No es la primera vez, ni será la última, en la que el arte se apropie de imágenes de impacto para, una vez reelaboradas, devolvérmolas con reforzada intensidad, puesto que este recurso ha devenido en una característica del arte contemporáneo, con la pretensión de provocar la reflexión o la crítica, recuperar significados olvidados, subvertir el sentido original, etc.

Rogelio López Cuenca ha centrado buena parte de su obra en investigar el lenguaje de las imágenes, además de cultivar la poesía visual, el vídeo y la pintura. Inició su carrera durante la primera mitad de los ochenta dentro del colectivo malagueño Agustín Parejo School,(1) una agrupación de pintores y poetas que desarrolló una heterogénea producción de cariz conceptual: desde poesía experimental, instalaciones o performances en espacios artísticos, hasta pegada de carteles, campañas políticas u otras acciones de agitación urbana; reactualizando algunas propuestas del vanguardismo radical a partir de la mentalidad más rupturista de las culturas urbanas de esos años.

A raíz de esta experiencia, su obra se ha convertido en una continua investigación subversiva sobre el lenguaje de las imágenes y su funcionamiento en la actual sociedad de la información. Fuertemente influido por la iconografía de la vanguardia soviética, a mediados de los ochenta, pasó por un periodo singularizado por una pintura neo-pop de colores planos y técnica fría, que progresivamente buscaba cuestionar los símbolos y estereotipos que invaden los medios de comunicación y los espacios urbanos, en la línea de Bárbara Kruger y Matt Mullican, entre otros.

Inclinándose progresivamente por una mayor abstracción conceptual en sus constantes manipulaciones de las imágenes publicitarias y sus juegos lingüísticos. Los ejes temáticos de su obra giran en torno a lo social, al capitalismo y al mundo del arte, abordados siempre desde una sutil ironía crítica que no excluye una especial sensibilidad poética.

La obra que nos ocupa formó parte del proyecto de arte público *Word\$word\$word\$*, con el que López Cuenca invadió, en octubre de 1994, la estación de Santa Justa de Sevilla. Se trataba de un conjunto de imágenes-ícono que, de tanto reproducirlas en los contextos más variados, han perdido su significado original. Y qué mejor ejemplo que la famosa imagen tomada el 8 de junio de 1972 por el fotógrafo Nick Ut cerca de Saigón: la niña norvietnamita Kim Phuc huye con la piel abrasada por el napalm, la sustancia carbonizante que fue lanzada en cuatro bombas por la aviación norteamericana. La fotografía obtuvo el premio Pulitzer, pero su mayor mérito fue el de sacudir a la opinión pública internacional contra la interminable guerra de Vietnam. Sobre un fragmento de la foto, López Cuenca ha superpuesto con letras de vinilo un texto que transcribe algo así como la crónica de un desfile de pasarela, extraído de una revista de moda.(2)

Con el choque estremecedor que provoca esta yuxtaposición de la crueldad más abominable de la guerra con la autocomplaciente frivolidad de la moda, Rogelio López Cuenca pretende denunciar el grado de banalización al que pueden llegar algunas imágenes que en un momento fueron tan impactantes como ésta, pero que debido a la abusiva vampirización a que las someten los *mass media* y la actual sociedad de la comunicación, pierden su concreto significado original, asumen otros más ambiguos y menos históricos, hasta casi hacernos dudar si la escena procede del ámbito de los hechos reales o de la ficción.

Paradójicamente, casi tan vacía de sentido está hoy esta foto como llegó a estarlo la guerra del Vietnam. Fue el argumento informativo más ampliamente tratado por la televisión norteamericana en toda su historia; sin embargo, seguramente ni siquiera los casi sesenta mil soldados que perdieron la vida en el conflicto conocieron el sentido de su muerte.(3)

NOTAS

- ¹ Los planteamientos estéticos de Agustín Parejo School (activo entre 1982 y 1992) iban encaminados a subvertir el concepto típico de arte y artista, mediante la obra colectiva y políticamente comprometida. Asumieron el desafío de fundir lo artístico con lo cotidiano y romper con los gustos burgueses, trabajando en una línea que podría tildarse de neodadá, mediante intervenciones de contenido ideológico muy provocativas y satíricas. (Conversación telefónica con el artista, 13 septiembre 2000; y Esteban Pujals Gesalí, "Poética de la renuncia. Agustín Parejo School", *Arena*, 3, Madrid, 1989, pp. 58-67).
- ² El autor no recuerda si tomó el fragmento de la revista *The Face* u otra similar. (Correo electrónico del autor, 14 mayo 2000). Las marcas comerciales que se mencionan son ficticias, si bien las alusiones a Paul Smith o Dolce e Gabbana, por ejemplo, son evidentes. El texto dice: "De izquierda a derecha: cardigan rayado de punto y favorecedores pantalones negros de Claude Smith, para Claude Smith, París; botas negras de piel para Duce y Galiano, de Davis y Yohji Sachi, París y Nueva York; pantalones en lana de rayas marinas (parte de un traje) para Robert Rocha, de Robert Rocha, Londres; modelo a base de camisa negra de algodón; camisa azul de algodón y pantalones negros de Thierry Tracey; chaleco negro de lino para Freud & Co."
- ³ Ignacio Ramonet, "Hollywood y la guerra de Vietnam", en *La golosina visual*, Madrid, Debate, 2000, p. 195.

José Martín Martínez, *La donación Martínez Guerricabeitia. Catálogo razonado*, Fundación General de la Universitat de València, 2002, pp. 246-248.