



## ARTE POPULAR Y POP ART

Diciembre, 2014

*Artículo periodístico publicado en El Dominical. Lima, diciembre 2014.*

Si la opinión de algunos críticos especializados, que tildan al arte popular de artesanía ingenua y folklórica, fuera absolutamente verdad, eventos como el Concurso Nacional de Nacimientos organizado por Ictys, no tendría valor estético alguno y por lo tanto solo se trataría de una campaña de promoción de suvenires para turistas.

Una mirada un poco más atenta al devenir cultural de nuestro tiempo nos descubre que no ha desaparecido la clásica tensión entre el arte de las élites y el arte del pueblo. Jurgen Habermas, recordando a Max Weber, decía que la modernidad desmembró las concepciones unificadas del mundo de la religión y la metafísica, por ello, la cultura se fragmentó en las tres esferas autónomas de la ciencia, la moralidad y el arte, las cuales fueron sucesivamente institucionalizadas, generándose de esta manera una creciente atomización bajo el control de especialistas que se han distanciado cada vez más del gran público.

Actualmente el arte posmoderno sufre una profunda contradicción, por un lado se ha constituido en un arte de élite, una especie de religión sólo comprensible para algunos iniciados, por otro lado, el arte se ha vulgarizado al caer en las manos de poderosos grupos de especuladores que lo han convertido en un producto de consumo masivo (1). Hoy parece que se intenta resolver la paradoja entre vulgarización y elitismo a través de un marketing que comercializa objetos mágicos incomprensibles para el común de los mortales pero que dan estatus a sus propietarios porque están de moda, porque son acreditados por los críticos o porque tienen un alto precio de reventa. Sin embargo, estos enredados ejercicios de alquimia consumista no han terminado de resolver el problema de la distancia entre los artistas y la vida del pueblo.

Los intentos por reducir la brecha entre alta cultura y cultura popular han sido muchos y muy variados, se han realizado intervenciones estéticas de corte político hasta experimentos artísticos donde se aplicaron principios de psicología social, pero aparentemente no han dado resultado, tal como lo ha señalado el mencionado Habermas; “todos los intentos de nivelar en un solo plano el arte y la vida... los intentos de declarar que todo es arte y cualquier cosa un artista, de replugar

todos los criterios e igualar el juicio estético con la expresión de experiencias subjetivas –todas estas empresas se ha probado que son una especie de experimentos sin sentido” (2).

Cuando se habla de arte popular, normalmente se hace alusión al arte que nace espontáneamente del pueblo que no ha recibido una educación formal, pero también del Pop Art (“arte popular” en inglés), que es una corriente contracultural que nació en los años sesenta y setenta en la élite cultural norteamericana. Los artistas “Pop” se inspiraron en el impacto de los íconos de la sociedad de consumo que configuran el imaginario colectivo a través del mercado y los medios de comunicación masivos. Andy Warhol, desde su taller llamado “la fábrica”, reprodujo miles de imágenes de referentes culturales como la sopa Campbell, Elvis Presley y Marilyn Monroe. Roy Lichtenstein hizo lo suyo al consagrar la estética cómic a través de sus obras. El Pop sigue vivo y en el Perú ha tenido un papel importante en los últimos años. Tongo, el Gigante de Paruro fotografiado por Chambi, Túpac Amaru, César Vallejo, Sarita Colonia y los grupos de tekno cumbia, son parte del imaginario colectivo que llega a la mayoría de los peruanos a través de la televisión, los carteles pegados en las combis y que han sido asumidos por los artistas peruanos para la elaboración de nuevas propuestas. El Pop peruano recoge imágenes que son referentes masivos, los vacía de su significado original y los rellena con interpretaciones sociológicas y políticas, por eso sería ingenuo pensar que una imagen religiosa Pop es lo mismo que una imagen religiosa devocional. El Pop nació de las élites y no sabemos si ha logrado acercarse al artista con la gente, ni a la gente con el arte (eso sería motivo de una investigación más extensa), lo que sí podemos decir es que el alma del pueblo que se pretende mostrar a través del Pop, es un alma que se alimenta del consumo, de la globalización, de las maneras como el hombre sobrevive en un sistema mercantilista, en cambio permanente, un sistema donde conviven inmigrantes pugnando por forjarse un futuro. Es verdad que el consumismo y la globalización están en todas partes, pero también es verdad que el ser humano es algo más que un mero consumidor o un ente político y sociológico.

El indigenismo fue un intento de acercarse al alma del hombre peruano. Este movimiento, nacido en las primeras décadas del siglo XX, ha sido criticado por haber puesto el ojo en lo anecdótico y por eso fue calificado de ingenuo y costumbrista. Si bien, estas críticas pudieron ser acertadas en algunos de sus aspectos, también hay que destacar que el indigenismo fue un ensayo sincero de volver la mirada a la identidad cultural peruana. José Sabogal, uno de sus representantes más importantes, escribió un libro titulado “El Desván de la Imaginería Peruana” (3), que no es otra cosa que una crónica de sus viajes por los andes peruanos, especialmente por sus iglesias, tratando de descubrir en las expresiones artísticas locales la verdadera fisonomía del alma del hombre peruano. En el texto citado, el autor prácticamente llega a la conclusión de que la cultura peruana está animada por un alma barroca, religiosa, católica, festiva y telúrica, un alma marcada por un estilo cultural mestizo. El arte que describe Sabogal en su libro, es verdaderamente arte popular, una manifestación viva que fue ignorada por el gobierno republicano ilustrado del siglo XIX y que fue transmitida de padre a hijos.

La mayoría de los artistas populares que en la actualidad exhiben sus obras en la ciudad de Lima son migrantes que han huido de la pobreza y la violencia terrorista de la década de los ochenta. Vinieron a la gran ciudad para sobrevivir y se trajeron consigo ese arte descrito por Sabogal. Esos artistas populares son los que ahora nos muestran sus obras en la Galería Pancho Fierro de la Municipalidad de Lima con ocasión del Concurso Nacional de Nacimientos 2014.

Al recorrer la sala, podemos contemplar las diversas maneras de abordar la irrupción del Misterio Divino en la historia humana a través del Nacimiento del Niño Jesús. La diversidad se encuentra en

el contenido y en la forma, esto es, en los referentes teológicos, los estilos y las técnicas usadas. Es usual que el espectador que tiene algo de cultura teológica se vea sorprendido por las novedosas relaciones de las verdades de fe que contienen algunas obras. No son pocos los que al considerar la sencillez de estos artistas se pregunten sobre el origen de esta novedosa síntesis. Quizá el entramado constituido por la catequesis de algún sacerdote instruido, la simple contemplación del paisaje serrano, de los altares de las Iglesias Barrocas y la propia vida de fe, fueron el alimento que inspiraron estas almas sensibles. Por otro lado, también es de destacar que es un arte intuitivo, que en algunos casos carece de formación académica y que en ello se presenta la incógnita si es que una educación formal podría hacerle perder la vitalidad que lo caracteriza. También se ve en el esfuerzo de poner este arte en diálogo con los temas de actualidad, el desafío de actualizarse sin traicionar un lenguaje estético que surgió desde un sustrato cultural religioso.

Al poner cara a cara el Pop Art y el Arte Popular, vemos que se encuentran dos aproximaciones que provienen de lugares diferentes. El Pop viene de la élite que piensa el consumismo y el Arte Popular del mestizaje barroco andino. Uno tiene la fuerza de poner ante la vista los desafíos sociales de la ciudad moderna pero sin llegar necesariamente al corazón del hombre peruano, el otro, de mostrarnos el Misterio Divino en la vida del pueblo pero corriendo el riesgo de quedarse atrapado en el costumbrismo. Ambos están vivos, cada uno a su manera. El Pop viene siendo impulsado y pensado por la élite cultural peruana y algunos de los artistas populares más significativos del país han encontrado en Ictys (la institución que organiza el concurso) un espacio para mostrar su trabajo. El valor del Concurso Nacional de Nacimientos y de todo aquello que promueva el arte popular, no está solamente en la exposición de las obras, sino en una reflexión que contribuya a enfrentar los desafíos actuales y a potenciar sus valiosos aportes para la evangelización de la cultura.

---

<sup>[1]</sup>Calvo Serraller, Francisco, *El arte contemporáneo*, Madrid, Taurus, 2001, p.310.

<sup>[2]</sup>Habermas, Jürgen, "Modernidad versus postmodernidad", en José Picó (Ed) en *Modernidad y Postmodernidad*, Madrid, Alianza Editorial, 1998. 1era Edición, 1988, p. 96.

<sup>[3]</sup>Sabogal, José, *El desván de la imaginería peruana*, Lima, Fondo Editorial del Banco Central de Reserva del Perú, 1988.