

OSCAR BRAHIM, EL ARTISTA TAXISTA

¿QUERÉS TENER

POR OLIVIA PRIVITERA. FOTOS DE AGOSTINA ROSSO. Es el Oscar de la película "Oscar"; el tachero porteño que metía mano, tijera, trincheta, pintura, ironía y filosofía en los afiches publicitarios de la mera calle. Estuvo en Córdoba compartiendo cómo y por qué hace lo que hace. El micrófono de una curiosa grabadora lo siguió de cerca, pegadito, como parte del collage.



RAZÓN O SER FELIZ?

Jamás subestimes el poder de la negociación

Duarte Quirós se convierte en un puente por el que cruzan miles de autos. Arriba, al borde del tráfico, trabajan. Pegan letras, una frase. El mantra del puente del shopping. Uno de los que está ahí arriba se llama Oscar Brahim y es artista visual. Hace diez años empezó a intervenir publicidades en la vía pública. *"Yo entré a trabajar con la publicidad en el momento de auge, pleno menemismo, cuando empezó a invadir todos los espacios de la ciudad"*, dice.

Es el artista taxista, o el taxista artista, cuya vida y obra fue registrada por Sergio Morkin en uno de los documentales más honestos y vitales del nuevo cine porteño (*Oscar*, 2004). Cuenta que el taxi se convirtió en su sustento *"porque no había otra cosa"*. *"Ofrecí resistencia, pero al final subí al auto y me encontré con que Buenos Aires es más grande de lo que pensaba"*.

En el puente se trabaja con apuro y con la certeza de que la duración de la obra no depende de uno, sino de la posibilidad de que sea arrancada, sabiendo que puede producir el enojo de algún vecino, que puede ser reintervenida por otro artista, que puede ser tapada por una publicidad.

Los conductores apenas si registran algo de lo que sucede más allá del parabrisas. Los chicos se sacan fotos con el celular. Algunos peatones opinan, curiosos, divertidos, maliciosos. Las camionetas de la CAP miran y siguen. Repiten. Todos. Repiten su mantra. *"Deme todo lo que me alcance"* es la frase de grandes letras blancas pegadas en el puente. Al bajar, Oscar recomienda que si la policía te pregunta qué estás haciendo, la respuesta es que estás trabajando para tu iglesia. *"Con la Iglesia no se meten"*, asegura, y atiende un llamado en su celular. *"Acaba de nacer Agustina, mi primer nieta"*, explica. Son las 6 de la tarde. Nos subimos al auto. Hay que seguir.

En el trayecto, Oscar registra, con mirada entrenadísima, detalles y costumbres publicitarias de Córdoba.

Bajamos latas de engrudo, un escobillón, rodillos. En Plaza Vélez Sarsfield la gente camina, nos esquiva. En el centro es difícil percibir cualquier cosa. En menos de diez minutos, en los monolitos quedan estampados dos collages previamente armados en el taller que Oscar coordinó horas antes. Las reacciones van desde la aprobación al desagrado. Un cuida-coches arranca parte del trabajo.

"La ciudad es un lugar bellissimo. Yo a veces pensaba en lugares más retirados, en irme a vivir al campo, donde estás más conectado con la naturaleza. Esos lugares son interesantes, pero me parece que la ciudad es donde te comunicás con el otro, donde



podés compartir con el otro eso que estás buscando”, comenta Oscar.

—Vos dijiste que en la ciudad se está dando una batalla.

—Claro, la ciudad es usada por la publicidad como un campo de batallas visuales. Hay una cosa muy competitiva. Tal vez es un intento inconsciente por ver dónde carajo encuentro la paz. ¿En la seguridad, en tener toda esta vida externa que tengo, en el trabajo, la casa, el auto, la familia, mi pasado, el supuesto futuro que voy a tener? Igual, cuando dije eso estaba un poco desquiciado. Sacaba cosas de distintos lugares. El único discurso propio que tenía era cuando ponía la mano sobre una publicidad.

Fin de la jornada. Nos instalamos en Barrio Güemes, en el patio de Manifiesto Alegría, el taller de foto que organizó éste y otros workshops para festejar sus 10 años. Ahora Oscar es el guía. Oscar transmite una tranquilidad misteriosa para la vida que lleva.

—¿Cómo empezaste con las intervenciones?

—Estaba tratando de resolver el guión de una historieta para un amigo. Necesitaba técnica para armar viñetas y fui a parar al taller de Ele-

Oscar recomienda que si la policía te pregunta qué estás haciendo, la respuesta es que estás trabajando para tu iglesia.

nio Pico. Pero me dedicaba más a hacer collages que a resolver el guión. Entonces, ese sábado, cuando salí del taller, me subí al auto y me fui encontrando con publicidades y se me dio por bajar. Con una trincheta corté un pedazo de cartel, me lo llevé y lo monté sobre otra publicidad. Pasé a las tres horas y seguía ahí. Y enloquecí. Trabajaba poco, liquidaba el tiempo en buscar afiches, en clasificar imágenes. Elaboraba cosas en casa y las pegaba sobre una publicidad cualquiera. No se entendía muy bien lo que hacía. Mis hijos jugaban con las imágenes tiradas en el patio y se armaban unas cosas increíbles. Un sábado me llevé fotos a Elenio —ya tenía 36 trabajos— y él me dijo que en Buenos Aires eso era nuevo, que siguiera por ahí. Me trajo una pila de libros y hablamos de Basquiat, Keith Haring, Andy Warhol... Me metí en los pasillos del subte o en obras en construcción. Trabajaba con collages. Después empecé a usar pintura para aislar una parte del afiche y dejar otra. Hubo gente que me empezó a acompañar. Capaz nos pasábamos toda la noche trabajando en una publicidad. Y así.

sino simplemente una respuesta activa frente al mensaje que te está creando la necesidad. Parecía que me había propuesto una misión, y esa misión era seguir, sin parar”.

En diciembre de 2001, Morkin filmaba y mechaba registros de la crisis en el guión. El documental empezó a tener problemas para financiarse. Todo reforzaba la idea de la escasez. “Yo colaboraba con eso. Me endeudaba, Marcela no conseguía trabajo, no entraba guita a casa. Si entraba, me endeudaba con el taxi. Pero con el tiempo me fui apartando de esa idea porque no beneficiaba a nadie y la inversión era muy grande. Y llega el momento donde paro. Paro porque me tengo que ir, me mudo, me desalojan, me piden por favor que me vaya”.

El cielo está a un pensamiento de distancia

En el 2003, Oscar todavía cerraba los ojos de los personajes de algunas publicidades. Se había preguntado qué pasaría si los hacía mirar para adentro. Como si algo interno los estuviera haciendo felices. “Andá a saber qué, soñando con algo diferente, qué sé yo. Era muy loco encontrarse con Maradona, con la presidente, Mirtha Legrand o Sofovich con los ojos cerrados. Ese fue mi último paso en tocar una publicidad. Después me corrí de ese lugar, perdí el interés.”

Si la publicidad había sido el afuera, ahora había empezado a hacer un trabajo con él mismo. “Yo tenía preguntas, y las respuestas iban apareciendo a medida que iba soltando. Porque cuando te aferras a una idea pueden pasar muchas cosas, como que insistas en querer tener razón. Y soltar eso es darte esa oportunidad de ser más receptivo. Empecé a escribir frases o palabras en tamaños muy pequeños, como por ejemplo detrás de un boleto de un colectivo. A trabajar con textos de escalas muy pequeñas a escalas un poco más grandes. Hasta que encontré un puente y empecé a medir, a tomar cosas, a comprar papeles, a ver qué pegamento podía ir, a hacer una investigación por mi cuenta, sin agarrar ningún libro. Y una cosa me fue llevando a la otra. También empecé a trabajar mejor, me enfoqué más en el taxi, Marcela consiguió trabajo, mis hijos están creciendo, nos mudamos a una casa más cómoda y todo se fue acomodando”.

Somos responsables de lo que vemos

“Quiero hacer una película con vos y tu familia. Me cautivaron”, le dijo Sergio Morkin. Morkin era el cuñado de un compañero del taller de Elenio Pico y un día le propuso seguirlo con una cámara, registrar el trabajo, las intervenciones. El rodaje duró tres años, de 1998 a 2001. “Honestamente, no me sentía presionado ni limitado con una cámara detrás. Nuestro vínculo, la afinidad que había, pasaba por tener algo para comunicar”.

Morkin era un director de cine que hacía cortos publicitarios para vivir, por lo que se quería enfocar sobre todo en las intervenciones de Oscar sobre las vallas publicitarias. “Él tenía algo muy fuerte con la publicidad, y nunca obtenía una respuesta. Y parecía que lo que yo hacía era eso: una respuesta. No teórica,





Toda víctima es secretamente un victimario

Son las nueve de la noche. Oscar está cansado. El patio, en penumbra. Pero queda zumbando en el aire la pregunta crucial de esta entrevista, y aunque quizás pasó el momento propicio para formularla, no me quie-

ro quedar con la duda.
—¿Qué es la publicidad para vos?

—Es parte de nosotros. Nosotros nos publicitamos,

en algún punto. Nos exponemos. Somos una sociedad consumista y los pibes que hacen publicidad no son de Marte, son de acá. Son parte nuestra. El político también es parte nuestra. Después, si la publicidad es mala o buena hay que dejárselo a los que realmente están en el asunto. Me parece que la mirada es más con uno, adentro. De cómo ver las cosas. Las palabras no son las que nos hacen daño, son nuestras interpretaciones. Y el lugar donde no miramos. Ese es mi trabajo actual, mi trabajo conmigo, mi actitud frente a las cosas. Y me

trae mucha paz.

—¿Buscás causar algún efecto?

—Obviamente. Elegí estar en el hábitat de la calle porque quería comunicar algo. Qué era, no sé. Y eso me quita un gran peso de encima. 🎧

El título y los intertítulos son frases que Oscar Brahim usó en sus intervenciones.

TE PLEDO BLEVÉ

www.youtube.com/user/kndevb

www.theinfluencers.org/es/oscarbrahim

www.manifiestoalegria.wordpress.com

51

www.inventoargentino.com

inventoargentino



**Lunes a Viernes
de 13 hs a 15 hs**

Rock & Pop
NET
95.5
CORDOBA

www.dirosacreativos.com.ar

dh delupi & hermida
PRODUCCIONES DE RADIO Y TV