

La Vitrina es un espacio de exhibición destinado a acercar la producción artística contemporánea al transeúnte, a los habitantes del barrio y al público de la ciudad a través de una programación de exhibiciones dinámica e ininterrumpida. La programación incluye reconstrucciones de obras relevantes del arte contemporáneo internacional, muestras de obras importantes de artistas nacionales e internacionales, además de propuestas específicas de artistas emergentes seleccionadas a través de una convocatoria.

luis camnitzer

“botella de coca cola llena
de botella de coca cola”

1972

julio 7 al 21 de 2007

lugar a dudas
calle 15nte # 8n - 41 tel: 668 2335
lugaradudas@uniweb.net.co
www.lugaradudas.org
cali, colombia





El discreto encanto de la Coca-Cola

Luis Camnitzer

Aún hoy, después de más de medio siglo, recuerdo la irrupción de la Pepsi-Cola en el Uruguay, la curiosidad de probar una nueva panacea. En plena etapa pre-intelectual, mi interés hasta aquel momento había estado totalmente enfocado en la Coca-Cola, un interés que me persiguió durante las etapas posteriores de intelectualismo y post-intelectualismo.

La Pepsi resultó ser excesivamente acanelada y dulce para ambos: mi paladar condicionado y la decisión implantada de mantener la fidelidad a la botella extraña. La forma de vidrio bastante irracional, con el líquido misteriosamente oscuro que servía tanto para crear sed como para limpiar los polos de las baterías de coche, me había marcado para siempre.

Recuerdo luego mi asombro al descubrir -a los catorce años- que la Coca-Cola no tiene el mismo gusto en distintos países. A veces, ni siquiera en el mismo país, donde varía entre latas, botellas y surtidores. La conclusión, después de catar especímenes por el mundo, fue que la mejor Coca-Cola es la que viene en botellas de vidrio y, especialmente, cuando es embotellada en Montevideo.

Más adelante, en la etapa intelectual, vino la asociación de Coca-Cola con el imperialismo, su señalación como símbolo de colonización y perfidia política. La imagen se exacerbó con la noticia (que nunca me preocupé por verificar) de que la Coca-Cola era republicana y la Pepsi-Cola demócrata, o sea que en los términos muy relativos de un entorno mínimo, la Coca-Cola era aún más reaccionaria de lo que había supuesto. Tampoco entendí cómo una bebida podía tener una afiliación política, pero todo esto no disminuyó mi admiración. Tenía claro en mi mente que la Coca-Cola es la única bebida artificial capaz de ocupar un lugar competitivo al lado del agua, el vino y la leche, seguramente

superando al jugo de naranja en términos de la no-saturación de las papilas del gusto. Esto significa que la industria norteamericana había logrado construir un arquetipo artificial, una hazaña que creo que no tiene paralelos en la historia de la humanidad.

Lo mejor fue peor

Lo interesante de este logro, y aquí ya estoy en una etapa especulativa pos-intelectual, es que la Coca-Cola nunca se había propuesto crear un arquetipo, o afectar a la cultura mundial en una forma tan profunda, radical y ambiciosa. Lo único que se había propuesto era generar el mayor lucro posible. La simpleza de enfocar en una propuesta tan crudamente mercenaria, la falta de una conciencia de las dimensiones de lo que la compañía había creado, quedó al descubierto cuando se trató de mejorar el producto para generar más ingresos.

La maniobra creó una revuelta popular en los EE.UU. y lo que se propuso como mejora fue rechazado como insulto. El pueblo unido jamás será vencido y no lo fue, al menos en este caso particular. La vieja Coca-Cola, esta vez con la alcurnia del agregado de la palabra "Classic", retornó triunfalmente al mercado. Lo que pudo haber sido un siniestro plan maquiavélico no fue más que un intento inconciente de manipular un arquetipo. No se habían dado cuenta que éste había dejado de ser propiedad intelectual de la compañía para convertirse en propiedad gustativa de una sociedad.

Las consecuencias de lo que normalmente sería un fracaso fueron, una vez más, un incremento de ingresos. Yo fui un participante activo del proceso porque guardé una lata de la Coca-Cola "mejorada" y una de las clásicas, ambas parte de la primera edición. Las guardo junto con un ejemplar de la edición especial de la botella que la compañía lanzó en Inglaterra a raíz del casamiento de Diana con el príncipe Charles. Creo que he hecho una inversión sabia aunque no estoy al tanto de los precios que alcanzarían en el mercado.

Quiero aquí hacer una disgresión sobre una cosa que sucedió al sacar la diapositiva de las dos latas. Noté una diferencia de peso entre ambas. La Coca-Cola fallida pesa 228 gramos mientras que la "clásica" pesa 308 gramos. Ambas latas están en perfecto estado y herméticamente selladas y no tengo explicación para el fenómeno. El descubrimiento me llevó a comprar latas nuevas para pe-



sarlas y compararlas. El peso de éstas osciló entre los 380 y 390 gramos. La conclusión obvia podría ser otra contribución histórica de la Coca-Cola: la prueba de que la cantidad de materia en el universo, bajo determinadas condiciones, podría no ser constante.

Pero volviendo al tema que estoy presentando, el 1 de febrero de 1996 la Coca-Cola hizo historia una vez más. La compañía abolió oficialmente la separación entre sus actividades nacionales y las internacionales. De acuerdo a su gerente general, Roberto Goizueta, un exiliado cubano que murió hace pocos meses después de 16 años de liderazgo, cito aquí: "Las etiquetas internacional y doméstico que en el pasado describían adecuadamente nuestra estructura comercial, ya no son aplicables".¹ A la zaga de sus propios logros, la Coca-Cola descubrió el globalismo. La bebida ya había sido un arquetipo y una institución global cuando yo era niño, pero la obstinación de enfocar estrechamente en el lucro les hizo tomar medio siglo y un gerente originario de un país subdesarrollado para asumir su omnipresencia y etiquetarla. A la ceremonia del funeral de Goizueta asistieron más de mil personas, entre ellos el ex presidente Carter.

La elogía fue hecha por Andrew Young, símbolo de un liberalismo semi izquierdizante de los EE.UU., ex líder de los derechos civiles y ex delegado a las Naciones Unidas. Young sintetizó la vida de Goizueta diciendo: "Vendía más que un producto. Vendía una forma de vida. Somos todos mejores por el hecho de haber estado bajo su influencia."² Goizueta se había ido de Cuba joven con nada más que cuarenta dólares y cien acciones de Coca-Cola en el bolsillo y, obviamente, una visión bastante clara de la tarea que tenía por delante. Su sucesor, un señor Ivester, mantiene el optimismo con respecto al futuro de la compañía. Después de todo, dijo al tomar su nuevo empleo, y vuelvo a citar: "Todo el mundo se despierta con sed en la mañana".³

Paralelamente a la Coca-Cola tenemos a MacDonald's. MacDonald's no ha logrado crear un arquetipo y no creo, por lo tanto, que cuando muera su presidente, reciba encomios de un nivel tan

trascendental como el de Goizueta. Mientras que se puede tomar Coca-Cola varias veces al día y todos los días, no se puede hacer lo mismo con las hamburguesas de MacDonald's. Es más, hay casi un consenso general (si no global) de que constituyen una comida inferior y que su mayor distinción radica en la velocidad del consumo, es decir en el tiempo que pasa entre la entrada y la salida del restaurante.*

*si desea leer el texto completo vaya a:

<http://www.chasque.net/frontpage/relacion/9812/coca-cola.htm>

Referencias

1. The New York Times, 13.1.96, p. 35.
2. The New York Times, Obituarios, 12.10.97.
3. The New York Times, 29.10.97, p. D4.



Luis Camnitzer

(Alemania, 1937)

A los pocos meses de vida emigró a Uruguay y en 1964 se radicó en New York, donde reside actualmente. Se formó en la Escuela Nacional de Bellas Artes, Universidad de la República

(Uruguay); cursó estudios de Arquitectura en la misma casa de estudios y estudió escultura y grabado en la Academia de Artes Plásticas de Munich. Recibió la beca Guggenheim en 1961 y 1982.

En 1998 fue galardonado con el premio anual de la crítica de arte latinoamericana otorgado por la Asociación Argentina de Críticos de Arte y en 2002 obtuvo el Premio Konex Mercosur. Formó parte de la Bienal de Sao Paulo (1996); Bienal de MERCOSUR, Porto Alegre (1997); Liverpool (1999-2004); Whitney Biennial, Nueva York (2000); y de Documenta II, Kassel (2002). Participó en destacadas exposiciones nacionales e internacionales, entre otras, Face a l'histoire en el Centre Georges Pompidou, París (1996); Versiones del Sur en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid (2000); Muestra Retrospectiva en Kunsthalle Kiel (2001) y Galería Ruth Benzacar, Buenos Aires. Profesor Emérito de la Universidad del Estado de Nueva York, desde 1999 es curador de artistas emergentes en The Drawing Center, New York.¹

1(www.malba.org.ar)



daros-latinamerica



AVINA

