad de disfrutar la muerte estéticamente”, en esta parte hablo de todo esto que tú dices, el glamour que es la de la seducción, “El glamour de lo no cotidiano” y luego, no sé pero en realidad sí es de todo lo que tú dices, yo en este caso usé más el tema del glamour que de la risa, pero era como este tamiz que te permite ver algo que de otra manera te parecería grotesco, repulsivo, y verlo tranquilamente, aquí también se da el glamour, pero puede ser la risa.

O.M.: Esta cuestión irónica o la risa, te permite acercarte a la muerte, sin que sea una amenaza. Veíamos en la maestría esta cuestión de la pantalla tamiz y viene un rompimiento y tienes un encuentro fallido con lo real, y se viene el trauma, pero si la risa o el glamour en ese sentido te permite ese tamiz, el trauma no ocurre, te va protegiendo.

D.E.: Para mí lo de la risa, que cada vez estoy prescindiendo más del elemento humorístico, originalmente, yo creo, tanto para mí como en el momento en que estás produciendo algo con lo que te vas a exponer, digamos, era más sencillo irte por el lado humorístico, me gustaba mucho enseñar mis imágenes y que la gente se riera, porque inmediatamente estableces un diálogo con el espectador, y creo que eso me interesaba, pero es un diálogo que es muy sencillo, no sé, es muy inmediato y se queda, a lo mejor, en lo superficial, entonces sí he pensado mucho en eso.