

A 20 años de crear el Pop Latino, el fotógrafo Marcos López cuenta el derrotero de la foto de tapa: la botella de la única gaseosa que logró arrebatarse el primer puesto de consumo a Coca Cola: Inca Kola. Más que un envase, un ícono del Perú.

TOMATELÁ

texto y foto **Marcos López**



Pieza única. El pintor peruano Miguel Valverde pintando la versión al óleo de la foto de López, en Lima, Perú.

La botella de Inca Kola fue un amor a primera vista cuando la descubrí en Perú, hace más o menos 20 años. Recuerdo que fui a Cuzco con el equipo de filmación de Pino Solanas, cuando estaba haciendo *El viaje*, su *road movie* bolivariano con un joven actor protagonista que iba en bicicleta desde Usuahia hasta México, y pasaba en su trayecto por los lugares "clave" del imaginario latinoamericano: la Patagonia, el salar del norte de Chile, las minas de oro de Serra Pelada en el nordeste brasileño, el monte Alban en Oaxaca y así. Recuerdo en Cuzco haber puesto la botella de Inca Kola en primer plano, con un gran angular, y luego hacerlo con Machu Pichu atrás. Qué más.

Por ese tiempo, más o menos, fue cuando se me ocurrió inventar el Pop Latino, nada más que para generar un estilo diametralmente opuesto a las grandiosas y épicas fotos de Sebastian Salgado. Entonces, la botella de Inca Kola fue el ícono principal. La versión latinoamericana de la sopa Campbell de Andy Warhol. Pop art a full. Una foto que parezca una propaganda de la bebida peruana.

Hice esta foto cuando todavía no había tecnología digital, con una cámara de gran formato, iluminando la botella con cuidado oficio. Todo el fondo son placas de acrílico recortado y con iluminación en contraluz. No hay Photoshop.

Desde entonces, llevo la botella de Inca Kola en todos mis viajes y la retrato en distintas ciudades del continente. ¿Llegará la hora en que sea la bebida cola más consumida de Latinoamérica, como lo es en Perú, único lugar del mundo donde Coca Cola no es la uno?

El diseño gráfico de la marca me parece una obra maestra. Creo que esta botella tendría que estar entre los 100 mejores diseños de la historia de la humanidad.

Pero antes que el Pop Latino llegó la Argentina Pop, que salió de Buenos Aires para extenderse poco a poco hacia la inmensa América. *"Sol de Alto Perú, rostro Bolivia estaño y soledad. Un verde Brasil, besa mi Chile cobre y mineral..."*. Tuve un sueño en el que Mercedes Sosa me llamaba cantando esa canción desde el pico más alto de Machu Pichu. La ví. Como si la estuviera filmando en círculos desde un helicóptero. Me esperaba como una gran madre, con los brazos abiertos, con su poncho rojo, con la silueta recortada entre las nubes. Fui a buscarla. Tímido. Con mi frágil piel blanca. Sin complejos. Con protector solar 40. Tranquilo, sabiendo que América también me pertenece, que se me abren las puertas porque inventé un traba-lenguas que funciona como un *password*: *urubamba-uyuni-merengue-bemba-melocotón-ceviche-cerveza-ipanema-Heblon-pilcomayo*. Es obvio que el Pop Latino no necesariamente es arte pop. Como prueba autocito mis palabras en el prólogo de mi libro: *"Pop de popular y latino de América Latina, con influencias del comic, la publicidad, David Hockney, Warhol, Antonio Berni, Marcia Schwartz, el circo criollo, el espíritu épico de Glauber Rocha, el folklore correntino, la voz quebrada de la bagualera Jerónima Sequeira y la música del Chango Spasiuk que aprovecho para mandarle un gran abrazo"*. Uno habla siempre de otra cosa y hace la misma película porque siempre habla de la misma otra cosa.