

De Marilyn Monroe a Tupac Amaru: El *pop achorado* y los afiches de la reforma agraria peruana (1968-1973) como vanguardia artística

**From Marilyn Monroe to Tupac Amaru: The *achorado pop* and the posters of the
Peruvian agrarian reform (1968-1973) as an artistic vanguard**

Resumen

Entre 1968 y 1973 un grupo de artistas dirigidos por Jesús Ruiz Durand realizó una serie de afiches para promover la política de redistribución de tierras emprendida por el gobierno de Juan Velasco Alvarado (1968-1975) en Perú. El estilo particular utilizado en los afiches fue bautizado por Ruiz Durand como *pop achorado*. En el presente trabajo, de carácter exploratorio, buscaremos analizar el *pop achorado* a partir de las conceptualizaciones de vanguardia y neovanguardia artística desarrolladas por Peter Bürger y las críticas a las mismas que realizan Hal Foster y Ana Longoni. Para ello trazaremos tres posibles dimensiones de análisis: el *pop art*, el indigenismo y el afichismo, en otras palabras: el dispositivo, el lenguaje y el contenido.

Palabras claves: Reforma agraria, Perú, Pop achorado

Summary:

Between 1968 and 1973, a group of artists led by Jesús Ruiz Durand produced a series of posters to promote the land redistribution policy undertaken by the government of Juan Velasco Alvarado (1968-1975) in Peru. The particular style used in the posters was baptized by Ruiz Durand as *achorado pop*. In the present work, of an essayistic or exploratory nature, we will seek to analyze the *achorado pop* from the avant-garde and neo-avant-garde artistic conceptualizations developed by Peter Bürger and the critiques of them by Hal Foster and Ana Longoni. For this, we will trace three possible dimensions of analysis: *pop art*, indigenism and affichism, in other words: the device, the language and the contents.

Keywords: Agrarian reform, Perú, Achorado pop

Fecha de recepción: 29 de junio de 2021

Fecha de aceptación: 15 de octubre de 2021

De Marilyn Monroe a Tupac Amaru: El *pop achorado* y los afiches de la reforma agraria peruana (1968-1973) como vanguardia artística

Matías Nahuel Oberlin Molina*

Introducción

En cuanto forma artística, los afiches rara vez están a la vanguardia.
Susan Sontag

¿Es posible considerar al *pop achorado* como una vanguardia artística? La pregunta, que subyace y tensiona las páginas del presente ensayo puede parecer demasiado amplia o abarcativa. Sin embargo, consideramos que es factible rastrear una serie de gestos realizados por el conjunto de artistas peruanos que nos brinden indicios para acercarnos a su resolución.

El punto de partida, por lo tanto, está en la discusión en torno a la teoría de la vanguardia, cuyo hito fundacional es el libro de Peter Bürger (1987)¹. Allí el autor sostiene que:

La intención de los vanguardistas se puede definir como el intento de devolver a la práctica la experiencia estética (opuesta a la praxis vital) que creó el esteticismo. Aquello que más incómoda a la sociedad burguesa, ordenada por la racionalidad de los fines, debe convertirse en principio organizativo de la existencia (Bürger, 1987: 81).

La modernidad trajo aparejada -como parte de un proceso en varias esferas de la cultura occidental- una autonomización del arte. En este proceso la búsqueda estética se escindió del contenido de las obras. A fines del siglo XIX teorías como las del *l'art pour l'art*, que escindían lo estético de la praxis vital, se volvieron paradigmáticas (González, 2009: 2). Esta bifurcación es el núcleo de la crítica de los movimientos conocidos como vanguardias artísticas. La intención de los vanguardistas es, por lo tanto, reconectar el arte con la vida, con la praxis vital. Este movimiento de las vanguardias se realiza fundamentalmente a través del cuestionamiento de la institución arte, a la que podríamos definir como las formas en que es producido, circula y es consumido el arte de la modernidad burguesa. El postulado central de Bürger (1987), es que no rechazan simplemente un procedimiento, sino “el arte de su época en su totalidad, y por lo tanto, verifican una ruptura con la tradición” (p. 54).

La definición de Bürger funciona como el teorema del punto fijo de Arquímedes: todas las discusiones posteriores giran en torno a su texto. Por lo que resulta interesante, a los fines del presente artículo, retomar algunos de los cuestionamientos que ha recibido. Una de las críticas más trascendentes es la que realiza Hal Foster (1996), quien cuestiona el “evolucionismo residual” de Bürger según el cual hay una “conexión entre el desarrollo de [un] objeto y la posibilidad de [su] cognición” (Foster, 1996: 11). Aunque el autor destaca que para

* Instituto de Historia Argentina y Americana “Dr. Emilio Ravignani”. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires. Argentina. Mail: matiasoberlin@gmail.com

¹ La obra de Peter Bürger se publicó por primera vez en el año 1974 en alemán, es decir, contemporáneamente al accionar del grupo artístico que analizamos en este artículo. La versión con la que trabajamos aquí es la traducción del año 1987.

Bürger este desarrollo es “asincrónico” o desigual y contradictorio, sostiene que “lo sigue narrando como una *evolución*” (Foster, 1996: 11).

Junto con una tendencia a tomar en serio la retórica vanguardista de ruptura, este evolucionismo residual lleva a Bürger a presentar la historia como a la vez *puntual y final*. Así, para él una obra de arte, un deslizamiento en la estética, ocurre toda a la vez, enteramente significativa en su primer momento de aparición, y ocurre de una vez por todas, de modo que cualquier elaboración no puede ser sino un ensayo. Esta concepción de la historia como puntual y final subyace a su narración de la vanguardia histórica como puro origen y de la neovanguardia como repetición espúrea. Esto es bastante malo, pero las cosas empeoran, pues repetir la vanguardia histórica, según Bürger, es cancelar su crítica de la institución del arte autónomo; más aún, es invertir esta crítica hasta convertirla en una afirmación del arte autónomo (...) Y la cosa no para ahí: para Bürger la repetición de la vanguardia histórica por la neovanguardia no hace sino convertir lo antiestético en artístico, lo transgresor en institucional (Foster, 1996: 12).

Fundamentalmente, el núcleo de la crítica de Foster reside en la caracterización que realiza Bürger de las neovanguardias (movimientos que reinstauran la institución arte mediante la repetición de los gestos que realizaron las vanguardias históricas). Ana Longoni (2004; 2009) en su tesis doctoral profundiza los planteos que realiza Foster: si siguiéramos la definición de Bürger el concepto de vanguardia solamente podría utilizarse en contados casos como el dadaísmo, el surrealismo o el futurismo. Los movimientos artísticos latinoamericanos no calzarían en el apretado corset bürgeriano. Sostiene Longoni:

La clave para definir lo que es o no es vanguardia, entonces, no radica en un conjunto de procedimientos o rasgos de estilo. Más bien, reside en considerar su condición específica (grupos de artistas con una identidad bien definida que actúan en determinados contextos), los modos de intervención (de irrupción violenta) por los que optan y los efectos que provocan (buscando generar un *shock* en el espectador, a partir de los recursos más variados y cambiantes), conmoviendo y repudiando el orden instituido del medio cultural en el que se inscriben (Longoni, 2004: 9).

Ana Longoni y Fernando Davis (2009: 9) se preguntan si “¿es pertinente o provechoso señalar en la historia cultural argentina y latinoamericana episodios o zonas de vanguardia?”. Consideramos con ellos que sí. La clave para la comprensión de las vanguardias en América Latina estará, por lo tanto, en la condición específica, los modos de intervención y en el efecto o *shock* que genera en el espectador.

A lo largo de este artículo, intentaremos, a partir de este debate, detectar si el *pop achorado* realizó algún gesto de vanguardia. Para ello proponemos el siguiente recorrido. En el primer apartado haremos una presentación del *pop achorado*. En ese punto intentaremos reponer el contexto en el que se desenvuelve: el gobierno de Juan Velasco Alvarado en el Perú y su reforma agraria. Además, reconstruiremos el grupo que fue dirigido por Jesús Ruiz Durand en la Dirección de Promoción y Difusión de la Reforma Agraria. A continuación, proponemos el estudio de tres dimensiones: el dispositivo, el lenguaje y el contenido que utilizaron. Es decir: el afiche, el *pop art* y el indigenismo. Intentaremos reponer lo central de los debates que giraron en torno a estos tres aspectos, con un objetivo específico: reconstruir los gestos de vanguardia en cada uno de ellos. Vale la pena aclarar que no buscamos en este ensayo analizar el éxito o

fracaso del *pop achorado*², sino que intentaremos reconstruir lo que Walter Benjamin (2010) describió como el “relampagueo en un instante de peligro” (p. 62) del proyecto artístico.

¿Qué es el *pop achorado*?

El 3 de octubre de 1968 el jefe del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, Juan Velasco Alvarado, encabezó un golpe de estado en Perú que derrocó a Fernando Belaúnde Terry³ pocos meses antes de concluir su primer mandato. Las medidas llevadas adelante por el gobierno de Velasco Alvarado⁴ llamaron la atención de diversos actores políticos e intelectuales⁵ de distintos lugares del planeta. El régimen de Velasco Alvarado se propuso fundar un nuevo orden tanto en el plano económico como en el cultural y el político, para ello buscó rescatar la tradición indígena:

La nacionalidad peruana necesitaba una identidad unitaria de su pueblo-nación y allí aparece lo indígena, no como una vuelta al pasado, sino como una raíz fundamental de lo nuevo, una síntesis de unidad nacional: la identidad del Perú moderno es, para Velasco, “chola”. Lo “cholo” fue ganando terreno hasta convertirse en la plataforma para una nacionalidad de las mayorías, esto es, una nacionalidad popular frente a la cual las identidades indígenas o criollas habrían perdido peso (Caviasca, 2018: 155)

Una de las medidas que más repercusiones generó fue la Ley de Reforma Agraria, promulgada el 9 de junio de 1969, en un contexto latinoamericano en el que la reforma agraria formaba parte de la agenda política de la mayoría de los estados del continente⁶. La política de distribución de tierras peruana tuvo varias características distintivas, pero fundamentalmente - a los fines del presente trabajo- destacaremos que estaba basada en el modelo cooperativista⁷ de la propiedad del suelo. La medida retomaba así los planteos del indigenismo de José Carlos Mariátegui e Hildebrando Castro Pozo que veían en las cooperativas una continuidad del Ayllu, célula del Estado Incaico (Mariátegui, 2010: 122-123).

En ese contexto, el artista Jesús Ruiz Durand junto a Mirko Lauer (ensayista), José Adolph (escritor), Jorge Merino (periodista), Carlos Ferrand (videasta), José Michillot (fotógrafo), José Bracamonte (diseñador) y Emilio Hernández Saavedra (artista) fueron contratados por la Dirección de Promoción y Difusión de la Reforma Agraria (DPDRA). El objetivo de la convocatoria de este grupo de artistas fue que llevaran adelante la propaganda

² Para ello recomendamos la tesis de maestría de Sánchez Flores (2016). El autor matiza el hecho de la utilización del estilo pop en los afiches desarrollados por la DPDRA entre 1969 y 1971 y señala el fracaso del grupo a la hora de interpelar al sujeto de la reforma agraria, el campesinado indígena del Perú.

³ Belaúnde Terry, líder del partido Acción Popular, accedió al poder en el año 1963, tras derrotar en una polémica elección al histórico líder del Partido Aprista Víctor Raúl Haya de la Torre.

⁴ La caracterización del gobierno de Velasco Alvarado excede ampliamente los objetivos de este trabajo, para ello remitimos a textos como el de Guillermo Caviasca (2018), Inés Nercesian (2017) o Eric Hobsbawm (1971).

⁵ Un ejemplo de ello es la particular atención que le prestó el historiador británico Eric Hobsbawm (1971).

⁶ El cuarto de siglo que siguió al final de la segunda posguerra fue el momento dorado de las reformas agrarias en América Latina (Chonchol, 2003). A las reformas de Guatemala (1952), Bolivia (1953), Cuba (1959) y Venezuela (1960), le siguieron una serie de medidas de reforma agraria en diversos países de la región impulsadas por la Alianza para el Progreso cuyo hito fundacional fue la Carta de Punta del Este (1961). Entre ellas se encuentran: Chile (1962), Honduras (1962), Colombia (1961) y Ecuador (1964). En ese contexto la reforma agraria peruana aparece como una continuidad y a la vez como una disrupción ya que tuvo características particulares.

⁷ Sobre el aspecto cooperativo de la reforma agraria puede rastrearse una triple influencia: la reforma agraria yugoslava, la cubana y los escritos del peruano José Carlos Mariátegui.

política del proceso de modificación de estructura de la tierra. Con respecto al grupo que motorizó este proyecto, comentaba Jesús Ruiz Durand en una entrevista del año 1984:

Algunos periodistas y artistas conformamos un pequeño equipo de comunicación que trataba de romper con el esquema tradicional de la rutinaria labor de una clásica oficina de relaciones públicas. La ley de la Reforma Agraria despertó un entusiasmo creciente en las masas campesinas. Fue una etapa inicial de viajes al campo y tomas de tierras, entrando en contacto con una realidad palpitante que desbordaba cualquier previsión teórica (Ruiz Durand, 1984).

Este es, sintéticamente, el contexto de la trama histórico-política en la que surge el objeto de análisis de este trabajo. Su aparición está íntimamente ligada a la solicitud del Estado peruano y por lo tanto tenía una primera finalidad propagandística⁸: “En concordancia con este objetivo publicitario, los afiches presentan una estética cercana al diseño, donde se asoman los carteles cubanos y soviéticos y, principalmente, el arte pop” (Bertoia et al., 2017: 3-4). El grupo utilizó una serie de técnicas de carácter más bien experimental, que iban desde la solarización de fotografías tomadas en las zonas rurales o de circulación masiva, hasta la utilización de dibujos propios del cómic y una simbología de las comunidades andinas. El carácter experimental de las técnicas hizo que el grupo fuera mutando “del expresionismo hacia un arte más óptico y cinético, hasta llegar a una estética pop” (Bertoia et al., 2017: 4). A esta conjunción de elementos alude Jesús Ruiz Durand al bautizarlo como *pop achorado*:

término intraducible de la jerga peruana, asociado al comportamiento desfachatado e incluso insolente que caracteriza a las nuevas generaciones de mestizos en su impetuosa apropiación de todos los recursos simbólicos de ascenso social disponibles (Buntinx, 2003:318 citado en Bertoia et al., 2017: 3-4)

⁸ En el presente ensayo usaremos indistintamente los términos publicidad y propaganda, aunque el artículo en su conjunto refiera específicamente a este último campo.

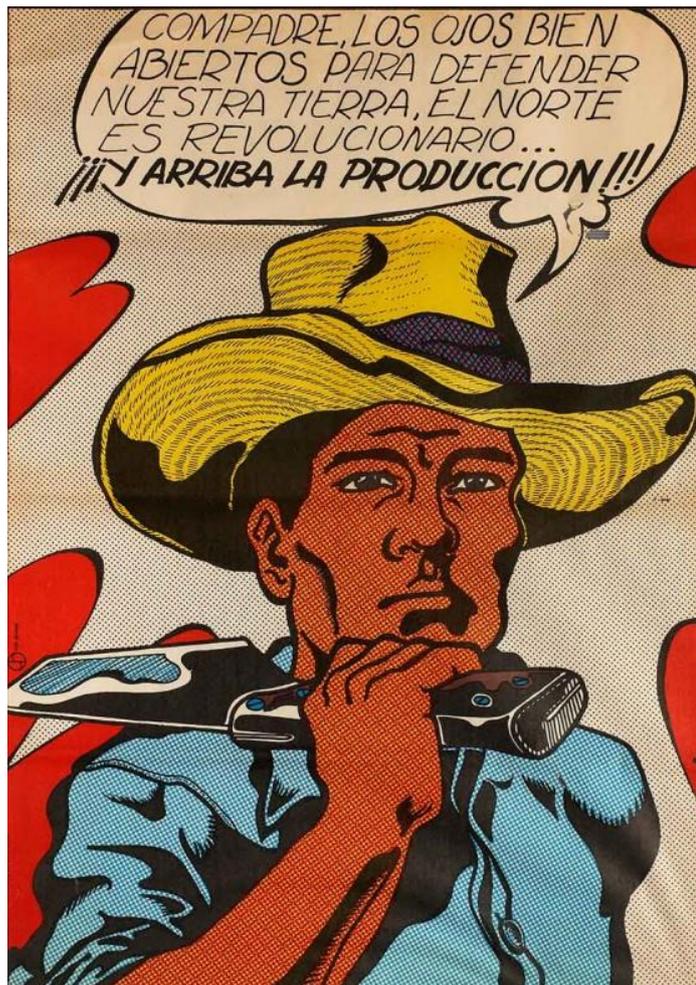


Imagen 1. Imagen extraída de la exposición "Reforma Agraria" de Jesús Ruiz Durand realizada, Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA), 2016.

Podemos dejar planteado, antes de continuar, que las creaciones buscaban interpelar al sujeto de la reforma agraria, el campesinado indígena del Perú, desde una estética pop que retomaba la tradición del indigenismo revolucionario propugnado por José Carlos Mariátegui (1894-1930) y utilizaba el dispositivo del afiche⁹ para plasmar dicha propuesta. Intentaremos ahora analizar cada una de estas tres variables.

El dispositivo: el afiche

Antes de comenzar, debemos aclarar que el concepto dispositivo ha sido desarrollado por Michel Foucault, caracterizado por ser "un conjunto heterogéneo que incluye virtualmente cada

⁹ No realizaremos en este artículo una descripción exhaustiva de los afiches, pero podemos rescatar algunas características comunes. En los carteles el campesinado tiene un rostro y está realizando labores vinculadas a la vida campesina, así aparecen mujeres y hombres indígenas en cada uno de los posters con un mensaje que sale de un globo al estilo de los *comics*. Los afiches tenían una serie de slogans: "Reforma Agraria base de una nueva sociedad", "190 años después Tupac Amaru está ganando la guerra" o "Tierra sin patrones". Y de la boca de los campesinos brotaban frases como "Compadre, los ojos bien abiertos para defender nuestra tierra, el norte es revolucionario... ¡¡¡Y arriba la producción!!!", "Tu estás con la Revolución! La Reforma Agraria te está devolviendo las tierras que te robaron los gamonales. Jatariy!!!", "Ya nadie te sacará de tu tierra hermana esta es nuestra Revolución!" o "Las mujeres norteñas estamos con la Revolución, tú también debes estar presente formando un hogar revolucionario!!!".

cosa, sea discursiva o no: discursos, instituciones, edificios, leyes, medidas policíacas, proposiciones filosóficas” (Agamben, 2011: 250). El dispositivo es la red entre estos elementos, tiene una función específica, cruzada por las relaciones entre el poder y el saber (Agamben, 2011: 250). Giorgio Agamben, retomando la tradición foucaultiana propone la utilización del concepto dispositivo “a todo aquello que tiene, de una manera u otra, la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar, y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivos”, esto implica un arco que va desde las prisiones hasta la escritura o el lenguaje mismo (Agamben, 2011: 257). Consideramos que el afiche es un dispositivo, que tiene una función específica y que de alguna manera tiene la capacidad de orientar las conductas, los discursos y las opiniones.

En el artículo “El afiche” Susan Sontag, publicado originalmente en 1970, destaca que, si bien es impensable la aparición de este dispositivo antes de la invención de la imprenta, su utilización tuvo que esperar hasta la aparición de la litografía a principios del siglo XIX. La litografía -un sistema de impresión a colores más económico y más complejo- permitía y facilitaba la distribución masiva. El afiche se caracteriza por tener tanto una escala, como un lenguaje y una utilización de lo pictórico que “son inherentes al papel que éste desempeña en el espacio público moderno” (Sontag, 2005: 240). Los afiches son impensables por fuera de lo que Walter Benjamin (2007) denominó la “época de la reproductibilidad técnica” y nacieron -utilizando su conceptualización- sin “aura”¹⁰:

A diferencia de un cuadro, el afiche nunca es concebido para que exista como objeto único. Por ende, la reproducción no lo transforma en un objeto de segunda generación, estéticamente inferior al original o de menor valor social, monetario o simbólico. Desde su nacimiento, el afiche está destinado a ser reproducido, a existir en múltiplos” (Sontag, 2005: 242).

El afiche como dispositivo tiene una función específica definida: comunicar. Sin embargo, no es el único artefacto que tiene dicho propósito. Se diferencia de otros dispositivos que también tienen la finalidad de comunicar, por ejemplo, el anuncio público. En el afiche, a diferencia del anuncio, predominan los elementos visuales y no el texto: “El valor de un afiche reside primero en la ‘seducción’ y solo después en la información” (Sontag, 2005: 240):

El elemento visual o pictórico ejerce la atracción inicial, y debe ser lo suficientemente llamativo como para capturar la mirada del transeúnte y vencer la atracción rival de los demás afiches; suele necesitar, además, un mensaje verbal suplementario que continúe y amplifique el tema pictórico (Harold F. Hutchinson cit. en Sontag, 2005: 240).

Esa cualidad seductora del afiche buscaba publicitar las mercancías que la revolución industrial ponía a disposición de las multitudes. Es el reflejo de una economía industrializada y una sociedad de consumo masivo, es decir, el reflejo de una economía capitalista moderna: “Es el capitalismo el que originó esa peculiar redefinición moderna del público en término de consumidores y espectadores” (Sontag, 2005). Este origen publicitario del afiche, íntimamente ligado a la necesidad del desarrollo de una sociedad de consumo, sufrió modificaciones y tuvo distintas derivas a lo largo del siglo XX. Una de las ramificaciones más significativas del dispositivo afiche fue la cartelera política, que nació luego de finalizada la Primera Guerra

¹⁰ Walter Benjamin define al aura como “manifestación irreplicable de una lejanía (por cercana que pueda estar)” (Benjamin, 2007: 153).

Mundial, aprovechando el carácter seductor del dispositivo y fundamentalmente de la mano de movimientos revolucionarios que exhortaban a la población:

Fue debido a las secuelas de la Primera Guerra Mundial como el afiche político comenzó a constituir una valiosa rama del arte de los afiches. No es de extrañar que gran parte de la mejor obra en el campo del afiche político haya sido llevada a cabo por grupos de realizadores de afiches (Sontag 2005: 245).

El afiche peruano no puede ser pensado al margen de las corrientes de cartelera política que surgieron y circularon a nivel mundial durante el siglo XX. Se enmarca en esa tradición que tuvo sus exponentes más conocidos durante las guerras mundiales, la Guerra Civil Española o los gobiernos de Stalin, Mao o Fidel Castro¹¹ (Roca-Rey, 2017: 18). Inscrito en esa tradición, retoma el carácter comunicativo de los afiches pero nos abre una pregunta:

Mirko Lauer escribía, en agosto de 1968, apenas dos meses antes del golpe de Velasco, que “el afiche es esencialmente comunicación, comunicación de símbolos visuales pre identificados en las mentalidades de las personas”. Y agregaba, como si se tratase de una profecía, que “no todos los afiches son obras de arte, aunque el afiche como género esté en camino de serlo” (Sánchez Flores 2017: 51).

Sánchez Flores (2017: 53) coincide en el carácter comunicativo o publicitario de los afiches y se pregunta entonces: ¿“dónde reside la naturaleza artística del afiche”? Gilles Deleuze (2003) plantea que el arte no es comunicación, sino resistencia¹². La pregunta clave entonces sería: ¿puede un afiche ser considerado una obra de arte? Esa pregunta abre una serie de discusiones que para los fines de este trabajo se nos hace imposible reponer. Partiremos de la premisa planteada por Sontag cuando afirma:

La posible subversión del afiche al orientarse a la autonomía estética se ve confirmada por el hecho de que la gente comenzó desde temprano, ya en la década de 1890, a coleccionar afiches, por lo que trasladó este objeto diseñado preeminentemente para el espacio exterior público y la mirada superficial y fugaz de las multitudes a los confines de un espacio interior privado —el hogar del coleccionista—, donde pudiera volverse objeto de escrutinio minucioso (es decir, estético) (Sontag, 2005: 244).

El dispositivo afiche, por lo tanto, tiene un carácter múltiple como indica Sánchez Flores: “en el afiche parecen coincidir su esencia validada como arte, incluso desde su aparición, pero sobre todo su función directamente ligada al consumo y a la circulación como bien cultural” (Sánchez Flores, 2017: 50). La coleccionabilidad del afiche es la característica que haría desprender su carácter estético de su contenido y su búsqueda inicial de comunicar, incorporándolos al circuito de la institución arte.

Resumiendo, el dispositivo del afiche aparece desde su comienzo vinculado a la comunicación, el diseño gráfico y a la reproductibilidad. Nació en el contexto de la segunda revolución industrial y la ampliación de las sociedades de consumo. A través de la seducción buscaba publicitar mercancías. La cartelera política surgió como una rama del afichismo al

¹¹ Jesús Ruiz Durand ha comentado en diversas oportunidades la importancia del vínculo con los grupos de afichistas cubanos.

¹² “No toda obra de arte es un acto de resistencia y sin embargo, de una cierta manera, lo es” (Deleuze, 2003).

concluir la primera guerra mundial. El carácter de obra de arte del afiche es una subversión de su carácter original: es de la mano de su coleccionabilidad que ingresa a la institución arte.

El lenguaje: el *pop art*

El *arte pop* es un núcleo de debate al interior de la teoría del arte. Haciendo una síntesis esquemática, a los fines del presente trabajo, podemos afirmar que existen dos grandes posturas. Por un lado, la crítica del *pop art* como nos indica Huyssen (1986: 258) hizo hincapié en el cuestionamiento al artista de someterse en sus métodos, en sus técnicas, al modo de producción capitalista y de esa manera glorificar al mercado. Se veía en el *pop art* norteamericano una expresión del “*american way of life*” (Traba, 2005: 62). El arte pop es el centro de las críticas de Peter Bürger a las neovanguardias que, como indicamos al principio de este trabajo, serían movimientos que reinstauran la institución arte mediante la repetición de los gestos que realizaron las vanguardias históricas.

Sin embargo, el arte pop también profanaba al arte burgués, lo volvía concreto y adecuado para ser masivamente recibido. Aprovechando las ventajas de la industria cultural arrebatada el carácter de obra de arte, reservado a las obras expuestas en la institución arte y lo volcaba a artículos de acceso masivo. Parecía tener el potencial para convertirse en un arte realmente popular y resolver la crisis latente desde principios del siglo XX en el arte burgués (Huyssen, 1986: 249). La repetición de los íconos, como puede observarse en las obras más conocidas de Andy Warhol (como la imagen de Marilyn Monroe o de las sopas Campbell), “podría ejercer un carácter desmitificador sobre esas imágenes” (Vindel, 2008: 216). Gilles Deleuze utiliza el concepto platónico del *simulacro*¹³ para referirse a esta cualidad del arte pop:

Lo artificial y el simulacro no son lo mismo. Incluso se oponen. Lo artificial es siempre una copia de copia, que ha de ser llevada *hasta el punto donde cambie de naturaleza y se invierta en simulacro* (momento del Arte Pop). Lo artificial y el simulacro se oponen en el corazón de la modernidad, en el punto en que ésta arregla todas sus cuentas, como se oponen dos modos de destrucción: los dos nihilismos (Deleuze, 1989: 266-267).

El simulacro, por lo tanto, sería una de las características distintivas del arte pop. En la repetición de la imagen el arte pop lograba que se perdiera su carácter aurático o cultural “al resultar indiscernible la copia del original” (Vindel, 2008: 216). En la misma línea, Arthur Danto sostiene que el arte pop marcó un punto de inflexión del arte moderno:

Debemos realmente tratar de pensar en el pop —o al menos creo que debemos pensar el pop— de una manera más filosófica. Suscribo un relato de la historia del arte moderno en el que el pop tiene una función filosóficamente central. En mi relato, el pop marcó el fin del gran relato del arte occidental al brindarnos la autoconciencia de la verdad filosófica del arte. Que fuera el más inverosímil mensajero de la profundidad filosófica es algo que yo confieso de buena gana (Danto, 2006: 114).

El arte pop, para Danto, habría puesto en crisis el relato que sostiene la idea de un progreso histórico del arte: “haciendo posible el pluralismo de estilos y liberando al arte de una historia concebida en términos de progreso unidireccional (Molano, 2012: 81).

¹³ Para profundizar en la concepción platónica del concepto de *simulacro* recomendamos el texto de Emiliano Sacchi (2010).

La asimilación peruana del arte pop tiene una serie de particularidades¹⁴. Lejos nos encontramos de la posibilidad de una “american way of life” en un Perú caracterizado por la sistemática exclusión de sectores enormes de la población como en amplias regiones de América Latina. El *pop art* no es utilizado, ni podría serlo, como un lenguaje masivo para la celebración de la sociedad de consumo. Nos encontramos más bien frente a una operación similar a la de Prometeo cuando roba el fuego sagrado: vuelve accesible (o masivo) lo que hasta ese momento era propiedad de unos pocos. El *pop achorado*, en todo caso, acercaba un estilo que se encontraba de moda en las sociedades de consumo, a sectores sociales que eran privados de la posibilidad de acceder a ese estilo de vida. Convierte en destinatario de su mensaje a un sujeto invisibilizado y privado del consumo de las metrópolis: el indígena.



Imagen 2. Imagen extraída de la exposición “Reforma Agraria” de Jesús Ruiz Durand realizada, Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA), 2016.

¹⁴ Aunque excede ampliamente las búsquedas de este artículo, resultaría sumamente interesante analizar el *pop achorado* como un fenómeno de “transculturación” en los términos desarrollados por el antropólogo cubano Fernando Ortiz (1978) en el libro *Contrapunteo cubano del tabaco y del azúcar* y retomado por el uruguayo Ángel Rama (1984) para analizar algunas corrientes literarias previas al *boom latinoamericano*. En su obra Ortiz plantea que el vocablo *transculturación* expresa de una manera más precisa las diferentes etapas del proceso transitivo entre dos culturas, ya que no refiere solamente a la adquisición de una cultura o *aculturación*, sino que también refiere a la pérdida parcial o desarraigo de una cultura precedente lo que podría denominarse *desculturación* y a novedosas creaciones culturales que podrían denominarse *neoculturación* (Ortiz, 1978: 86). Es posible analizar en estos términos el proceso transitivo que se da entre el *pop art* y el *pop achorado*.

El contenido: el indigenismo

Como indica Fernanda Beigel (2001), el término indigenismo puede resultar confuso porque se ha utilizado para exponer distintas teorías o prácticas sociales en diversos momentos¹⁵. Utilizaremos aquí el término indigenismo para referirnos al proyecto político de un grupo de intelectuales peruano de la década de 1920, cuyo máximo exponente fue José Carlos Mariátegui. El proyecto mariateguiano tendría dos grandes dimensiones: la política (vinculada a las reivindicaciones y las posiciones respecto a la incorporación de los indígenas a la sociedad peruana) y la cultural (un indigenismo artístico que reivindicaba el interés por el pasado incaico y lo autóctono).

En la primera dimensión, la población indígena se convertía en sujeto -aunque nunca excluyente, pero con una centralidad importante- de la revolución que Mariátegui propiciaba para el Perú. En la segunda, los distintos productos culturales del vanguardismo aparecían como vías alternativas de conocimiento, con los que la “nueva generación peruana” procuraba acercarse a la historia e identidad cultural de las comunidades indígenas. Lo que Mariátegui llamó “indigenismo revolucionario” fue el resultado del cruce entre ambas dimensiones del problema del indio, y puede considerarse expresión del estadio programático alcanzado por la generación de *Amauta* en la segunda mitad de la década del veinte (Beigel, 2001: 43).

El órgano de difusión de las ideas de este intelectual peruano fue la revista¹⁶ que él mismo dirigió, *Amauta*¹⁷. La publicación fue clave no solo en el desarrollo de las concepciones indigenistas y el problema de la tierra¹⁸, sino también, como indica Mirko Lauer (1991), en el desarrollo del indigenismo gráfico.

El *pop achorado* se inscribe en esta doble dimensión del indigenismo revolucionario que propugnaba José Carlos Mariátegui. Por un lado, la dimensión política vinculada a la incorporación de los indígenas al Perú en igualdad de derechos, garantizando el acceso a la tierra y por otro lado la dimensión cultural que reivindicaba un pasado incaico. El estilo artístico del grupo de Ruiz Durand reavivaba la tensión de lo que Mariátegui expuso en su famoso texto

¹⁵ Para profundizar en este tema recomendamos los textos de Fernanda Beigel (2001) y Mirko Lauer (1997).

¹⁶ La revista *Amauta* fue fundada en 1926 por Mariátegui. Tuvo un alcance nacional e internacional a lo largo de sus 32 números. Llegó a tener un tiraje de hasta 3500 ejemplares y participaron intelectuales y referentes tanto americanos (Diego Rivera, Víctor Raúl Haya de la Torre, Jorge Luis Borges) como europeos (Miguel de Unamuno, André Bretón).

¹⁷ *Amauta* era el nombre de los sabios docentes del inkario, por eso José Carlos Mariátegui era apodado “El *Amauta*”.

¹⁸ Quizás uno de los puntos más interesantes de la reforma agraria peruana haya sido el tipo de propiedades que generó el Estado tras la expropiación. Las tierras fueron entregadas bajo formas cooperativas. Si bien, más cercanamente en la historia se contaba con el ejemplo de las reformas agrarias yugoslava y cubana, ya Mariátegui había propuesto las cooperativas agrícolas de producción y consumo como forma que respetaba la tradición de las comunidades indígenas en un texto de 1927 titulado “Principios de política agraria nacional”: “En contraste con la política formalmente liberal y prácticamente gamonalista de nuestra primera centuria, una nueva política agraria tiene que tender, ante todo, al fomento y protección de la «comunidad» indígena. El ayllu, célula del Estado incaico, sobreviviente hasta ahora, a pesar de los ataques de la feudalidad y del gamonalismo, acusa aún vitalidad bastante para convertirse, gradualmente, en la célula de un Estado socialista moderno. La acción del Estado, como acertadamente lo propone Castro Pozo, debe dirigirse a la transformación de las comunidades agrícolas en cooperativas de producción y de consumo” (Mariátegui, 2010: 121).

“heterodoxia de la tradición”, una búsqueda de hurgar en el pasado las claves de la transformación del presente.

No existe, pues, un conflicto real entre el revolucionario y la tradición, sino para los que conciben la tradición como un museo o una momia. El conflicto es efectivo sólo con el tradicionalismo. Los revolucionarios encarnan la voluntad de la sociedad de no petrificarse en un estadio, de no inmovilizarse en una actitud. A veces la sociedad pierde esta voluntad creadora, paralizada por una sensación de acabamiento o desencanto. Pero entonces se constata, inexorablemente, su envejecimiento y su decadencia (Mariátegui, 2010: 161).

La tradición, tanto por Mariátegui como por el grupo dirigido por Jesús Ruiz Durand, es concebida como revolucionaria, como móvil, como dialéctica. La tradición es algo vivo y por lo tanto crea, a diferencia del tradicionalismo que inmoviliza en un pasado de museo. Lo indígena entonces podía ser interpelado, entrar en diálogo, tensionar y crear desde las corrientes artísticas más actuales. El indio no era algo del pasado, era una forma de habitar el mundo en el presente.

Los planteos de Mariátegui no pueden ser concebidos como la voz del indio en la década del veinte, pero si son una clara representación de un marxismo permeable a una herencia andina: “posible sólo dentro de un universo discursivo que convirtió a la idea de “revolución” y al referente social de las comunidades indígenas en elemento vital del pensamiento político y estético” (Beigel, 2001: 56). Con los afiches del velasquismo sucede algo similar, no hay una representación directa, pero sí una búsqueda por incorporar a los indígenas como sujeto político.

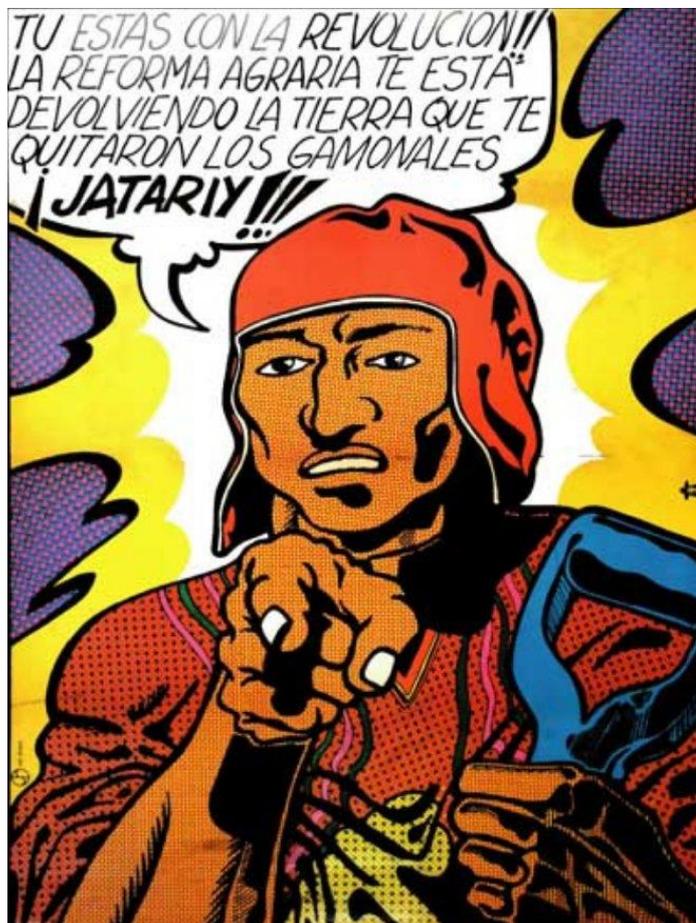
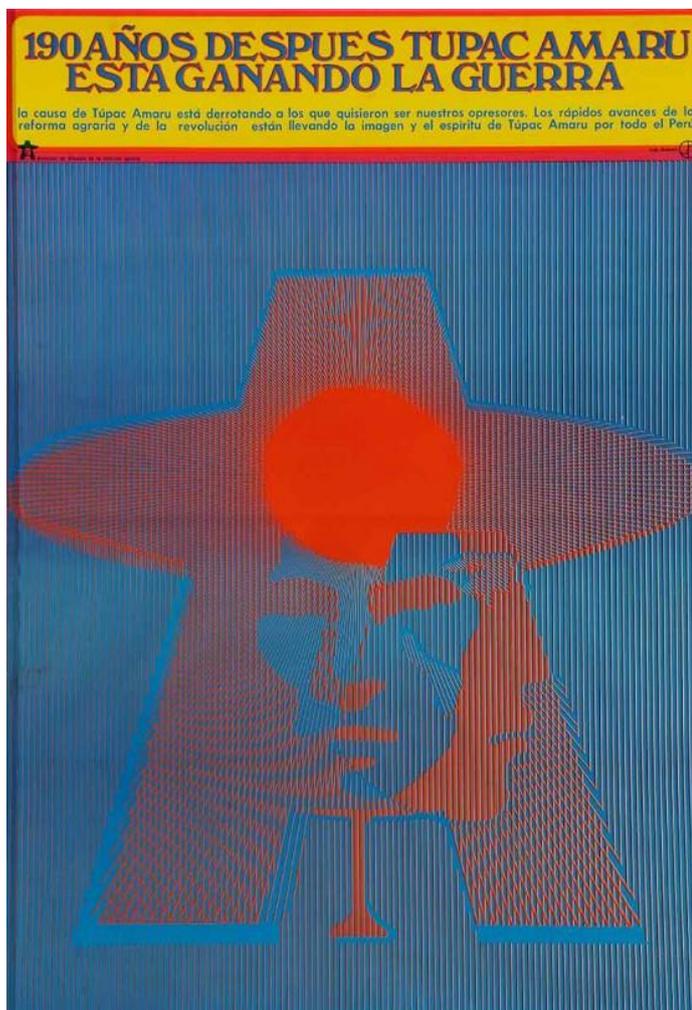


Imagen 3. Imagen extraída de la exposición “Reforma Agraria” de Jesús Ruiz Durand realizada, Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA), 2016.

Los elementos vanguardistas del *pop achorado*

Como indicamos en el primer apartado de este artículo, el proyecto de las vanguardias consistió en reconectar el arte y la vida. Retomando lo expuesto, rápidamente podemos destacar un primer gesto vanguardista del *pop achorado*: el *shock* sería hacer posible en el imaginario colectivo un porvenir donde las poblaciones indígenas de los Andes poseyeran sus tierras. A través de un dispositivo en particular, un lenguaje y un contenido se proponían desarmar el orden social dado. Las víctimas del sistema de dominación no solo podían, sino que debían rebelarse y defender lo que les pertenecía: la tierra. Para ello se inscribía en una tradición de lucha, dotando de una imagen al líder revolucionario Tupac Amaru¹⁹: José Gabriel Condorcanqui había sido el protagonista de un levantamiento anticolonial en 1780, un antecedente de la independencia peruana que el gobierno de Velasco Alvarado se encargó de promover.



¹⁹ José Gabriel Condorcanqui (1738-1781), llamado Túpac Amaru por considerarse descendiente de los soberanos incas de Vilcabamba. Le debemos al pop achorado la imagen que nos hacemos de Tupac Amaru. Sin ir más lejos, la Organización barrial Tupac Amaru, dirigida por Milagro Sala en nuestro país, utiliza como logotipo la imagen desarrollada por Jesús Ruiz Durand.

Imagen 4. Imagen extraída de la exposición “Reforma Agraria” de Jesús Ruiz Durand realizada, Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA), 2016.

Un segundo aspecto que podemos destacar es que (retomando la tradición del indigenismo de Mariátegui) el pop ahorado operó un nuevo “reparto de lo sensible”, visibilizando a los sujetos invisibilizados por el sistema de dominación peruano: a los indígenas y a las mujeres. Jacques Rancière define el reparto de lo sensible como el “sistema de evidencias sensibles que al mismo tiempo hace visible la existencia de un común y los recortes que allí definen los lugares y las partes respectivas” (Rancière, 2009: 9). Es decir que es el sistema que define lo visible y lo invisible. La política reconfiguraría el reparto de lo sensible permitiendo visibilizar o introducir sujetos nuevos, “en escuchar como seres dotados de palabra a aquellos que no eran considerados más que como animales ruidosos” (Rancière, 2005: 19).



Imagen 5. Imagen extraída de la exposición “Reforma Agraria” de Jesús Ruiz Durand realizada, Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA), 2016.

Un tercer elemento para tener en cuenta es el que refiere al afiche como dispositivo. Este punto tiene un triple aspecto. En primer lugar, la utilización del afiche permitía una gran escala para la difusión. Por otro lado, el dispositivo permitía romper los marcos establecidos de la

institución arte (las formas en que es producido, en que circula y es consumido). Aprovechando las condiciones que generó la era de la reproductibilidad técnica, a través de una plataforma que permitía el acceso masivo, el arte podía ampliar la exhibición y por lo tanto la recepción las creaciones. Por último, el carácter de la coleccionabilidad del afiche -que lo incorpora a la institución arte de la sociedad burguesa- es resignificado por la cartelería diseñada por el grupo de Jesús Ruiz Durand. El “coleccionista” al que está destinado no es el crítico de arte, sino los pueblos indígenas campesinos del Perú.

Para finalizar, se propone sumar una posible lectura de la técnica. La fotografía como herramienta tiene un doble carácter en su potencialidad y en su actualización. Por un lado, funciona como herramienta ideal para el autorreconocimiento, potencialmente interpelando al sujeto indígena-campesino del Perú. Sin embargo, en acto presenta una gran dificultad: lo estático de su mirada. Una mirada estática no permite proyectar un futuro posible, sino que detiene en un instante un conjunto de relaciones sociales. Como indica Barthes, “lo que la fotografía reproduce al infinito únicamente ha tenido lugar una sola vez: la fotografía repite mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente” (Barthes, 1990: 31).

La fotografía, por lo tanto, hubiera fijado no solo los rostros y la tradición (elementos imprescindibles para el autorreconocimiento), sino la explotación que sufría el campesinado peruano por parte de los gamonales. Para el objetivo que se planteaban tanto el gobierno de Velasco Alvarado como el grupo de Ruiz Durand -movilizar al sujeto de la reforma agraria- era necesaria una operación similar a la que operaba la imagen-movimiento del cine (Deleuze 1984), liberar a la imagen de la quietud. “Lo real” del aquí y ahora señalado por la fotografía se difumina cuando se pasan las fotografías en la sucesión de imágenes fijas que produce el cine. La fotografía fija planteaba, por lo tanto, un problema. La solución se encontró mediante la técnica de solarizar o caricaturizar las fotografías. La nostalgia del aquí y ahora que ya no es, es reemplazado por la esperanza de una proyección, un futuro posible, una utopía. La imagen-movimiento del cine lo había logrado. La caricaturización de las fotografías buscó generar las condiciones de posibilidad, desprender la inmovilidad del instante, para provocar en el observador la proyección de un horizonte utópico.



Imagen 6. Imagen extraída de la exposición “Reforma Agraria” de Jesús Ruiz Durand realizada, Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA), 2016.

Hemos recogido a lo largo del artículo una serie de gestos realizados por el grupo dirigido por Jesús Ruiz Durand que buscaban reconectar -en los términos de Peter Bürger- el arte con la vida, en cada una de las variables que decidimos analizar: el dispositivo, el lenguaje y el contenido. En este punto es que la definición de Ana Longoni -expuesta al principio de este trabajo- nos sirve para interpretar el *pop ahorado*: un grupo de artistas con una identidad bien definida, que utiliza un modo de irrupción que busca generar un shock en el espectador, “conmoviendo y repudiando el orden instituido del medio cultural en el que se inscriben” (Longoni, 2004: 9).

Conclusión

El *pop ahorado*, surgido en los marcos de una necesidad del gobierno de Velasco Alvarado en Perú, realizó una serie de gestos que intentamos presentar a lo largo del texto. Si bien el presente trabajo tiene un carácter ensayístico, creemos que es oportuno afirmar que el *pop ahorado* podría ser considerado una vanguardia artística. El *pop ahorado* fue un intento de revincular arte y vida utilizando un dispositivo y una forma de intervención (a través de una serie de métodos) que buscó cuestionar no solo la base de la institucionalidad burguesa (la propiedad privada) sino también a la institución arte en sus tres aspectos fundamentales: la producción, la circulación y el consumo.

En esa búsqueda por revincular el arte y la vida propuso un nuevo reparto de lo sensible. El nuevo reparto de lo sensible, que retomaba los postulados del indigenismo de Mariátegui, implicó visibilizar e interpelar al campesinado indígena como sujeto histórico de un nuevo orden social. Un campesinado indígena que había sido invisibilizado bajo el régimen de dominación, vigente desde los tiempos coloniales.

El dispositivo del afiche, originalmente concebido para la comunicación, ingresó a la institución arte de la mano de su coleccionabilidad. Sin embargo, el *pop ahorado* buscó que quien coleccionara el afiche no fuera el aficionado, sino el sujeto que buscaba interpelar.

La fotografía, si bien como herramienta resultaba sumamente útil para la identificación del sujeto indígena campesino, traía como contrapartida la fijación de dicho sujeto a un presente de dominación. Para romper esa quietud, los artistas recurrieron a un método que interpelara al campesinado pero que no fijara su condición de explotación, proponiendo un horizonte utópico, a través de la solarización y la caricaturización.

Para concluir, entonces, podemos afirmar que, a través de una estética llamativa y un dispositivo masivo, el *pop ahorado* buscó poner en discusión las bases del sistema de dominación: el latifundio y la propiedad privada de la tierra.

Bibliografía

Agamben, Giorgio (2011): “¿Qué es un dispositivo?”, *Sociológica*, N° 73, pp. 249-264.

Barthes, Roland (1990): *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*, Paidós, Barcelona.

Beigel, Fernanda (2001): "Mariátegui y las antinomias del indigenismo", *Utopías y Praxis Latinoamericanas*, N° 13, pp. 36-57.

Benjamin, Walter (2007): "La obra de arte en la época de su reproductividad técnica", en Walter Benjamin, *Conceptos de filosofía de la historia*, traducido por Hector Álvarez Murena y David J. Vogelmann, Terramar, La Plata.

Benjamin, Walter (2010): "Tesis de filosofía de la historia", en Walter Benjamin, *Ensayos escogidos*, traducido y seleccionado por Héctor Álvarez Murena, El Cuenco de Plata, Buenos Aires.

Bertoia, Daniela, Paola Chiodi, Constanza Legname, Florencia Lo Russo y Johanna Ojeda Sanese (2017): "Activismo artístico latinoamericano: contactos y divergencias entre los afiches de Jesús Ruiz Durand y las prácticas artísticas colectivas del taller popular de serigrafía". Ponencia presentada en las Jornadas abiertas de estudiantes de la Cátedra de Arte Latinoamericano de la carrera de artes. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Bürger, Peter (1987): *Teoría de la Vanguardia*, Traducido por Jorge García, Ediciones Península, Barcelona.

Caviasca, Guillermo (2018): "El ejército en el poder. La 'Revolución Peruana' un ensayo de 'Revolución nacional'", *Cuadernos de Marte*, N° 14, pp. 139-172.

Chonchol, Jacques (2003): "La reforma agraria en América Latina", en John D. Vargas (coord.), *Proceso Agrario en Bolivia y América Latina*, Plural Editores, La Paz.

Danto, Arthur (2006): *Después del fin del arte*. Traducido por Elena Neerman, Paidós, Buenos Aires.

Deleuze, Gilles (1984): *La imagen-movimiento: Estudios sobre cine 1*, Traducido por Irene Agoff, Paidós, Barcelona.

Deleuze, Gilles (1989): *Lógica del sentido*, Traducido por Miguel Morey, Paidós, Barcelona.

Deleuze, Gilles (2003): "¿Qué es el acto de creación?", en Gilles Deleuze, *Deux régimes de fous. Textes et entretiens 1975- 1995*, traducido por Hernan Ulm, Les Editions de Minuit, Paris.

Foster, Hal (1996): *El retorno de lo real, la vanguardia a finales de siglo*, Akal, Madrid.

González, Alejandra Soledad (2009): "La *Teoría de la vanguardia* de Peter Bürger: su contribución crítica y epistemológica a la historia de las artes", *Boletín de Estética*, pp. 1-24.

Hobsbawm, Eric (1971): "Peru: The Peculiar Revolution", en Eric Hobsbawm, *Viva la revolución: Hobsbawm on Latin America*, editado por Leslie Bethell (2016), Little Brown, Londres.

Huyssen, Andreas (1986): *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*, Adriana Hidalgo Editora, Rosario.

Lauer, Mirko (1991): "Minka, un salto en la plástica andina", *Nueva Sociedad*, n° 116, pp. 130-136.

Lauer, Mirko (1997): *Andes imaginarios. Discursos del indigenismo-2*, SUR-CBC, Cusco.

Longoni, Ana (2004): *Vanguardia y Revolución. Ideas y prácticas artístico-políticas en Argentina de los años '60/'70*, tesis doctoral, Universidad de Buenos Aires.

Longoni, Ana y Fernando Davis (2009): "Las vanguardias, neovanguardias, posvanguardias: cartografías de un debate", *Katatay*, N° 7, pp. 6-11.

Mariátegui, José Carlos (2010): *La tarea americana*, CLACSO, Buenos Aires.

Molano, Mario Alejandro (2012): "Desafíos para una teoría del arte: experiencia estética, institución y función social", *Aisthesis*, n° 51, pp. 79-92.

Nercesian, Inés (2017): "La experiencia de Velasco Alvarado en Perú (1968-1975): intelectuales y política. Una aproximación", *E-I@tina*, vol 15, n° 59, pp. 19-35.

Ortiz, Fernando (1978): *Contrapunteo cubano del tabaco y del azúcar*, Biblioteca de Ayacucho, Caracas.

Rama, Ángel (1984): *Transculturación narrativa en América Latina*, Siglo XXI, México D.F.

Rancière, Jacques (2005): *Sobre políticas estéticas*, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.

Rancière, Jacques (2009): *El reparto de lo sensible. Estética y política*, LOM, Santiago de Chile.

Roca-Rey, Christabelle (2017): "El afiche peruano de 1968 a 1975, entre continuidad y originalidad", Ponencia presentada en el III Congreso de Investigaciones en Arte y Diseño PUCP, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

Ruiz Durand, Jesús (1984): "Afiches de la Reforma Agraria: otra experiencia trunca", *U-tópicos: En torno a lo visual*, vol. 4-5, n° 17.

Sacchi, Emiliano (2010): "Simulacros: Arte, subjetividad y resistencia", *Discusiones filosóficas*, n° 16, pp. 169-176.

Sánchez Flores, Miguel Antonio (2016): "Más allá de pop achorado: una propuesta de relectura de los afiches de Jesús Ruiz Durand para la reforma agraria del gobierno de Juan Velasco Alvarado", Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

Sánchez Flores, Miguel Antonio (2017): "Entre la comunicación y el arte: una mirada a los primeros afiches peruanos", *Conexión*, n° 6, pp. 48-59.

Sontag, Susan (2005): "El afiche: publicidad, arte, instrument político, mercancía", en Michael Bierut, Jessica Helfand, Steven Heller y Rick Poynor (editores), *Fundamentos del diseño gráfico*, Ediciones Infinito, Buenos Aires.

Traba, Marta (2005): *Dos décadas vulnerables en las artes plásticas latinoamericanas, 1950-1970*, Siglo XXI, Buenos Aires.

Vindel Gamonal, Jaime (2008): “Arte y publicidad: Del arte pop a la crítica institucional”, *De Arte*, n° 7, pp. 213-234.