

La calle
Diario de un espectador
La salsa y la flauta
por miguel ángel granados chapa

para el miércoles 14 de noviembre de 2007

Dijimos ayer que Rafael López Castro, una suerte de poeta visual que no se contentó con ser un prócer del diseño gráfico y tomó la cámara fotográfica para aplicar su sensibilidad a capturar su entorno mediante ese instrumento, ha publicado 4 libros con recopilaciones de su material. Agregamos hoy que tuvo el tino y la capacidad de convocatoria de invitar a plumas prestigiosas a que completaran con sus letras las imágenes tomadas por él.

Así, en Domingo de ramos en Uruapan, Michoacán, el texto fue escrito por Margarita de Orellana; Vestida de sol, el libro sobre las imágenes de la guadalupana, contó con la participación de Roger Bartra. En La huella de Juárez puede leerse a Pedro Ángel Palou. En la obra que comentamos ayer, presentada en la víspera en la librería Rosario Castellanos la reflexión política anunciada en el título fue hecha por José Woldenberg, politólogo, profesor universitario, cuya actividad pública sobresaliente la desempeñó como consejero ciudadano en el Instituto federal electoral de 1994 a 1996 y como presidente del consejo general del Ife de 1996 a 2003.

Woldenberg se refirió a las fotografías de López Castro, que revelan el desperdicio de hacer propaganda electoral susceptible de ser exhibida en la calle, y que termina por ridiculizar a los interesados en quedar bien. El texto no tiene título pero podría llamarse La salsa y la flauta, no en referencia a un género musical y un instrumento, sino a ingredientes inseparables en el panorama de la taquería mexicana.

He aquí unas líneas sobre la basura en que se convierte la propaganda callejera. Parte del deseo de un candidato a algún cargo de elección popular de “presentar su rostro —su mejor cara— su nombre, su partido y alguna idea ultrasintética a esa masa amorfa a la que en tiempos de campaña se le llama ciudadanía. Y es entonces cuando aparece el cartel.

“Una fórmula rutinaria que viene de lejos, un expediente relativamente barato, una forma de decir estoy haciendo campaña, una vía para que los vecinos puedan identificar al candidato, un resorte para alientar el ego, una fuente de trabajo para las cuadrillas que los pegan o cuelgan en la vía pública, una rutina que establecen los manuales de partido, un bonito recuerdo para cuando pasen los años.

“El cartel con el rostro de los candidatos es a las campañas como la velita para el pastel, como la salsa para las flautas, como el güiro para una orquesta tropical, como el epazote para las quesadillas, como Viruta para Capulina: presuntamente inescapable, necesario, útil, productivo. Aunque nadie sabe a ciencia cierta si sirve para algo.

“Lo cierto, sin embargo, es que el tiempo, el clima, y el ocio de los paseantes tienden a desfigurar de manera sistemática la oferta gráfica de los hombres y las mujeres que pretenden arribar a un cargo de elección popular. Día a día, semanas tras semana, los materiales se desgastan, se decoloran, se deforman. La lluvia, el viento, el sol, transforman los rostros hasta volverlos irreconocibles. Y los ciudadanos, más por ocio que por agresión, también dejan su huella en los originalmente pulcros rostros de los contendientes. Si a ello le sumamos que quienes los colocan utilizan lazos, mecates, alambres para que los postres no sean removidos, no es difícil imaginar el producto final.

“Rostros contrahechos, monstruosos, que recuerdan, en no pocas ocasiones, aquel salón de los espejos en las faldas del castillo de Chapultepec, donde niños y adultos veían cómo les crecían las piernas, les engordaba la cara, se deformaban por los efectos de aquellos espejos cóncavos y convexos.

“Rafael decidió no meter mano. Fotografíar la propaganda tal y como se encontraba. Ser fiel a lo que otros habían hecho. No trucar, no intervenir. Sólo dar fe”.

“