

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



**MÁS ALLÁ DEL *POP* ACHORADO:
UNA PROPUESTA DE RELECTURA DE LOS AFICHES DE
JESÚS RUIZ DURAND PARA LA REFORMA AGRARIA DEL
GOBIERNO DE JUAN VELASCO ALVARADO**

Tesis para optar por el grado de Magíster en Historia del Arte y Curaduría que presenta

Miguel Antonio Sánchez Flores

Asesor

Max Hernández Calvo

Jurados

Fernando Villegas Torres

Alexander Huerta Mercado

Lima, 2016

Quedé asombrado: aquello no parecía un dormitorio de hotel sino el desván de una imprenta. Por todo sitio se veían papeles y más papeles. En realidad eran afiches de toda forma y tamaño, doblados unos, enrollados otros, formando rumas o columnas que se desplomaban entre los escasos muebles.

JULIO RAMÓN RIBEYRO, Papeles pintados
Revista Amaru, N° 3, jul-set 1967

Con buen pie comienza el 68. Su signo, hasta ahora, parece ser el de lo insólito. Los artistas, los promotores del arte, parecen haberse dado cuenta, muy a tiempo, de que es necesario buscar nuevas vías, de que hay que perseguir los vientos renovadores que en todas partes hoy dejan sentir sus auras benéficas.

WINSTON ORRILLO
Revista Oiga, N° 263, marzo de 1968

Cuando la masa informe empieza a transformarse en grupo, es entonces cuando ha empezado la revolución.

JESÚS RUIZ DURAND
Revista Textual, N°4, julio de 1972

La historia del arte sitúa las obras en su ámbito histórico, o sea, utiliza los acontecimientos políticos de su tiempo como telón de fondo.

JUAN ACHA
Arte y sociedad latinoamericana, 1979

RESUMEN

Esta tesis parte del estudio de los veinticuatro afiches que el artista peruano Jesús Ruiz Durand (Huancavelica, 1940) (Huancavelica, 1940) diseñó entre los años 1969 y 1971 en la Dirección de Promoción y Difusión de la Reforma Agraria, DPDRA, organismo oficial creado por el gobierno militar de Juan Velasco Alvarado (1968-1975), cuya función principal era la de comunicar y difundir las acciones gubernamentales relacionadas con la reforma agraria que expropió las tierras a sus dueños y las repartió entre los campesinos peruanos bajo la consigna “¡Campesino, el patrón ya no comerá más tu pobreza!” [sic].

La investigación propone que la categoría estético-ideológica del *pop ahorado*, establecida por el mismo Ruiz Durand en 1984 al referirse a sus afiches, y adoptada por la historiografía del arte peruana como un axioma, es parcial y da una percepción equívoca de la trascendencia de estos objetos. Por un lado, la tesis formula que hemos estudiado y pensado los afiches como un todo, cuando en realidad no lo son. Nuestra propuesta señala que esta lectura es incompleta dado que en total existen subconjuntos, muy precisos, que no necesariamente dialogan con la descripción de *pop ahorado*. Es decir, no todos se resuelven a partir de la estética del pop art y, por el lado ideológico, tampoco todos representan al indio peruano ahorado como sinónimo de desafío e insolencia.

En el primer capítulo de esta investigación se propone una nueva clasificación para el conjunto de los afiches. Esta categorización asume que solo uno de los subconjuntos presentados se relaciona parcialmente con la categoría *pop ahorado*, mientras el resto de ellos se configura a partir de otras resoluciones artísticas y temáticas. En esta nueva clasificación, aquí propuesta, se prioriza los ejes estéticos, sin que ello suponga descuidar los temáticos. Así, por ejemplo, los dos afiches relacionados con la figura de Túpac Amaru se integran conceptualmente a partir de la búsqueda de un ícono revolucionario, pero también lo hacen a partir de su resolución óptica matemática.

El segundo capítulo plantea, sobre la base de esta nueva clasificación, algunos nuevos planteamientos de análisis para los afiches. Estas propuestas priorizan aspectos aparentemente técnicos como la fotografía, el diseño gráfico y el cómic. La

investigación expone, a partir de estas nuevas categorías de análisis, nuevos trazados para futuras y distintas aproximaciones estéticas.

Finalmente, el último capítulo cuestiona la eficacia de estos afiches en el plano de la recepción hacia los campesinos peruanos. La tesis en su conjunto también plantea que si bien su acercamiento oficial los validó en términos artísticos, este mismo acercamiento los convirtió, con el paso del tiempo, ya no en afiches sino en fetiches descontextualizados. La pregunta que subyace es ¿Cómo y cuándo así estos afiches dejaron de ser dispositivos de propaganda política para convertirse en obras de arte para coleccionistas y museos? Una primera respuesta tiene que ver justamente con el *cliché* no cuestionado de una categoría que los uniformizó como una mercancía, pero también con el fracaso del gobierno velasquista que devino en una crisis institucional en el que triunfó un modelo político y económico excluyente, encargado de construir, muchas veces a partir de mitos, la historia oficial.

En suma, esta investigación propone que los afiches que el artista peruano Jesús Ruiz Durand diseñó para la reforma agraria han sobrevivido no solo porque “gustaron”, como muchos ahora repiten, sino porque justamente fueron pensados, desde el comienzo, para una reducida institución artística y política, asegurando así su perpetuidad pero a la vez descuidando así paradójicamente al otro para quienes estaban pensados, es decir, a aquel campesino peruano, aparentemente develado como actuante principal del mensaje, que luego de casi cincuenta años, a diferencia de los afiches, sigue olvidado.

AGRADECIMIENTOS

Esta tesis no existiría sin el apoyo de muchas personas, quienes desde su lugar colaboraron y me animaron siempre a seguir investigando *los afiches*. Sin embargo, antes que a nadie debo agradecer a Silvana y a Emilio, mi familia. Sin su tiempo, apoyo y amor incondicional no hubiera podido escribir ni una sola línea de este texto. Esta investigación es más suya que mía.

Asimismo, debo agradecer a la Pontificia Universidad Católica del Perú no solo por las constantes oportunidades que me ha dado sino también por respaldarme a través del Programa de Apoyo a la Investigación para Estudiantes de Posgrado (PAIP). Sin tal ayuda y apremio quizá esta tesis hubiese demorado más de lo previsto. Del mismo modo, agradezco a la Biblioteca Nacional, al MALI, al Museo de Arte Contemporáneo de la Casona de la Universidad Mayor de San Marcos, a la Biblioteca de la PUCP y a coleccionistas por tener la disposición para guiarme en la búsqueda bibliográfica y también por mostrarme sus obras. En esa misma línea, quisiera agradecer a Cécile Michaud, directora de la Maestría en Historia del Arte y Curaduría de la PUCP, por la confianza y también por su acompañamiento siempre cercano y afectuoso. Asimismo, a Fernando Villegas quien siempre tuvo una recomendación oportuna para mis textos y a Max Hernández Calvo, por aceptar asesorarme en la realización de esta investigación.

Del mismo modo, y con el temor de olvidarme, a todos los que me prestaron algo de su tiempo para hablar del tema. Al propio artista Jesús Ruiz Durand, tan imperturbable como dispuesto con mis comunicaciones. Gracias a él por las tres veces que conversamos y por su paciencia para con mis preguntas. Debo agradecer también a Jorge Díaz Herrera por aquella primera reunión en su casa de Chaclacayo, de la que seguramente no tiene recuerdo. A la profesora Ruth Borja, a Iván Hinojosa y a Antonio Zapata, quienes me ayudaron a entender un poco más del velasquismo desde la historia.

También quiero agradecer a personas que alentaron, quizá sin saberlo, esta investigación, tales como Talía Dajes, Anna Cant, Sharon Lerner, Samuel Adrianzén, Horacio Ramos, Sandra Arbulú Duclós, Carlos “Carlín” Tovar, Carlos Zevallos, Ángel Colunge, Diego Avendaño, Massiel Mestanza, Álex Chumán, Augusto Patiño, Melvin Ledgard, Christabelle Roca-Rey, Juan Luis Gargurevich, Juan Carlos La Serna, Alex Huerta Mercado, Mijail Mitrovic, David Flores Hora. A muchos de mis compañeros de

la maestría quienes siempre se interesaron por saber cómo iba con la investigación y sobre todo a Omar Tapia por nuestros chats de ánimos de madrugada y por siempre tener un tiempo para leer mis pequeños avances. Un agradecimiento especial se merece Augusto del Valle por las varias y largas conversaciones que hemos sostenido sobre el tema en los últimos meses. Muchas de las ideas aquí reunidas no tendrían sustento sin su enorme ayuda y brillantez. Asimismo, cómo olvidar a los artistas Víctor Escalante, Octavio Santa Cruz y a Ciro Palacios, grandes nombres del arte peruano, quienes me recibieron en sus casas con atención y quienes también me ayudaron a entender mejor el contexto artístico de su época.

Finalmente, agradecer por todo a mi familia que desde siempre alentó mis decisiones. No hubo momento en el que no me sintiera respaldado en su orgullo. Sin su soporte, amor y ayuda, jamás hubiera podido decidirme por seguir una maestría en Historia del Arte y Curaduría.



RELACIÓN DE ILUSTRACIONES

Figura 1: Revista Amaru, n° 12, junio 1970, p. 93

Figura 2: Carátula del catálogo de la primera exposición individual de Jesús Ruiz Durand (1966).

Figura 3: Carátula del catálogo de la segunda exposición individual de Jesús Ruiz Durand (1968).

Figura 4: José Bracamonte. *Velasco* (1970). Copia mecánica sobre papel. 100 x 70 cm. Colección de José Bracamonte.

Figura 5: Francisco Laso (1855). *El habitante de las cordilleras (Indio alfarero)*. Óleo sobre tela. 138 x 88 cm. Pinacoteca Municipal Ignacio Merino.

Figura 6: José Sabogal (1925). *Varayoc*. Óleo sobre lienzo. 169 x 109 cm. Pinacoteca Ignacio Merino.

Figura 7: José Sabogal (1926), carátula de revista Amaru, n° 1.

Figura 8: Jesús Ruiz Durand. *Radio Forum en este pueblo* (1970). Impresión en offset sobre papel, 70 x 50 cm. Museo de Arte de Lima.

Figura 9: Jesús Ruiz Durand. *Las mujeres norteñas* (1969). Impresión en offset sobre papel, 98.5 x 71 cm. Museo de Arte de Lima.

Figura 10: Jesús Ruiz Durand. *Arriba la producción* (1969). Impresión en offset sobre papel, 98.6 x 70.2 cm. Museo de Arte de Lima.

Figura 11: Fotografía de Jesús Ruiz Durand, en la que se basó el afiche *Arriba la producción* (1969). Archivo digital, colección del Museo de Arte de Lima.

Figura 12: Roy Lichtenstein (1963), *I Know... Brad*, Óleo y magna sobre tela, 168 x 96 cm. Aquisgrán, Neue Galerie – Colección Ludwig.

Figura 13: Roy Lichtenstein (1963), *Explosion N° 1*, Acero barnizado, 251 x 160 cm. Colonia, Museum Ludwig.

Figura 14: Jesús Ruiz Durand, *Jatariy* (1969). Impresión en offset sobre papel, 100.4 x 69.6 cm. Museo de Arte de Lima.

Figura 15: Jesús Ruiz Durand, *Grandes cosas están pasando* (1969). Impresión en offset sobre papel, 100.6 x 70.7 cm. Museo de Arte de Lima.

Figura 16: Alfre Leete, *London opinion "Your country needs you"* (1914), Serigrafía con semitonos, 76.3 x 50.8 cm. Library of Congress Prints and Photographs Division Washington, D.C.

Figura 17: James Montgomery Flagg, *I want you for U.S. Army : nearest recruiting station* (c. 1917), litografía a color. Library of Congress Prints and Photographs Division Washington, D.C.

Figura 18: Jesús Ruiz Durand, *Ya nadie te sacará de la tierra* (1970), Impresión en offset sobre papel, 95.7 x 67 cm. Museo de Arte de Lima.

Figura 19: Jesús Ruiz Durand, *24 de junio* (1970), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm., Museo de Arte de Lima.

Figura 20: Jesús Ruiz Durand, *El azúcar* (1969), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm., Museo de Arte de Lima.

Figura 21: Jesús Ruiz Durand, *Revolución es participación* (1970), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm., Museo de Arte de Lima.

Figura 22: Jesús Ruiz Durand, *Base de una nueva sociedad* (1969), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm., Museo de Arte de Lima.

Figura 23: Jesús Ruiz Durand, *No pagues por justicia* (1970, Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm. Museo de Arte de Lima.

Figura 24: Jesús Ruiz Durand, *Sácale el jugo a tu tierra!* (1969), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm. Museo de Arte de Lima.

Figura 25: Jesús Ruiz Durand, *En Cajamarca* (1970), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm. Museo de Arte de Lima.

Figura 26: Andy Warhol, *Cow Wallpaper [Pink on Yellow]* (1966), Impresión en papel, 116.8 x 71.1 cm. The Andy Warhol Museum, Pittsburgh

Figura 27: Jesús Ruiz Durand, *Túpac Amaru 01* (1970), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm. Museo de Arte de Lima.

Figura 28: Jesús Ruiz Durand, *Túpac Amaru 02* (1970), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm. Museo de Arte de Lima.

Figura 29: Jesús Ruiz Durand, Logo de Túpac Amaru (1969).

Figura 30: Fotografía de Jesús Ruiz Durand en la que se observa el logo adaptado de Túpac Amaru sobre la pared. Colección privada del artista, 1970-1972.

Figura 31: Jesús Ruiz Durand, *Reforma agraria a fondo* (1969), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm. Museo de Arte de Lima.

Figura 32: Victor Vasarely, *Vega 200* (1968), Acrílico sobre tela, 200 x 200 cm. Art, Archaeology and Architecture (Erich Lessing Culture and Fine Arts Archives).

Figura 33: Jesús Ruiz Durand, *Comunero industrial, ¡Prepárate!* (1970), Impresión en offset sobre papel, 100 x 69.9 cm. Museo de Arte de Lima.

Figura 34: Jesús Ruiz Durand, *Ya llegó el día (s/a)*, Impresión en offset sobre papel, 101 x 72 cm. Museo de Arte de San Marcos.

Figura 35: Jesús Ruiz Durand, *Minero Perú cumple (s/a)*, Impresión en offset sobre papel, 99.4 x 68.6 cm. Museo de Arte de San Marcos.

Figura 36: G. Klutshis, Poster entitled We shall repay the Coal Debt to our Country (Vernem ugol'nyi dolg strane), 1930, c. 102.5 x 72 cm., Collection The Museum Of Art, New York.

Figura 37: Jesús Ruiz Durand, *Teatro y escuela de títeres (1970)*, Impresión en offset sobre papel, 70 x 50 cm. Colección del artista.

Figura 38: Jesús Ruiz Durand, *Títeres titiriti (1970)*, Impresión en offset sobre papel, 70 x 50 cm. Colección del artista.

Figura 39: Jesús Ruiz Durand, *Títeres, El buey y el burro camino a Belén (1972)*, Impresión en offset sobre papel, 50 x 70 cm. Museo de Arte de Lima.

Figura 40: Jesús Ruiz Durand, *Festival de Arte total en Puno (1973)*, Impresión en offset sobre papel, 70 x 50 cm. Colección del artista.

Figura 41: Jesús Ruiz Durand, *Unidos para vivir (1976)*, Impresión en offset sobre papel, 70 x 50 cm. Colección del artista.

Figura 42: Logos comerciales diseñados por Jesús Ruiz Durand.

Figura 43: Portadas de la revista Educación, de 1970, diseñadas por Jesús Ruiz Durand

Figura 44: Publicidad de vodka Smirnoff en el que aparece reproducido uno de los afiches Op más paradigmáticos de Ruiz Durand. (Fuente: revista Oiga)

Figura 45: Miembros de 4-P. Podemos observar a José Bracamonte, parado de brazos cruzados. *Caretas*, n° 382, oct. de 1968, p. 44

Figura 46: Martín Chambi, *Fiesta en la hacienda Angostura (1929)*, Copia moderna en gelatina de plata sobre papel, 40 x 50 cm, Museo de Arte de Lima. Donación Archivo Chambi y Fundación Telefónica.

Figura 47: Jesús Ruiz Durand, *Laredo (1969)*, fotografía, colección del artista.

Figura 48: Pinocho, edición de abril de 1969, producido en Colombia y distribuido en Perú. Resulta curioso la vinculación con la pintura de la imagen.

Figura 49: Victor Honigam, *El Supercholo (1956)*, El Comercio.

Figura 50: Fotografía del artista en la que se observan los afiches en las paredes de la Plaza de Chincheros, en Cusco. Archivo personal del artista, 1970-1972

Figura 51: Afiche de Jesús Ruiz Durand, impresión en offset, original en papel bond, 100 x 70 cm. Colección privada.

Figura 52: Fotografía de una ceremonia oficial con la presencia del general Graham Hurtado, en la hacienda Paramonga (La Libertad), Colección particular de Juan Carlos Serna, s/n

Figura 53: Fotografía de Jesús Ruiz Durand, en la que se observan afiches pegados sobre la pared de Trujillo, La Libertad. Un grupo de escolares y dos personas adultas los observan, 1970-1972.

Figura 54: José Bracamonte, Unidos para vivir (1970), Impresión en offset sobre papel, 100 x 70 cm. Colección de la familia.

Figura 55: Emilio Hernández, Tierra sin patronos (1970), Impresión en offset sobre papel, 100 x 70 cm. Museo de Arte de Lima.

Figura 56: José Bracamonte, Afiche publicado en Revista Amaru, n° 12, junio 1970, p. 93

Figura 57: José Bracamonte, Afiche publicado en Revista Amaru, n° 12, junio 1970, p. 93

Figura 58: Afiches de la colección del Museo de San Marcos en uno de los patios de la Casona de la UNMSM. (Fotografía propia)

Figura 59: Zhang Ruji, Sheng and Tian Yuwen. *Long live the chinese Communist Party*, People's Art Publishing House, 1964

Figura 60: Wen Gegui and Sun Weipin. *People of the lower class are the most intelligent*, Beijing People's Publishing House, 1974.

Figura 61: Zhang Yuejin. *A rich harvest. Book I, for early primary school*. Publicado: Shangai Educational Publisihng House, 1962.

Figura 62: Raul Ramírez. *Long Live the Revolution* (1968) EP (for ICL) 49 X 34 cm. impresion en offset.

Figura 63: René Mederos. *To Camaguey-With the Faith and Valor of the Attackers of the Moncada* 1971(?) EP (for UJC), 71x46 offset

Figura 64: José Papiol. *Clear the way for sugar from the Mill!* 1972, EP (COR) 71 X 44 cm. offset

ÍNDICE

Resumen

Agradecimientos

Relación de ilustraciones.....	7
Introducción.....	12

1. EL POP ACHORADO COMO CATEGORÍA INSUFICIENTE: PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN PARA LOS AFICHES DE LA REFORMA AGRARIA DE JESÚS RUIZ DURAND 22

1.1. De representación del campesino peruano	29
1.2. De ícono: los afiches de Túpac Amaru en clave Op	50
1.3. De espacios industriales	57
1.4. De difusión de actividades culturales	61

2. NUEVOS ACERCAMIENTOS PARA EL ANÁLISIS DE LOS AFICHES DE LA REFORMA AGRARIA DE JESÚS RUIZ DURAND 65

2.1. Desde la gráfica	66
2.2. Desde la fotografía	73
2.3. Desde el cómic.....	78

3. EL AFICHE COMO FETICHE: LECTURAS CONTEMPORÁNEAS DESDE LA INSTITUCIONALIDAD ARTÍSTICA 82

Conclusiones..... 93

Bibliografía..... 97

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

“Las construcciones de la historia son comparables a instrucciones militares que acuartelan y acorazan la verdadera vida”, señalaba Walter Benjamin (1984:559), como crítica al reducido y circunscrito alcance de la historia para abarcar de manera efectiva la totalidad de los fenómenos históricos. Con el velasquismo —dictadura militar por cierto— se cumple dicha máxima pese a los innumerables acercamientos, sobre todo histórico-políticos, a los que ha sido sometido durante las últimas décadas¹. En esa misma línea, Gonzalo Portocarrero (2003:229) señala que “regresar a esa época es como descender a un subterráneo, oscuro y ruidoso; un laberinto poblado de fantasmas”.

Portocarrero añade que esta dificultad se funda en la tensión entre una clase dominante, que para él busca desterrar todo recuerdo de ese periodo, enfrentada al imaginario de una clase subalterna que considera al gobierno de Velasco Alvarado como el mejor de la historia². Sin duda, esta dificultad para concebir dicha etapa, comprendida entre 1968 y 1975 en el Perú, se hace evidente incluso en la mitología creada posteriormente sobre la figura del propio Juan Velasco Alvarado, considerado, entre otras cosas, antagonista del desarrollo, responsable de la crisis del Estado, de la violencia terrorista posterior y demonizado también por una ideología neoliberal que incluso lo ha renombrado actualmente como Velasco con zeta y que tal como dice Mayer (2009:22) “lo ha satanizado [...] culpándolo de todo flagelo que sobrevino en el Perú y que requiere ser reparado”.

Desde la mirada de la Historia del Arte, las cosas no son tan distintas sobre este tiempo; las omisiones se hacen incluso más evidentes y las aproximaciones a las manifestaciones artísticas de dicho periodo siguen siendo aún minoritarias y parciales³.

¹ La mayoría de estos textos se detienen en tratar de explicar las causas del gobierno militar (entre otros: desigualdad social, aparición de guerrillas, la creación del Centro de Altos Estudios Militares, el fracaso de las reformas de los gobiernos anteriores). Asimismo, sobre todo los textos de las últimas dos décadas, hacen un balance, algunos a favor, otros en contra, sobre los efectos de este gobierno. Véase: Franco (1983), Cotler (1995), Kruijt (1991), Chirinos Soto (1991), Mayer (2009), Walter (2010), Pease (2013).

² Peter Elmore (2015 [1993]: 145) propone una lectura de este tiempo, a partir de las obras de José María Arguedas y de Ciro Alegría, ambas publicadas en la década de 1940, en las que dicha tensión dominante-subalterno ya se evidenciaba a partir de su discurso anti oligárquico, que buscaba hacer coincidir el diagnóstico sociológico con la acción política.

³ Véase: Lauer (1979), Buntinx (1983, 1997), Castrillón (2000), Villacorta y Hernández (2002).

Augusto del Valle ha nombrado certeramente a este tiempo como una *zona ciega*⁴, en clara alusión a los pocos estudios desarrollados sobre esta etapa en la historia del arte peruano. Sin duda, se trata aún de una franja poco explorada en la que conviven mitos, ciertamente contradictorios: como el que señala que el gobierno de Velasco anuló una naciente escena rock peruana⁵ y también los experimentalismos de los sesenta. O el que señala que a partir de una política anti-burguesa, fue dicho gobierno también el que comenzó con la desarticulación de la Escuela Nacional Superior de Bellas Artes al destituir a Juan Manuel Ugarte Eléspuru como su director en 1973, activando de ese modo una modernidad artística en la que la práctica del arte “popular” se incorporó finalmente a un circuito oficial —en 1975 se otorgó el Premio Nacional de Cultura al artesano Joaquín López Antay⁶— a través de la plataforma de una vanguardia también política⁷.

Los ejemplos al respecto abundan incluso en la anécdota⁸. Sin embargo, basta con acercarse un poco mejor a la bibliografía existente para constatar que ninguna de las visiones es completa. Es decir, así como una serie de artistas peruanos siguió desarrollando una propuesta particular e incluso contraria al gobierno⁹; tampoco, a pesar de un apoyo gubernamental sin precedentes, el arte popular fue incorporado íntegramente a la dialéctica oficial del arte, como se piensa. Para Buntinx (2005:25) “el

⁴ Del Valle refiere los años comprendidos entre 1975 y 1979 como un periodo poco estudiado del arte local, sin embargo la categoría se extiende a años anteriores, época de inestabilidad política y de reformas progresistas realizadas por la dictadura militar del general Juan Velasco Alvarado.

⁵ Dos aproximaciones interesantes a la escena rock peruana de dichos años son los libros de Cornejo (2002) y Torres (2009).

⁶ Juan Gargurevich (2016: 89) recuerda sobre las reacciones que suscitó el premio “pronunciamientos a favor de Víctor Delfín, Ernesto Zamalloa, Alfonso Moreno y Gabriel Kantor y [...] oposición de Milner Cahuaranga y en particular Juan Manuel Ugarte Eléspuru”. Más adelante, en el 2012 para la Agencia de Noticias Andina, el pintor Fernando de Szyszlo al respecto instó a “no mezclar las cosas”. Y agregó: “Usted no mete caballos de pura raza con carros de fórmula uno. Un Ferrari es precioso como un caballo de raza, pero no hay por qué mezclarlos. Son mundos ajenos”. Véase también: Castrillón (2015)

⁷ Durante esos años se realizaron en el Perú los festivales Contacta 72 (organizado con apoyo del gobierno por los artistas Francisco Mariotti, Luis Arias Vera y Luis Zevallos) y también el Inkari, que reunía en Lima a artistas de todo el Perú. Sobre el primero de ellos, una nota del diario *La Crónica*, del 29 de julio de 1972 señala “Se han dado cita pintores, poetas, escultores, narradores, artesanos, bailarines, novelistas, cantantes [...] Seguramente en el futuro eventos con el espíritu de Contacta 72 [...] cobrarán una magnitud aún mayor y serán llevados al corazón de las poblaciones campesinas alejadas hasta hoy, más que en otros casos, de las manifestaciones artísticas”

⁸ Otro ejemplo de ello es la supuesta aparición del niño Manuelito en el imaginario nacional dada la prohibición del uso de la imagen de Papa Noel en la Navidad de 1972. Roca Rey (2003: 130), al argumentar la decisión gubernamental, señala que “Santa Claus era un símbolo de la dominación anglosajona, un enemigo del pueblo que debía ser desterrado”.

⁹ Miguel López (2011: 320) sostiene que durante dicha época hubo otras manifestaciones que operaron en tensión. Menciona, por ejemplo, el trabajo de Teresa Burga, así como el de Rafael Hastings, quien, para él, nunca dejó de producir y de hacer incluso evidente su aversión a ciertos imaginarios mesiánicos de ese entonces.

resultado (de la política velasquista) fue una escena tan expectante como contradictoria”. Y añade, ahondando en las contradicciones desde el arte, que “el nuevo régimen (de Velasco) por un lado prohibía los conciertos de Santana y encarcelaba a Juan Acha por participar en una fiesta en la que supuestamente se fumaba marihuana. Pero por el otro inauguraba también un horizonte amplio de renovaciones para el quehacer artístico peruano¹⁰”. Sobre este tiempo, al igual que con la historia política, subsisten aún múltiples preguntas no resueltas en relación con la práctica artística, acentuadas por la desaparición de mucho material de la época y también por el descuido de su catalogación. Justamente algunas de estas preguntas están vinculadas al propósito de esta investigación: los afiches oficiales para la difusión de la reforma agraria¹¹ que diseñó el artista peruano Jesús Ruiz Durand (Huancavelica, 1940) entre los años 1969 y 1971.

En primer lugar, creemos que hace falta mirar más los afiches, es decir privilegiar el estudio de las imágenes. La ausencia de una tipología (o propuesta de clasificación) en la bibliografía relacionada evidencia la priorización de una mirada desde la sociología del arte, influenciada sobre todo por autores como Hauser, Hadjinicolaou y Francastel, en desmedro de un análisis formal-estético más vinculado a autores como Warburg, Wölfflin o Panofsky¹². Los estudios centrados en esa mirada *social* no solo han descuidado un acercamiento iconológico¹³ de las obras sino también han olvidado y subordinado su función¹⁴, así como descartado las producciones de otros artistas, sobre todo de José Bracamonte, quien trabajó y también diseñó afiches en la Dirección de Promoción y Difusión de la Reforma Agraria (DPDRA) junto a Jesús Ruiz Durand y de cuya obra casi no tenemos noticias ni registro.

¹⁰ Podemos mencionar como ejemplos, el Festival Contacta 72, los videos desarrollados por Arias Vera y los mismos afiches que aquí estudiamos, para Buntinx, germen de muchas prácticas artísticas de los setenta y ochenta)Huayco E.P.S.).

¹¹ La Ley de Reforma Agraria fue decretada en el Perú el 24 de junio de 1969, nueve meses después del golpe de Velasco Alvarado. Según el Acta de Sesión del Consejo de Ministros, del 27 de mayo de 1969, el ingeniero Agustín Merea, director general de la Reforma Agraria, planteó la necesidad de esta ley que “significaba la transformación del Régimen Latifundio-minifundio por un sistema de explotación de la tierra en armonía con el interés social para que el campesino alcance niveles de vida compatibles con la dignidad humana”.

¹² Panofsky, propone en *Idea: contribución a la historia de la teoría del arte* (1924) su famoso método iconológico que se divide en tres momentos de análisis: pre-iconográfico, iconográfico e iconológico.

¹³ Ruiz Durand (2004:16), al presentar su publicación sobre la iconografía andina, señala la necesidad de leer las imágenes para así acceder a su verdadera significación, mensaje y simbolismo.

¹⁴ Solo como ejemplo, cito esta frase de Gustavo Buntinx (1997:276) en relación con los afiches de Ruiz Durand: “hay cierta pureza formal que es casi estetizante. Una intención plástica que extrema y al mismo tiempo relativiza la tensión política”.

En segundo lugar, creemos que la categoría —implementada por el mismo autor en 1984¹⁵, y utilizada incluso un año antes por Gustavo Buntinx¹⁶— del *pop ahorado*¹⁷ no ha colaborado con un estudio más cercano a las mismas imágenes, convertidas estas en dispositivos que priorizan su dimensión política antes que sus aristas artísticas y de comunicación. Dicha visión ha contribuido a ver los afiches parcialmente y no como lo que son, es decir como varios subconjuntos en los que, contrariamente a lo que se ha pensado, el campesino peruano no siempre es presentado en primer plano: desafiante y ahorado.

En ese sentido, sostenemos que el *pop ahorado* se ha ocupado solo de algunas obras del conjunto y ha obviado otras que no se ajustan a su definición, y de esta manera ha actuado del mismo modo como lo sugería Pierre Francastel (1960: 188), cuando señalaba que la historia del arte debería centrarse en aquellas *obras-tipo* que constituyen los verdaderos jalones del arte y de la vida intelectual de la época. Sin embargo, vale preguntarse quién y cómo se eligen estas *obras-tipo*. ¿Basta una valoración histórica política para la decisión? ¿Anula esta una visión más amplia? ¿Descarta los acercamientos estéticos formales? Creemos que conviene cuestionarnos, ya casi cincuenta años después de su elaboración, sobre aquel axioma, incluso metodológico del *pop ahorado*.

Es verdad que la tradición de la historia del arte latinoamericano, influenciada principalmente por las ideas de Mirko Lauer en el Perú¹⁸, y de Juan Acha y Marta Traba en toda la región¹⁹, han contribuido a ese tipo de aproximación, que tal como lo señalaba el mismo Acha (1979: 145-146) “se aleja de procedimientos ‘arqueológicos’

¹⁵ Llama la atención que la referencia de Jesús Ruiz Durand sea respecto al estilo: “en cuanto al estilo, una especie de *pop ahorado* con elementos gráficos provenientes de la solarización fotográfica a color o efecto *sabatier*”.

¹⁶ En estricto, es Buntinx (1983:71) quien utiliza por primera vez el término, al recoger un artículo inédito del propio Ruiz Durand.

¹⁷ La categoría puede ser resumida como una conjunción estética-política a partir de la presencia gráfica del campesino peruano retador y rebelde a un orden social.

¹⁸ Por ejemplo en su famoso libro *Introducción a la pintura peruana del siglo XX (1976)* llama la atención que la organización no necesariamente esté relacionado a autores y pinturas; priorizando sobre todo temas en los que destacan palabras tales como “migración”, “clase dominante”, “mercado local”, “institucionalización”, “indio”, “indigenismo”, “industria”, “mercado”, “nacional”.

¹⁹ Juan Acha en *Arte y Sociedad: Latinoamericana. El sistema de producción* (1979) parte del materialismo dialéctico y del propio contexto social para explicar la aparición y mediaciones de las expresiones artísticas. Por su lado, Traba en *Dos décadas vulnerables en las artes plásticas latinoamericanas (1950-1970)*, (1973:55), influenciada por las ideas de los teóricos críticos plantea no solo una denuncia a la sociedad de consumo sino también una vía de interpretación que pueda desentenderse de “dominaciones culturales”.

de manejo y crítica de obras para centrarse en las ideas”²⁰. El mismo autor (1981: 429) aclararía aún más su postura en relación al análisis de las obras de arte, al sostener que:

“Nadie duda de la utilidad de estas consideraciones y explicaciones (formales) en el estudio de la base material de la estructura artística de los figurativismos. Pero descaminados estaríamos si limitásemos el consumo artístico a este análisis. Incurriríamos en un grosero formalismo casi siempre del tipo hedonista. Será menester, por consiguiente, extender el consumo a los contenidos, significados y significaciones de las figuras”.

Nuestro planteamiento proyecta un camino paralelo al de la historia social del arte y propone abrir nuevamente un tema pensado resuelto; pero esta vez partiendo de las mismas obras con la intención de trazar nuevas categorías e hipótesis de aproximación. Basta con ver el conjunto de las imágenes²¹ para afirmar que no todos los afiches utilizan la técnica del *Pop Art*²². Los hay también ópticos, pero también obras donde destaca la resolución fotográfica, la apuesta desde el cómic, e incluso desde el mismo diseño gráfico.

Asimismo, en el plano ideológico, como hemos dicho, no todos los afiches compilados contienen campesinos soberanos, también los hay invisibles, sin rostros, desubjetivados en tareas del campo y casi anexados e inertes a la naturaleza. Muchos de ellos aluden a un discurso más bien criollo, definido por Portocarrero (2015:61) como una “propuesta colonial y anti indígena”. En esta investigación sostenemos, así como lo señala Giorgio Agamben (2011:262), que estos dispositivos efectúan también sobre los sujetos-campesinos “procesos de desubjetivación” paralelos a los procesos de sujeto.

Coincidimos con Talía Dajes (2011:136), cuando sostiene que estos afiches, al intentar contener y controlar el movimiento popular —que ubica al campesino en una

²⁰ Es el propio Acha (1979: 145) quien pone en duda si Lauer o Traba hacen historia del arte “tradicional” y “eurocentrista”. Y sentencia: “No la practican, sin duda, de acuerdo a la tradición. Pero debemos tener en cuenta sus puntos de vista”.

²¹ El propio Jesús Ruiz Durand viene preparando una publicación en la que reúne veinticuatro de sus afiches, acompañados de fotografías originales de la época. Asimismo, en un catálogo (2013) diseñado por él mismo compila idéntica cantidad de afiches, pese a la omisión de uno de ellos.

²² Lippard (1979:9) sobre la técnica indica que el “el pop es producto de dos décadas dominadas por la abstracción y, como tal, es heredero de una tradición abstracta más que figurativa”.

posición preponderante—, terminan también proponiendo “un espacio de pensamiento diferente y de control que asegurase que cada campesino realice su tarea y permanezca en su lugar asignado”²³. Este planteamiento que asume que sobre los afiches operan dos procesos paralelos solo es posible con una nueva tipología de aquellos, que descentre la discusión de la categoría del *pop achorado* y plantee nuevas maneras de aproximarnos a ellos.

Es de esa forma que lo que en un principio pareció una pregunta ingenua —por qué un gobierno militar “aparentemente” antiextranjero utilizaba un lenguaje artístico moderno y *yanqui* como el *Pop Art*²⁴— reveló una telaraña más compleja. En efecto, los afiches estudiados son presentados por la historiografía del arte peruana como parte de una modernidad artística avalada por una oficialidad artística; y Jesús Ruiz Durand, como la bisagra²⁵ de un modo nuevo de entender el arte peruano²⁶.

Una nueva manera que coincide con un periodo en el que la discusión pasó de centrarse en el enfrentamiento entre lo figurativo y el abstraccionismo, y situó la mirada en las nuevas técnicas de reproducción y en la aparición de medios masivos de comunicación²⁷. Al respecto, Villacorta y Hernández (2002:32) señalan, sobre esta tensión, “que si bien el polo moderno de la sociedad fomentó en 1950 la abstracción, en 1960, ya más consolidado, también brindó apoyo a las prácticas artísticas del Pop y Op

²³ Esta posición puede vincularse con el concepto de “reformismo burgués”, que motivó la discusión, moderada por Mirko Lauer, entre Félix Schreiber, Manuel Dammert, Gustavo Espinoza, Ricardo Letts, Carlos Malpica, Francisco Moncloa y Felipe Portocarrero y compilado en 1978. Ante la pregunta sobre si el gobierno de Velasco fue reformista o revolucionario anti imperialista, Portocarrero (1978: 46) señaló que lo que caracterizó “al proyecto del gobierno militar fue el establecimiento de un área de capitalismo de Estado asociado y subordinado al capital imperialista, así como el intento de imponer un control corporativo como forma de dominación política”

²⁴ Castrillón (2003:22) resume esta tensión como una “lucha por ser genuinos en medio de una ‘revolución’ y por otro lado la fiesta y el deslumbramiento frente al arte de los centros hegemónicos”.

²⁵ La publicación sobre la colección de Arte Contemporáneo del MALI (2011:138) señala que “esta especie de “modernidad andina” actuaría como bisagra entre la intelectualidad de la vanguardia y la cultura popular. Aunque esta articulación solo se logró en lo formal, los afiches tuvieron una influencia renovadora y decisiva en el imaginario visual peruano”.

²⁶ Para Lauer (1979:145), Ruiz Durand, junto a Jorge Eduardo Eielson, figuraba para él, a fines de la década de 1970, como uno de los más claros expositores que tenía el país sobre problemas y salidas del arte contemporáneo.

²⁷ Sobre el tema es interesante observar lo que decía Augusto Ortiz de Zevallos sobre la obra *Motociclista*, de Luis Zevallos, premiada en 1969: “Lo hecho por Zevallos no es pintura pop [...] Ha formado una obra ajena [...] Si, como para ser, Zevallos postula la no-necesidad de la originalidad, debe entre sus postulados, encontrar un nuevo nombre para esto que hace. Arte, no. Ver: “El caso de Luis Zevallos”, *Oiga*, Lima, n. 318. (3 de abril de 1969, pp. 32-33).

—importadas de EEUU más que de Europa— y de esa forma apostaba por una modernidad universal”²⁸.

Esta supuesta tensión (o contradicción), entre el discurso político y artístico, puede complementarse también a través de la historia. La revolución peruana encabezada por una cúpula militar, formada en el Centro de Altos Estudios Militares (CAEM) creado en la década de 1950²⁹, fue de naturaleza heterogénea y, de entre otras, recogió influencias diversas: la experiencia de Nasser en Egipto, la tradición militar francesa, Mayo del 68, los discursos indigenistas de Mariátegui y Arguedas, así como de las ideas de la Teología de la Liberación³⁰. Habitaba, sobre todo, en sus preceptos la preocupación de transformar radicalmente el orden social peruano y de conectar la acción militar con la acción social para de esa manera encauzar las demandas de una población postergada por años y así evitar la inminencia de las guerrillas³¹.

Según Kruijt (1991:93) para el gobierno de Velasco, “el desarrollo era un proceso armónico e integral” y citando una frase de Mercado Jarrín, uno de los generales de la cúpula de Velasco, sostiene que “los conceptos de desarrollo y seguridad están permanente y estrechamente unidos” en la propuesta. Sobre la ideología, el mismo Kruijt señala varias: influencias de autores eclesiásticos progresistas y de teólogos de liberación. También está el influjo de dos partidos políticos, como la Democracia Cristiana y el Movimiento Social Progresista; y de docentes y de literaturas nacionalistas, como Basadre, Arguedas y Mariátegui (1991:106-109). Pese a lo que se ha creído, el gobierno revolucionario de Velasco no se asumía como una propuesta de izquierda. Por el contrario, este buscó un modelo tan peruano como propio que le escapaba al repetido binomio entre izquierdas y derechas.

En un mensaje a la Nación, con motivo del 149° Aniversario de la Independencia, en 1970, el presidente Velasco en relación al tema señalaba:

²⁸ Los autores señalan a los autores más destacados: Luis Arias Vera, Luis Zevallos Hetzel, Emilio Hernández, Teresa Burga, Gloria Gómez Sánchez, Carlos Dávila, Jaime Dávila, José Tang, José Carlos Ramos, Jesús Ruiz Durand y Ciro Palacios.

²⁹ Velasco (1969:181-182), en el Discurso de Clausura del año académico del CAEM del 19 de diciembre de 1969, sostenía que “cuando se escriba la historia de esa época, los historiadores del futuro sin duda señalarían la fundación del CAEM como un punto crucial en el desenvolvimiento de la Fuerza Armada y como un hecho decisivo en el proceso de cambio institucional en nuestro país”.

³⁰ Llama la atención, por ejemplo, la noticia del 11 de octubre de 1968, en el diario *La Prensa*, sobre una declaración de adhesión a la recuperación de La Brea y Pariñas del cardenal Landázuri, arzobispo de Lima.

³¹ Véase Kruijt (1991), Rénique (2015:113).

“Ni el punto de partida conceptual, ni el proceso de nuestro desarrollo revolucionario, ni el objetivo final de la revolución obedecen a los moldes tradicionales de los sistemas capitalistas o comunistas. El comunismo y el capitalismo no son los “modelos” de nuestra revolución nacionalista...”
(Velasco, 1997:223)

Esta dialéctica, muy presente en los discursos reunidos de Velasco³², subsiste en el mundo del arte y se hace presente también en los periódicos y revistas³³ de la época. Justamente por eso sorprende comprobar por qué fueron estos afiches —que resumen esta heterogeneidad—, y no otros que también lo hacen, los que sobrevivieron a los años a pesar de que muchos artistas se vincularon a esta práctica³⁴. ¿Qué los hace paradigmáticos? Una primera aproximación tiene que ver con su carácter oficial. Susan Sontag (1970), quien estudió muy de cerca el caso de los afiches cubanos, sostenía que el carácter oficial aseguraba la distribución masiva y su recordación típicamente repetitiva, a diferencia de los que expresan valores insurgentes que están condenados a una menor distribución. En ese sentido, es pertinente observar que la supuesta paradoja entre discurso político y estético para el caso de los afiches no es tan dispar como parece.

Así pues, esta investigación propone que los objetos estudiados son adecuaciones oficiales, resumidas en aquel sello icónico *tupacamarino* (ver figura 25) símbolo e ícono que, según Leopoldo Lituma (2011:46), fue creado también por Ruiz Durand y que nació extraído “del ideario colectivo”, sin consulta a fuente histórica. Ese “sello gubernamental” aseguró no solo su distribución masiva por todo el Perú sino también la posibilidad de que muchos de estos sobrevivan al tiempo, siendo arrancados de las paredes, para el caso de los impresos en papel periódico; o guardados, para el caso de los fabricados con papel bond³⁵.

Evidentemente, aún resultan insuficientes las aproximaciones para entender el verdadero fenómeno alrededor de la existencia de los afiches y de su cada vez mayor

³² Para más información, véase los discursos de Velasco compilados como *La voz de la revolución* (1972)

³³ Para la investigación se revisaron los ejemplares de *El Comercio*, *La Prensa*, *El Peruano* y las revistas *Oiga* y *Caretas* desde agosto de 1968 hasta julio de 1969.

³⁴ Podemos mencionar a José Bracamonte, Emilio Hernández, Octavio Santa Cruz, Víctor Escalante, Carlos Gonzales e incluso a Francisco Mariotti.

³⁵ Dicha distinción fue precisada por el mismo artista Jesús Ruiz Durand, con quien tuvimos tres reuniones, en junio y octubre de 2014 y en abril de 2016 (Ver anexos)

importancia. Esta tesis tiene ese propósito que trasciende incluso el propio contexto nacional y se abre a otras realidades nacionales, entre las cuales resaltan los casos chilenos, argentinos y sobre todo, cubanos³⁶.

Asimismo, esta investigación propone acercarse al plano de la recepción. Los circuitos de valor vinculados también a una oficialidad de la institución de arte no han permitido pensar en el público para el que fueron ideados esos afiches —la comunidad campesina— y su eficacia, o su inexistencia, en el sentido práctico de su misión. Cotler (1969: 146-147), meses antes del golpe de Velasco, ya señalaba que en nuestro país se encontraba bastante generalizada la presencia de dos versiones sociales muy diferentes y simultáneas que aquí hemos descrito. Agregaba además que “esta imagen, ampliamente difundida, se basaba en los contrastes socioculturales que se observan al nivel de la costa y de la sierra, las dos ‘regiones’ de mayor importancia del país y que estas características han dado lugar al concepto que señala a la costa como una región en ‘desarrollo, modernizante, occidental’, mientras que la sierra queda enmarcada como la región ‘subdesarrollada, tradicional, indígena’”. Así pues, pensados casi en su totalidad en castellano, estos afiches descuidan justamente aquella otra gran región para la que fueron pensados y se concentran justamente en un discurso marcadamente criollo.

Sin duda, estos afiches interpelan también en el plano de la recepción: ¿eran los campesinos consumidores habituales de cómics? ¿Cómo fueron “leídos” estos afiches no solo por la oficialidad militar sino, y sobre todo, por la población? ¿Qué pasó entonces con el sistema de control del gobierno revolucionario? ¿Cómo entender la utilización de técnicas de vanguardias extranjeras en documentos de difusión tan importantes? ¿Cómo entender que mientras las empresas internacionales dejaban el país, mediante el arte esta influencia se filtraba justamente en los documentos oficiales de la revolución?³⁷ Entender esta paradoja nos permite volver a los afiches para

³⁶ Decimos sobre todo porque justamente son los afiches cubanos los que formal e ideológicamente se relacionan más con los afiches aquí estudiados. Tal como señala Cushing (2003:9) "quizás lo más importante fue que los cubanos lograron evitar imitar el realismo socialista típico de la propaganda soviética y china y estaban en el proceso de construir profundos lazos políticos y económicos [...] fueron un indicador muy visible de la independencia cubana"

³⁷ Al respecto, resulta curioso revisar un artículo del propio Jesús Ruiz Durand titulado “El diablo en bolsa de plástico con cartelito”, publicado en 1972 en el primer número de la *revista Sociedad y Política* (1972: 53-54), y que según sus propias declaraciones fue el causante de su alejamiento de la Dirección de Difusión y Promoción de la Reforma Agraria. En el texto, Ruiz Durand cuestiona la fetichización, domesticación, esterilización y encarcelamiento de dichas obras en los museos y colecciones privadas. Y añade, como si estuviera profetizando el destino de sus obras, “el sistema capitalista se las arregla para

analizarlos a partir de los contenidos, pero sobre todo a partir de lo formal. El uso de los colores, las líneas, formas, la luz³⁸, y también la utilización de personajes, símbolos y textos nos podrían hablar también del entramado proceso del gobierno revolucionario: sus pros y contras. Creemos que entender la obra de Ruiz Durand no solo reabre espacios de estudio para la historia del arte peruano sobre este tiempo sino también permite comprender una importante parte de la historia moderna de nuestro país. Sobre todo tomando en cuenta, para bien o para mal, que los afiches, artistas e incluso instituciones políticas, han cambiado; pero los mismos pedidos y carencias del pueblo campesino permanecen detenidos y subsisten en esos mismos lugares en cuyas paredes fueron pegados los afiches que ahora estudiamos.



poner zancadilla justa a sus pequeños agresores: la vanguardia artística se alza con la mercantilización y el tráfico lucrativo del esfuerzo estético del hombre, sin embargo termina embarcándose cómodamente en dicho tráfico”

³⁸ Wölfflin (1979 [1915]: 20-22) alude a estas características cuando propone sus cinco pares de conceptos en relación a la evolución de lo lineal a lo pictórico, de lo superficial a lo profundo, de la forma cerrada a la abierta, de lo múltiple a lo unitario y de la claridad absoluta a la relativa.

1. EL *POP* ACHORADO COMO CATEGORÍA INSUFICIENTE: PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN PARA LOS AFICHES DE LA REFORMA AGRARIA DE JESÚS RUIZ DURAND



Los afiches fueron pensados, diseñados y producidos en la Dirección de Promoción y Difusión de la Reforma Agraria (DPDRA)³⁹, organismo oficial creado por el gobierno de Velasco Alvarado en 1969, cuya dirección le fue encargada al periodista Efraín Ruiz Caro. Sus funciones fueron generar textos, imágenes y videos para las diversas publicaciones que divulgaban las ideas de la reforma agraria, promulgada por decreto ley N° 17716, el 24 de junio de ese mismo año, y que bajo la consigna de “*Campesino, el Patrón ya no comerá más tu pobreza*” [sic] expropiaba las tierras a sus dueños y se las entregaba a los campesinos como “el *más vital* instrumento de transformación y desarrollo de la revolución peruana” (Velasco Alvarado, 1969:43)⁴⁰.

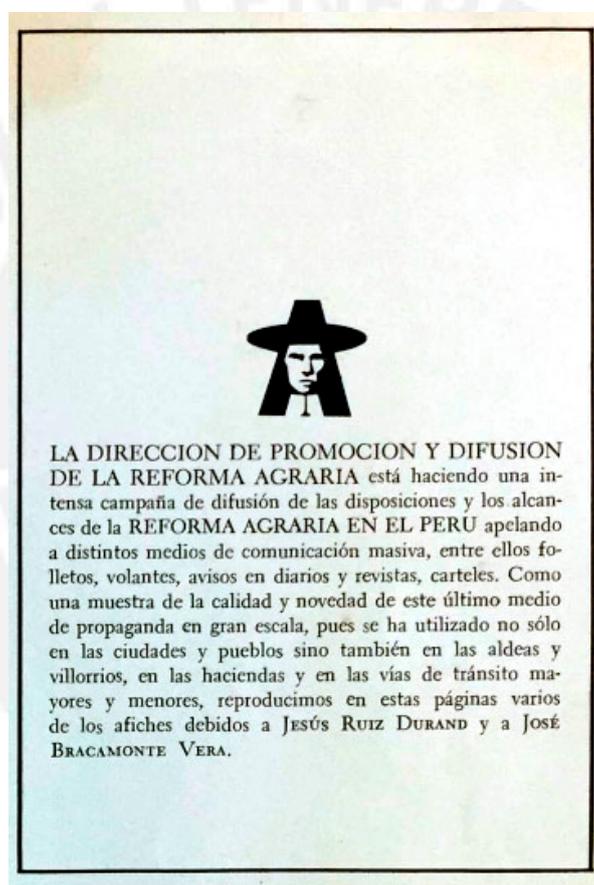


Figura 1: Revista Amaru, n° 12, junio 1970, p. 93

³⁹ Contrariamente a lo que se cree, esta oficina no perteneció al Sistema Nacional de Apoyo a la Movilización Social (SINAMOS) que sería recién creada en 1971 y absorbería la DPDRA. Ruiz Durand señala la creación de este organismo como una de las razones de su alejamiento del *velasquismo*. Lauer (2015: texto inédito) dice que el SINAMOS no solo fue el reemplazo de la DPDRA, sino realmente su negación.

⁴⁰ Resulta significativa la vinculación en cuanto a las oraciones con las propias de la revolución agraria de la década de los veinte en México. Por ejemplo, en el periódico “El machete” de Xavier Guerrero llama la atención una frase en la portada “La tierra es de quien la trabaja con sus manos”. Véase: Ades (165)

Mirko Lauer (2015:5) recuerda a la DPDRA como “una suerte de agencia de publicidad política, con periodistas y gráficos”. Sobre el primer equipo de trabajo, la DPDRA estaba conformada, además de Ruiz Durand y Mirko Lauer, por el escritor José Adolph, el periodista Jorge Merino, el videasta Carlos Ferrand, el fotógrafo José Michillot⁴¹ y el diseñador José Bracamonte. Más adelante se incorporaría al equipo, a través de un concurso, el artista Emilio Hernández.

El mismo Ruiz Durand (2016, comunicación personal) recuerda que fue el periodista Efraín Ruiz Caro quien los nucleó. “Efraín, con quien ya había trabajado en algunos periódicos, era muy cercano a Velasco y al general Figueroa. Así que cuando ocurre la revolución, nos llamó a un grupo de no más de ocho personas, todos muy amigos suyos, para trabajar con él”.

Sin duda, las funciones que se le encargaría a la DPDRA estaban previstas incluso antes de la promulgación de la ley. En el acta del 22 de julio de 1969, José Benavides, ministro de Agricultura señaló la importancia de “efectuar [para las acciones de la reforma agraria] una buena campaña publicitaria como la mostrada por la Empresa Petrolera Fiscal - EPF”.

Por su parte, Anna Cant (2015:134) sostiene que incluso antes del anuncio de la Ley de Reforma Agraria, el gobierno de Velasco ya había solicitado la ayuda de Efraín Ruiz Caro para la constitución de dicha oficina y para la elaboración de discursos. Cant también señala que una de las características principales de los integrantes que conformaron la DPDRA, además de la amistad, era su validado reconocimiento oficial previo: “Lauer ya publicaba como poeta, Ruiz Durand había expuesto sus obras en el Museo de Arte Moderno (MOMA) de Nueva York”⁴².

⁴¹ Fotógrafo peruano recordado por ser uno de los primeros periodistas en llegar a Yungay (Áncash) luego del terremoto que desapareció la ciudad en 1970. Suya es la foto de una mujer llorando de rodillas, y con las manos en señal de plegaria ante la desgracia del sismo, con el fondo de las únicas cuatro palmeras que permanecieron en la Plaza de Armas. Disponible en: <
<http://elcomercio.pe/peru/ancash/hoy-se-cumplen-44-anos-aluvion-que-arraso-yungay-noticia-1733239>>

⁴² El dato lo confirmó el propio artista en nuestras entrevistas, pese a que en la lista de adquirentes virtual del MOMA, las obras no figuran (ver: <https://goo.gl/Qq06Cc>). En 1966 y 1968, con veintiséis y veintiocho años, Jesús Ruiz Durand ya había tenido dos muestras en Lima. La primera individual en la que presentó cuadros ópticos y la segunda, dos años después, en el Instituto de Arte Contemporáneo (IAC) en donde presentó obras cinéticas.



Figura 2: Carátula del catálogo de la primera exposición individual de Jesús Ruiz Durand (1966).

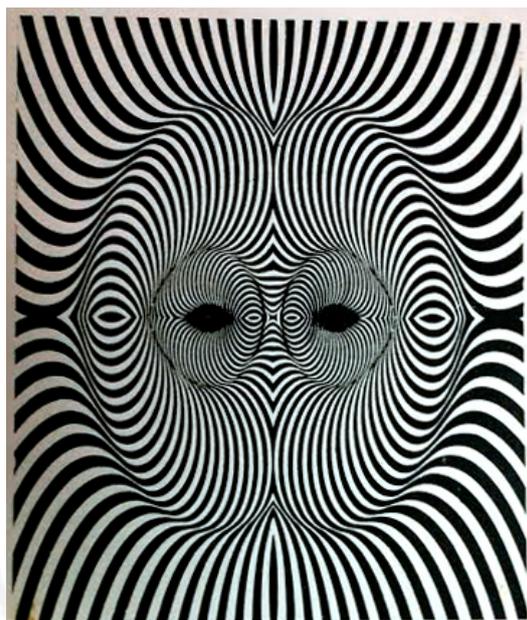


Figura 3: Carátula del catálogo de la segunda exposición individual de Jesús Ruiz Durand (1968).

Esta característica les permitió, pese a estar vinculados jerárquicamente a la Dirección General de Reforma Agraria y Asentamiento Rural, mucha autonomía de trabajo. El mismo Ruiz Durand señala al respecto que, dado su reconocimiento y el poco tiempo con el que contaban para la elaboración de los afiches, los procesos de aprobación y de control eran casi inexistentes. “Había que hacer un afiche para la entrega de tierras de las azucareras en cuatro días y debíamos tener 80 000 afiches impresos. Así que se tenía media hora para hacer ese dibujo, lo veían, lo aprobaban y eso era todo. Éramos ya más o menos famosos, habíamos recibido premios y quién nos iba a discutir”⁴³.

Los afiches, en su mayoría, estaban vinculados con actividades oficiales del gobierno de Velasco Alvarado y muchas veces estos eran distribuidos con anterioridad en lugares donde llegaba el presidente a realizar alguna entrega de tierras. Mirko Lauer en una entrevista con Roca Rey (2016:138) señala que el objetivo [de los afiches] era totalmente ideológico. “No era nuestra obligación informar. Se trataba de difundir una idea sobre la Reforma Agraria”. En ese sentido, su elaboración debía ser rápida y sencilla; y su distribución, masiva. Así pues, según el propio artista, llegaron a

⁴³ 2016, conversación personal

imprimirse 50 000 ejemplares en papel periódico y un promedio de 2 000 en papel bond⁴⁴. Sus dimensiones eran aproximadamente de 98 cm x 70 cm. En cuanto al color, en los afiches diseñados por Ruiz Durand, se priorizaban los colores básicos del cian, amarillo, magenta y negro de la cuatricromía, y evidentemente estaban pensados para ser imponentes ante los ojos de los espectadores.

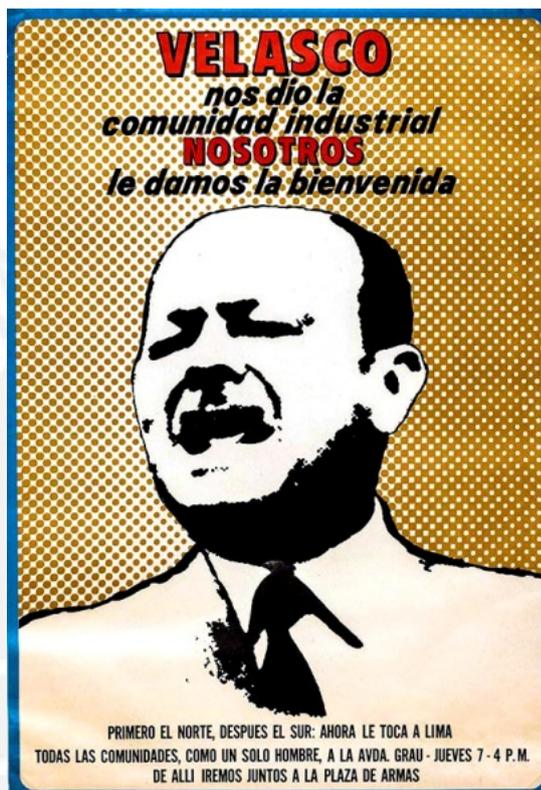


Figura 4: José Bracamonte. *Velasco* (1970). Copia mecánica sobre papel, 100 x 70 cm., Colección de José Bracamonte.

Sobre el proceso en sí, Mirko Lauer (2015:6) recuerda que para la elaboración de los afiches “se formaron dos subequipos naturales para hacer gráfica y texto”. Por un lado, él y Ruiz Durand, dedicados al pop; y por el otro Adolph y Bracamonte (figura 4) en otros estilos. Lauer agrega que “en términos generales, los textos para Ruiz Durand los escribía él, y los de Bracamonte, Adolph, y que luego estos eran discutidos por todo el grupo”.

Sobre el total de afiches diseñados en la DPDRA no hay un dato exacto. Sin embargo, y pese a que no todos corresponden a acciones de la reforma agraria, Ruiz

⁴⁴ Aquellos impresos en papel bond eran, por lo general, distribuidos en organismos del Estado como ministerios, embajadas y oficinas gubernamentales.

Durand ha compilado 24 afiches⁴⁵ como suyos. En su selección los hay también relacionados con la industria, la educación y con la promoción de acciones culturales como presentaciones de títeres, que no necesariamente coinciden con los años en los que funcionó la DPDRA. Sobre el conjunto debemos decir que se pueden observar en total cuatro subgrupos que pueden dividirse de la siguiente manera: i) *de representación del campesino*, en los cuales el campesino peruano aparece como actor principal del discurso, ya sea soberano, neutro o incluso nulo; ii) *de ícono*, grupo en el que se incluyen las resoluciones de Túpac Amaru desde el art óptico como demanda de un símbolo para la revolución; iii) *de otros espacios* vinculados sobre todo a fotografías del sector industrial y minero; y iv) *de difusión de actividades culturales*, la mayoría de los cuales muestran estéticas infantiles.

TIPO	NÚMERO DE AFICHES	PORCENTAJE
De representación del campesino	13	54.16%
De ícono: Túpac Amaru en clave Op	3	12.5%
De espacios industriales	3	12.5%
De difusión de actividades culturales	5	20.83%
TOTAL	24	100%

Cuadro 1. Propuesta de clasificación de los afiches para la reforma agraria de Ruiz Durand elaborada a partir del catálogo hecho por Jesús Ruiz Durand (2014).

Para fines metodológicos, los hemos dividido siguiendo un camino funcional, es decir, clasificándolos según tipos de representaciones (campesino, ícono y espacios) y también de acuerdo con su función de comunicación (difusión). La categoría más utilizada fue la de representación del campesino, con un total de 13 afiches de los 24 totales.

Sobre la compilación de Ruiz Durand llama la atención un par de detalles. En primer lugar, el poco cuidado por la datación. Así, por ejemplo, el titulado *El buey y el burro camino a Belén* (figura 39) y también el titulado *Minero Perú cumple* (figura 35),

⁴⁵ El autor elaboró un catálogo de los afiches en los que incluye 23. En su publicación aún inédita consigna uno más, con lo que se llega a un total de 24.

son fechados por el artista en 1970. No obstante, al obsérvalos podemos señalar, por las fechas consignadas en las mismas obras, que se trata de afiches realizados posteriormente (1972 y 1975, respectivamente). Un segundo aspecto por destacar está vinculado a la temática. Es decir, muchos de estos afiches compilados no están necesariamente relacionados con acciones de la reforma agraria sino con actividades de otros sectores. Sobre su inclusión, el artista argumenta que esto se debe a que forman parte del mismo proceso de trabajo que tenía en la DPDRA. “Comenzaron a tener mucho éxito los afiches y los otros ministerios nos encargaban. Hice muchos para el Ministerio de Industria, Energía y Minas”⁴⁶. Sin duda, esa heterogeneidad puede ser entendida también a partir de la definición del propio público objetivo al que iban dirigidos y a la dificultad por entender al campesino peruano como unidad. En ese sentido, Anna Cant (2012:36) añade que estas variaciones, de enfoque artístico en los afiches de Ruiz Durand se puede entender también a partir de la diversidad de la población.

⁴⁶ 2016, Conversación personal

1.1. De representación del campesino peruano

“Todas las imágenes de carácter racial son alegóricas”, señala Majluf (2013), a la vez que sostiene que no existe un solo tipo de indio. De esa manera, cuestiona, utilizando como ejemplos *Las Pascanas* y *El Habitante de las cordilleras*⁴⁷ (figura 4) de Laso, las lecturas naturalistas —que reclaman *originalidad racial* en la representación de los indígenas o las que señalan que antes que indios se trata de criollos y/o mestizos representados⁴⁸—. Para Majluf dichas aproximaciones parten del supuesto equivocado de creer que existe un único referente para las categorías raciales en la pintura. Es decir, de la creencia errada que existe una categoría racial-estética que pueda explicar al indígena peruano.

En esa misma línea, Lauer (1976:88) sostiene que “durante largo tiempo la figura del indio ha sido considerada la piedra de toque del nacionalismo pictórico”. Es el mismo autor (1976:92) quien señala los primeros pasos del indio peruano cuando dice que, obviando a Huamán Poma de Ayala y a otros cronistas gráficos, “la primera aparición notoria y vinculada con el arte del siglo XX del indio como personaje central de la pintura se da justamente en las tres *Pascanas*⁴⁹ y *El habitante de las cordilleras* que pintó Francisco Laso”. Sin duda, se trata de un importante primer momento en la representación del indígena peruano.

A las disquisiciones orientadas a la originalidad racial podemos añadir, a partir del rostro escondido del personaje principal de Laso (figura 5), relegado a la sombra, que la representación es incompleta y casi nula. Es evidente que la imagen prioriza el rostro fijado en el huaco precolombino⁵⁰ que lleva en las manos; el cual, a diferencia del habitante, ocupa el plano central a partir de la luz que recibe. Sin duda, la decisión de Laso es relevante dado que expone la dificultad de trabajar a partir de categorías

⁴⁷ La obra fue pintada por Laso en París para la Exposición Universal del año 1855.

⁴⁸ Para Hernández (2009:119), en el primer tercio del siglo XX “dos debates frecuentaban los primeros planos del debate intelectual: la radicalización que significó el indigenismo y la elevación del hecho del mestizaje indo-hispano a la categoría de metáfora de nuestro ser cultural”.

⁴⁹ Sobre la resolución estética de dicha obra, Lauer (1976: 92) señala que “los rostros de estos indios acuchillados (que inauguran una tradición del hieratismo en el tratamiento del tema) son de gran belleza y perfección [...] no son los rostros de la escuela indigenista, sino la versión romántica de un rostro indígena”.

⁵⁰ Según Majluf (1995:144) la imagen fue sacada del libro *Antigüedades peruanas* de 1851 de Mariano Eduardo de Rivero. Buntinx (1194: 81) ha ensayado una explicación desde el psicoanálisis, sobre la presencia del rastro precolombino, vinculado la “mutilación genital de connotaciones genitales y fecundantes”. Y agrega que aquello también alude a “un pasado concebido como presente y como presencia, fuerza *atenuante* y *perturbadora*”.

raciales. La opción de esconder a su personaje tras el huaco —que en efecto, representa el pasado— no solo es una resolución estética de un impase sino la primera constatación de lo que señala Majluf en relación a la utopía de sintetizar, a través de la plástica, al campesino peruano.



Figura 5: Francisco Laso (1855). *El habitante de las cordilleras (Indio alfarero)*. Óleo sobre tela, 138 x 88 cm. Pinacoteca Municipal Ignacio Merino.

Un segundo momento, en esta búsqueda lo representa el indigenismo de la primera mitad del siglo XX cuando la presencia del campesino peruano en la plástica peruana se hizo más efectiva e incluso se oficializó con José Sabogal, nombrado, en 1933, director de la Escuela Nacional de Bellas Artes. Con esta designación, la corriente indigenista se apuntala programáticamente⁵¹ a partir del principal centro de formación de artistas peruanos. Al respecto, Lauer (1976:113) señala que los indigenistas quisieron

⁵¹ En los años veinte Elena Izcue, Jorge Vinatea Reinoso, Alejandro González, entre otros, ya representaban motivos “indigenistas” en sus obras. Podemos mencionar, como ejemplo, la obra *El arte peruano en la escuela* de Elena Izcue

reemplazar el indio “incaico”⁵² reemplazándolo por “uno más real”, “sustituido por el tema de una nueva retórica, cuyos rasgos principales serían la *idealización*, la *etnologización*⁵³ y la *folklorización*. Para Majluf (2000:23), la fecha también coincide con los primeros cuestionamientos sobre el *estatuto racial* de los indios de Laso antes mencionados. Para la autora “esta insatisfacción frente a las representaciones de Laso [...] resultaron del auge paralelo de estereotipos visuales fomentado por los artistas indigenistas a partir de la década de 1920”. La autora sostiene que la acusación de Sabogal a Laso de estilizar a los indios representados en las *Pascanas* es la “manifestación de un ideal estético y racial distinto”⁵⁴. Lauer (1976:96) agrega que “en los 20 y los 30 [lo que interesaba era saber] qué significaba en términos artísticos o políticos colocar, o no, la figura del indio sobre lienzo”. Para el autor las posiciones iban desde quienes lo señalaban como una simple representación hasta considerarlo “como una de las representaciones concretas del proletariado peruano, [decían que] debía ocupar el centro del escenario plástico”.

Por otro lado, Villegas sostiene una tercera mirada cuando discute que Sabogal solo haya sido un pintor indigenista. Para Villegas, este sello/epíteto fue justamente atribuido por quienes se oponían a su propuesta. Y añade: “la propuesta del artista incorpora los conceptos de mestizaje, arte popular y costumbrismo limeño en su búsqueda de identidad [...] Sabogal sí pintó indios, pero lo indígena no fue un tema exclusivo dentro de su propuesta del arte peruano. Fue el último intento de plasmar la identidad en las artes plásticas peruanas” (2008: 26).

Ugarte Eléspuru (1970:33), por su parte, insistía desde el plano formal en su crítica a la rudeza de la propuesta indigenista de Sabogal, y acusaba a su pintura ‘fuerte’ de exagerar “los rasgos de sus personajes dándole a los rostros indígenas [...] aquella imagen primaria de ruda expresividad: pómulos salientes, acusado prognatismo, narices ganchudas como pico de cóndor, ojos grandes y profundos como puquios de puna, con el propósito de magnificar a la raza autóctona”. Una posición contraria es la de Élica Román (2009:27), cuando dice que lo que Sabogal “pretendía y requería, era representar

⁵² Propuesta que en el Oncenio de Leguía (1919-1930) afirmó el discurso oficial de la patria nueva con un discurso peruanista que según Carla Di Franco (2016:13) "promocionó el pasado incaico asociado a la protección y defensa de los indios" y también "el respeto por el pasado colonial como un guiño a las élites más tradicionales y su orgullo con la gesta independentista".

⁵³ En conversación con Ruiz Durand, el artista señaló que las fuentes de sus afiches era en su mayoría sus registros fotográficos de diversas partes del Perú. “Actuaba de la misma manera que un etnógrafo”.

⁵⁴ Majluf no cree que la raza puede ser aprendida, pero sí señala que la percepción visual es decisiva para las lecturas que se han hecho de las obras de Laso.

lo propio, lo auténticamente local, por las vías de fusionar, conciliar y adecuar, la realidad y los sentimientos peruanos”.

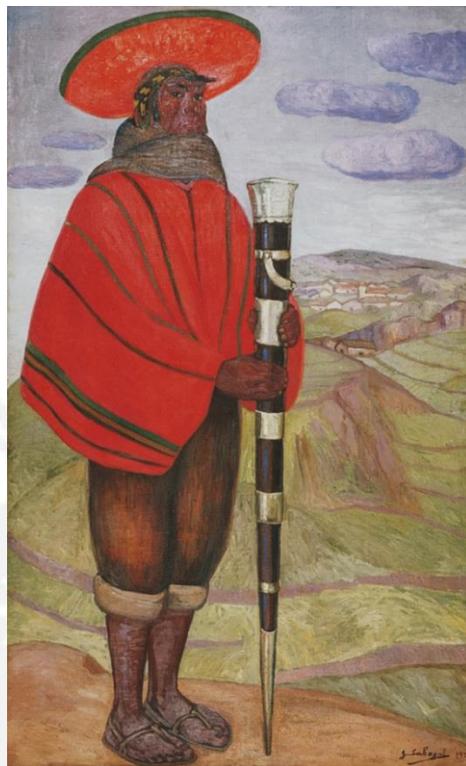


Figura 6: José Sabogal (1925). *Varayoc*. Óleo sobre lienzo, 169 x 109 cm. Pinacoteca Ignacio Merino.

Lauer (1997:107) incorporaría el concepto de *indigenismo-2* al debate como una “reacción esencialmente conservadora al indigenismo sociopolítico” en la que ya no se abre “una ventana desde y sobre lo andino sino que se parte del proceso de la cultura criolla en el Perú con la finalidad de cancelar una fractura racial, étnica, clasista y cultural”. No obstante, para Huamán (2009:19), esta mirada está diciendo algo evidente; es decir, “que en el indigenismo como en cualquier otro movimiento cultural las prácticas artísticas (literarias, plásticas, arquitectónicas o musicales) comparten con los movimientos ideológicos y políticos su interés común por algo, en este caso lo autóctono, pero se separan de ellos por la manera de concebirlo”. Es decir, a lo que apunta Huamán al señalar lo que para él es un error, es que toda obra de arte, sin distinción, tiene un sustrato social separado justamente por la forma de representación.



Figura 7: Carátula de la revista *Amauta*, n. 1, José Sabogal (setiembre, 1926)⁵⁵.

El indigenismo, entonces, expone un segundo intento en lo referido a la presencia del indio en la plástica peruana. Representa, para algunos, una propuesta fallida no solo por la ausencia de una praxis, como lo señalaría Lauer; sino también por su sesgo de representación. En las obras de Sabogal, por ejemplo, aún los rostros de los personajes reflejan la dureza del dolor indígena y los ojos todavía esconden cierta lejanía y desconfianza, incluso en la representación de autoridades como en el ejemplo del *Varayoc* (figura 6).

Este impase de representación *distorsionada* encontraría dentro de la historia peruana una resolución, paradójicamente no desde el arte sino desde la esfera política. Tal como lo auguraba Mariátegui (1927:333) al señalar que cuando el “indio ocupe el primer plano en la literatura y en el arte peruanos no será, seguramente, por su interés literario o plástico, sino porque las fuerzas nuevas y el impulso vital de la nación tienda a reivindicarlo”⁵⁶. Es decir, que para que el indio peruano ocupe un lugar preponderante

⁵⁵ Majluff (2013: 76-78) señala sobre esta portada que “Sabogal parece querer distanciarse del primitivismo xilográfico que él mismo había contribuido a difundir en las revistas del sur andino como *Kosko* y *Boletín Titikaka* [...] Sabogal experimenta de diversas formas con el diseño de la revista, estableciendo una clara búsqueda de alternativas visuales. Esto lo conduce a sus primeras exploraciones del arte de los mates burilados de la sierra central y de los queros coloniales [...] *Amauta* marcó, sin duda, una inflexión en la producción editorial de los años veinte”.

⁵⁶ Resulta significativo que Sabogal colaborará continuamente con *Amauta*, la revista dirigida por Mariátegui (figura 7).

dentro de la representación del arte peruano fuese necesaria una revolución⁵⁷, que desde el discurso oficial, lo ubique en el mismo centro de la discusión política.

La revolución tardó algunos años, pero llegó el 24 de junio de 1969 con la promulgación de la Ley de reforma agraria⁵⁸. En el discurso de promulgación, el presidente Velasco (1972:51-52) pareció afianzar dicha idea cuando dijo que partir de esa fecha las comunidades indígenas dejarían el “calificativo de resabios racistas y de prejuicio inaceptable” para pasar a denominarse Comunidades Campesinas⁵⁹.

Proponemos que los campesinos peruanos representados en los afiches para la difusión de la reforma agraria diseñados por Jesús Ruiz Durand son un tercer momento en este recorrido iniciado en la mitad del siglo XIX con *Las Pascanas* y *El habitante de las Cordilleras* de Laso, y continuado por el grupo de indigenistas en la primera mitad del siglo XX. Y así como estos proyectos, se trata de una empresa frustrada pese a que los afiches formaron parte de una plataforma gubernamental y a que fuese el propio presidente Velasco quien recalcará que la reforma se hizo para los campesinos “y [que] ellos debían ser los actores principales del proceso”⁶⁰.

El *pop ahorado* pareció ser la categoría adecuada de entendimiento de esta confluencia de vanguardias estéticas y políticas. Sin embargo, basta con ver los afiches para darnos cuenta de que no todos presentan a los indios como parte de esta categoría de análisis. En ellos, además de los rebeldes campesinos peruanos portando estandartes en mano, también los hay desubjetivizados e incluso invisibles, perdidos en el anonimato.

⁵⁷ Antes de Velasco, Leguía y su propuesta de patria nueva apuntaló un discurso incaísta que; sin embargo, como hemos dicho anteriormente rescataba el pasado “glorioso” del Inca peruano y planteaba una visión paternalista sobre el indígena peruano. Zapata (2013:98) apunta que “Leguía dio un artículo de la Constitución de 1920 que reconoció legalmente a las comunidades indígenas”. Y añade que “era la primera carata magna peruana que legalizaba esta centenaria institución” Véase también: Ramón (2014).

⁵⁸ Véase Mayer (2009: 27-78). En relación con el tema, Vergara (2015: 208) sostiene que durante el siglo XX se habló mucho de la reforma agraria, “de la cual se había perdido ya la esperanza de que se realizara alguna vez”. Y agrega que “un estudio de los años sesenta había encontrado que la distribución de la tierra en el Perú era de las más desiguales de América Latina, donde el 2% de las propiedades poseía el 85% de la tierra en el Perú”.

⁵⁹ Ricardo Letts (1977: 121) sustenta que la comunidad campesina “[...] es el instrumento legal principal en que se organiza y agrupa, donde establece sus vínculos de defensa y de lucha el campesinado”.

⁶⁰ Mensaje a la Nación con motivo del 149° Aniversario de la Independencia. 28 de julio de 1970 (Ver: Velasco. La voz de la revolución, 1972:239).

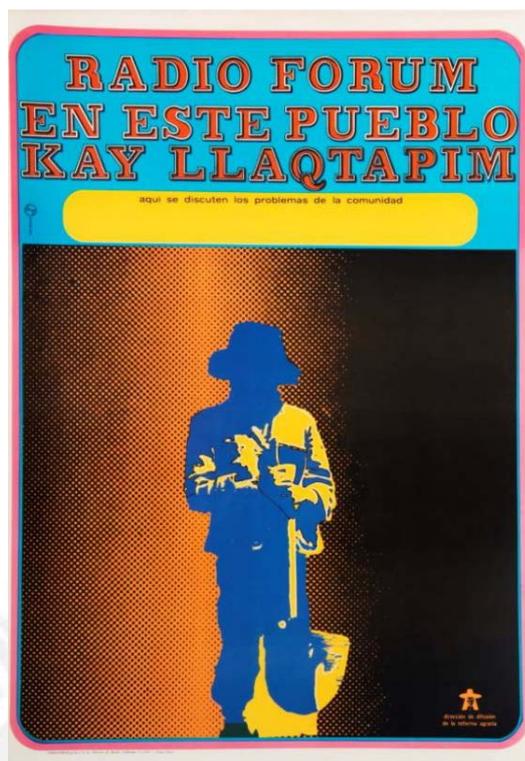


Figura 8: Jesús Ruiz Durand. *Radio Forum en este pueblo* (1970). Impresión en offset sobre papel, 70 x 50 cm. Museo de Arte de Lima.

Así, por ejemplo, el afiche *Radio Forum en este pueblo* (figura 8), en el que un niño sin rostro apoya sus manos en una pala —como lo hace el indio de Sabogal con su varayoc (figura 6)—, parece cerrar un círculo que lo acerca, más que a la categoría del *pop achorado*, a la de *El habitante de las cordilleras* de Laso. Sorprende constatar que la sombra, tanto para el afiche como para la pintura, recaiga sobre ambos personajes de la misma manera; y también sorprende que la sombra que lo anula y oculta esta vez recaiga sobre un niño. Es decir, ya no como en la obra de Laso, el indio adulto se esconde en su pasado glorioso representado por el huaco de la cultura Moche; sino esta vez, el niño se oculta tras la pala, objeto que justamente remarca su vinculación servil, a diferencia del varayoc, con la tierra. Se trata, pues, de la representación pictórica del anticipo de un fracaso relacionado con la reforma que prometió la tierra y que nuevamente, como hace más de 150 años, oculta al indio peruano.

A partir de esa distinción, central para entender las limitaciones de la categoría del *pop achorado*, esta investigación propone una primera tipología vinculada a los afiches *de representación del campesino peruano*. Se incluyen en total trece afiches. Dentro de estos pueden distinguirse dos grupos: por un lado, ocho de ellos que

representan al campesino como actor principal del proceso revolucionario, rebelde y ostentoso en el primer plano de la acción narrativa; y por el otro, cinco de ellos que, por el contrario, representan campesinos sumisos, no reconocibles u ocultos en sus labores agrícolas.



▪ Afiches de *pop ahorado*

Vinculados estéticamente a la estética pop, sobre todo a la propuesta de los artistas estadounidenses Roy Lichtenstein y Andy Warhol⁶¹, los afiches aquí agrupados representan un cambio de paradigma político en relación con la representación del indio peruano, proceso que fue reforzado por un discurso construido desde la misma oficialidad del gobierno.



Figura 9: Jesús Ruiz Durand. *Las mujeres norteñas* (1969). Impresión en offset sobre papel, 98.5 x 71 cm. Museo de Arte de Lima.

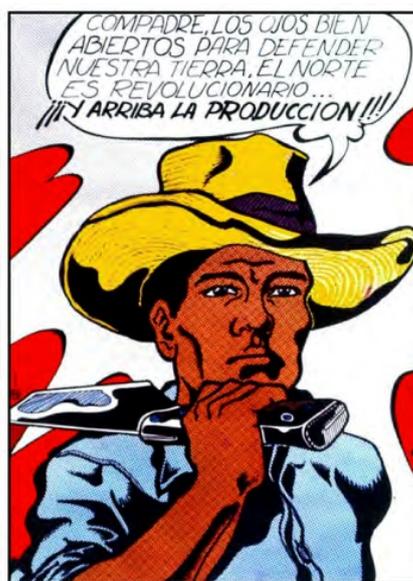


Figura 10: Jesús Ruiz Durand. *Arriba la producción* (1969). Impresión en offset sobre papel, 98.6 x 70.2 cm. Museo de Arte de Lima.

Por primera vez en la historia pictórica del Perú⁶², el campesino, tal como lo sugiere la categoría del *pop ahorado*, no solo era representado sino que esta representación, resumida en su postura iconográfica, lo ubicaba como actor principal — rebelde e insurgente— de un proceso de revolución y de cambio social⁶³.

⁶¹ Hay que recordar de que Lichtenstein y Warhol, tal como lo señala Lippard (1970:82) ni siquiera "inventaron" sus imágenes y añade que "el primero utilizó un proyector para ampliar [...] sus fuentes y hacer que sus pinturas de respaldo y esmalte fueran producidas en múltiples ediciones".

⁶² Quizá esto explique por qué estas obras sean paradigmáticas y hayan servido para entender el devenir artístico peruano, vinculado a la acción social política de colectivos como Huayco E.P.S. o N.N., de años posteriores.

⁶³ Si bien algunas de las obras de Manuel Alzamora (1900-1972), considerado como el primer pintor social del Perú; o Manuel Arteaga (1875-1957) con *La riña* podrían ser anticipos de esta postura; estas carecían del acompañamiento gubernamental que los afiches de Ruiz Durand encontraron en el gobierno velasquista.

Al respecto, Ruiz Durand recuerda:

“... era la primera vez que se hace un indio triunfante, alegre, jubiloso, dando la cara en primer plano. Es eso, el protagonismo de todo un sector social, porque está respaldada por esta ley de la reforma agraria que fue una de las más avanzadas en el mundo, que tenía que ver directamente con la tenencia de la tierra que era uno de los instrumentos de opresión más presentes desde hace 500 años” (2016, conversación personal).

La mayoría de las imágenes agrupadas en este primer grupo destacan por la ubicación central del personaje principal. Asimismo, además de subrayar la utilización del color plano —en el que se priorizan los amarillos, rojos, morados y negros⁶⁴— tienen en común su vinculación, una especie de puente, que los conecta con la tierra. Dicha relación opera a través de dispositivos agrícolas que son resignificados: lampas, picos, machetes e incluso el mismo ganado (figura 18) funcionan como herramientas pero también como armas blandidas.

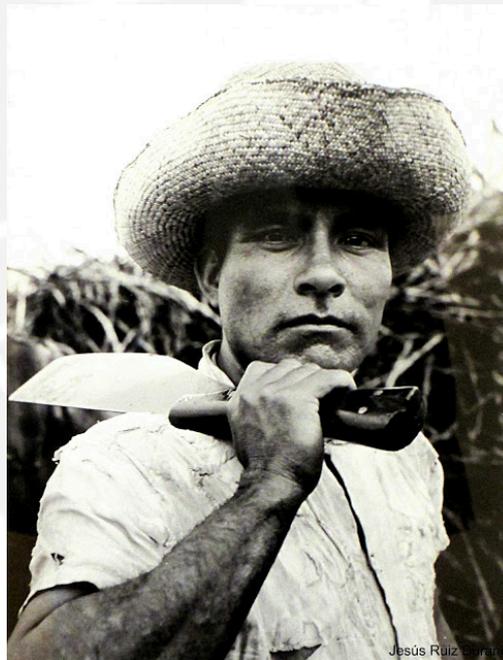


Figura 11: Fotografía de Jesús Ruiz Durand, en la que se basó el afiche *Arriba la producción* (1969). Archivo digital, colección del Museo de Arte de Lima.

⁶⁴ Sobre la utilización de dichos colores, Jesús Ruiz Durand señala que la decisión era absolutamente funcional. “Había que hacerlo rápido en base a los cuatro colores de la imprenta. No son colores incaicos ni nada, son colores de cuatricromía, universales. En la China o en el Cusco funciona igual, el amarillo, el cian, el magenta y el negro. Usaba combinaciones simples, porque había que cortar y pegar. Si querías más matices era más trabajo y no había tiempo” (2014, conversación personal).

Solo un afiche rompe el patrón de este contacto al mostrar a una mujer que porta una bandera flameante (figura 9) con los puños apretados. Es ella, quien, según Buntinx (2004: catálogo de exposición), aparece “como la representación del portaestandarte de la peruanidad”, instalada en el espacio central del escudo, como la representación de una nueva síntesis de la patria. El texto que la acompaña refuerza esa idea de reformulación de un discurso: “...debes estar presente formando un hogar revolucionario”. La frase evidencia la esencia de una revolución total, la preocupación por crear un nuevo ideal de sociedad peruana desde el mismo nacimiento.



Figura 12: Roy Lichtenstein (1963), *I Know... Brad*, Óleo y magna sobre tela, 168 x 96 cm. Aquisgrán, Neue Galerie – Colección Ludwig.

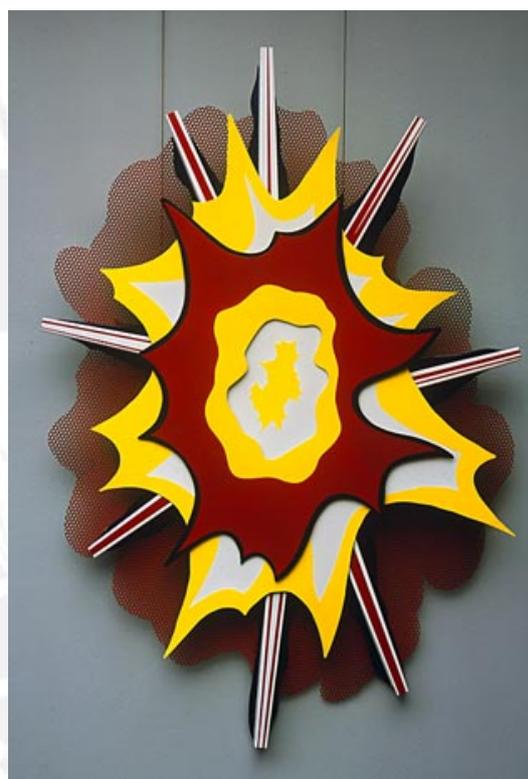


Figura 13: Roy Lichtenstein (1963), *Explosion N° 1*, Acero barnizado, 251 x 160 cm. Colonia, Museum Ludwig.

Como ya lo señalamos, muchos de estos afiches aluden claramente al universo gráfico del cómic⁶⁵ de Linchtenstein (figuras 12 y 13): no solo por su resolución estética o por el modo de utilizar colores planos contrastados, sino también por los elementos (puntos *benday*, explosiones) y además por los globos de texto que complementan la imagen, que aparecen como elementos de otorgación de voz. Es de esa manera, como el ideal del velasquismo de darle voz a quien no la tuvo encuentra, a partir de la gráfica,

⁶⁵ Resulta interesante ver que la propuesta del artista vinculada al cómic se desarrolló, sobre todo, en los primeros años de la década de 1960.

una salida. Sin embargo, y pese a que el campesino es puesto en primer plano a través del color, no siempre el problema resolverá a su favor. Su posición, los trazos enfáticos, las sombras contratadas que los señalan como actores principales, muchas veces terminarán cediendo a capas de texto complejo y extenso que imponen una barrera con el receptor.

Esta actitud demandante es reforzada desde la misma imagen a partir de resoluciones estéticas. Por ejemplo, en *Jatariy* (figura 14) se nos presenta una figura masculina que ocupa el centro de la imagen. Los colores que destacan son los rojos, y los complementarios, morados y amarillos, en el fondo. El personaje es un campesino peruano, con chullo y poncho de la zona andina peruana. Lleva una lampa aferrada en una de sus manos, herramienta de contacto con la tierra; y con la otra señala al espectador de manera demandante.

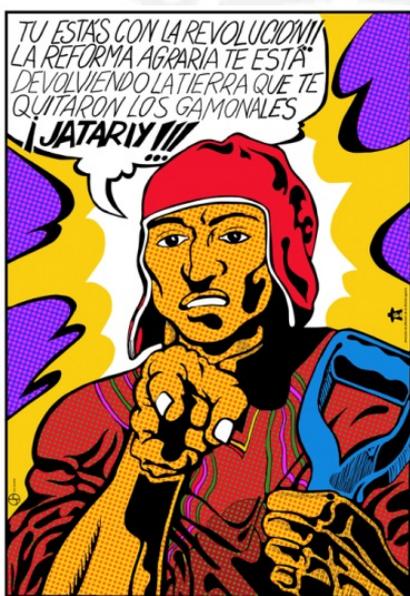


Figura 14: Jesú Ruíz Durand, *Jatariy* (1969). Impresión en offset sobre papel, 100.4 x 69.6 cm. Museo de Arte de Lima.



Figura 15: Jesú Ruíz Durand, *Grandes cosas están pasando* (1969). Impresión en offset sobre papel, 100.6 x 70.7 cm. Museo de Arte de Lima.

Sus facciones, por el contraste y las sombras que se marcan en su rostro, son duras y desafiantes, sus cejas apretadas lo presentan en estado de tensión. El fondo es representando como una explosión (figura 13), nuevamente en clara alusión a las explosiones de Lichtenstein, pero también como una energía luminosa que acentúa más la actitud de demanda. El texto que dice “Tu estás con la revolución!! La Reforma

Agraria te está devolviendo la tierra que te quitaron los gamonales. ¡Jatariy!!!⁶⁶” [sic] colabora con generar esta interpelación a la movilización, a la sublevación. Sobre el afiche, Roca Rey (2016: 62) señala que el “afiche transmite un discurso contradictorio: se afirma que el campesino está comprometido con la reforma agraria [...] y se sostiene al mismo tiempo que no existe todavía un apoyo popular”. Por otro lado, también conviene señalar que, a pesar de que estas imágenes utilizan fotografías (figura 11) como insumo principal, una vez aplicada la técnica parecen perder contacto con la realidad para habitar en un espacio lejano y delimitado por los bordes de la viñeta.

Solo el afiche *Grandes cosas están pasando* (figura 15) parece escapar de ese encarcelamiento de la retícula. Con claras reminiscencias a los famosos pósters de Alfred Leete, de 1914 (figura 16) y de James Montgomery, de 1917 (figura 17); la imagen es un primer plano de un dedo, que aparece como elemento de interpelación. La explosión que lo envuelve, de colores rojos, amarillos y blancos, por primer vez desborda los propios límites del propio rectángulo como si se tuviera la necesidad de hacer evidente la materialidad del cuadro, como lo señalaba Greenberg (2006:111).



Figura 16: Alfre Leete, London opinion "Your country needs you" (1914), Serigrafía con semitonos, 76.3 x 50.8 cm. Library of Congress Prints and Photographs Division Washington, D.C.



Figura 17: James Montgomery Flagg, I want you for U.S. Army: nearest recruiting station (c. 1917), litografía a color. Library of Congress Prints and Photographs Division Washington, D.C.

⁶⁶ La palabra en quechua ayacuchano significa alzarse, sublevarse.

Justamente este afiche parece reforzar esta idea: por un lado alude al desborde, término que más adelante cobraría un significado⁶⁷, pero por otro también ubica la discusión artística como determinante y externa al arte. Si bien se trata del único afiche en el que la pintura parece desbordarse, es paradigmático pues evidencia al actuante fuera de la imagen. El dedo reclamante refuerza el espacio de acción que, a diferencia de la propuesta indigenista, está fuera de la imagen y no dentro de ella. No obstante, y a diferencia de los afiches señalados de Montgomery y de Leete, en los que el texto puede reducirse en la frase *I want you*, en este afiche el texto no contribuye con el mensaje. Por el contrario, por la extensión y tamaño reducido, parece complejizarlo:

“GRANDES COSAS ESTÁN PASANDO. No se te vayan a pasar. El proceso peruano necesita tu participación revolucionaria para alcanzar sus metas. Cada paso que tú no das es una demora para la revolución. Acuérdate que la reacción no descansa ni de día ni de noche. [...] Compréndela y ayuda en el esfuerzo, al nivel de tu propio trabajo: el colegio, la fábrica, la hacienda, la oficina, la universidad, donde más puedes ayudar es en el sitio en que estos, porque ESTA EN TODAS PARTES la Revolución, y la Revolución está llegando a todas partes. Únete a las Brigadas de apoyo de la Reforma AGRARIA, o forma un Comité de Apoyo a la Revolución en tu centro de estudio o de trabajo”.

La tensión expresada entre imagen y texto bien puede señalar uno de los problemas principales de estos afiches, pensados para los campesinos pero repletos de mensajes en castellano y no en otros idiomas, tales como el quechua o el aymara. Del mismo modo, señala y refuerza una dialéctica compleja que enfrenta la oralidad andina contra la escritura criolla. Cotler (1961: 163, 166) indicaba que en “1961, el Perú tenía 1.8 millones de habitantes, mayores de cinco años, que hablaban quechua o aimara y de los que el 87% se concentraba en la mancha india⁶⁸” lo que lo llevaba a afirmar que era “a través del dominio del castellano, de la educación y de la discriminación de estos recursos a la población indígena, [que] los mestizos lograron controlar los recursos económicos, políticos, judiciales, represivos y culturales [...] dominando, gracias a la articulación únicamente local-familística de la masa campesina, todas las esferas de la

⁶⁷ Quince años después, Matos Mar (1984) publicaría su libro *Crisis del Estado y desborde popular*, en el que propone un “panorama de la situación” de un nuevo rostro del Perú, migrante y popular.

⁶⁸ Para Cotler (1961: 153), mancha india comprende “los departamentos de Áncash, Apurímac, Ayacucho, Cuzco, Huancavelica y Puno, [que] en 1961 albergaban al 29% de la población total del país; de este porcentaje el 87% de los mayores de cinco años se comunicaba en una lengua indígena”.

autoridad, lo que define el sistema ‘gamonal’”. Al respecto, Ángel Rama (1998:43) señala la distancia entre la letra rígida del texto contra la palabra fluida cuando decía que “la ciudad letrada remedó la majestad del Poder [...] inspirando sus principios de concentración, elitismo, jerarquización [...] y la distancia respecto al común de la sociedad”.

Así, por ejemplo, en *Grandes cosas están pasando* (figura 15) el texto, a pesar de presentarse pequeño, parece anular la grandilocuencia de la imagen y, con ello, complejizar también la recepción. Cuando dice “Únete a las Brigadas...” o “Forma un Comité...” la imagen deja de ser clara y se complejiza en forma de código legal. No creemos que esta dificultad sea un tema de planificación o de apuro sino que, por el contrario, aclara la tensión presente en la esencia de estos afiches, que al querer posicionar un discurso campesino, terminaron reproduciendo un discurso más bien criollo⁶⁹. En suma, terminaron también validando una manera de ver más emparentada con el instrumento etnográfico de la antropología que con la misma representación artística-política.



Figura 18: Jesús Ruiz Durand, *Ya nadie te sacará de la tierra* (1970), Impresión en offset sobre papel, 95.7 x 67 cm. Museo de Arte de Lima.



Figura 19: Jesús Ruiz Durand, *24 de junio* (1970), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm. Museo de Arte de Lima.

⁶⁹ Cecilia Méndez (1993:33) sostiene que este discurso criollo utiliza una “retórica de glorificación del pasado inca apropiada por los criollos convivía con una valoración despreciativa del indio (o lo que por tal se tuviera)”.

Buntinx (2004: catálogo de exposición) se aproxima a la categoría del *pop achorado*, “utilizando aquel peruanismo alusivo al comportamiento desfachatado e insolente” que para el autor “caracteriza a las nuevas generaciones de mestizos en su impetuosa apropiación de todos los recursos simbólicos de ascenso social disponibles”. Cabe preguntarse sobre el lugar de enunciación de esta generación de mestizos a la que se alude constantemente. ¿Eran ellos los voceros oficiales (los escritores y artistas) o, por el contrario, eran solo los intermediarios de un proceso comunicativo (de una clase militar también mestiza)?



Figura 20: Jesús Ruiz Durand, *El azúcar* (1969), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm. Museo de Arte de Lima.



Figura 21: Jesús Ruiz Durand, *Revolución es participación* (1970), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm. Museo de Arte de Lima.

Y, por otro lado, cuál era la función de los representados: una especie de maniqués activados a partir de la palabra escrita y sin un espacio delimitado visible. Justamente, de los afiches aquí reunidos llama la atención⁷⁰ la ausencia de fondos que los ubiquen en sus espacios naturales. Por el contrario, los personajes parecen ubicarse en fondos contruidos (figuras 18, 19, 20, 21) o en estudios fotográficos. Creemos que esta omisión, que arranca a los personajes de su hábitat natural, y los convierte en piezas publicitarias, acentúa más la idea de un discurso criollo mediado entre estos modelos y

⁷⁰ La vaca que acompaña a la campesina peruana en esta imagen recuerda bastante al Cow Wallpaper, realizado por Warhol en 1966 (figura 22).

la población, una comunicación que se resuelve a partir de la gráfica pero que se impone sobre todo a partir de la palabra escrita.

Finalmente, incluimos como parte de los afiches vinculados a la categoría del *pop* *achorado* a los titulados *El azúcar* (figura 20) y *Revolución es participación* (figura 21). Ambos, al igual que *24 de junio* (figura 19), optan por utilizar la técnica *sabatier*, o de solarización, que remarca las líneas, uniformiza el color y, con ello, enfatiza los rostros rígidos. Estos afiches también dialogan entre sí; en ellos los personajes muestran sus artefactos —pico, lampa y machete— por encima del hombro, como empuñándolos o celebrándolos. Nuevamente estos personajes aparecen como representaciones aisladas de un contexto. Los puntos *benday*⁷¹ característicos del cómic, que en algunos casos se ubican en los rostros de los campesinos, en los dos últimos apuntala más la sensación de extravío de los personajes. Aquel fondo, en vez de ubicarlos en la realidad de un discurso, los traslada a un espacio de ficción, un mundo inexistente, una quimera, en la que parecen flotar.

⁷¹ Proceso de impresión que recibe el nombre de su creador el ilustrador Benjamín Day, similar al puntillismo.

- **Afiches no ahorados**

Cinco afiches completan la serie. Son estos los que cuestionan la categoría del *pop ahorado*. En ellos los campesinos peruanos son representados, no bajo la consigna de la insolencia, sino, por el contrario, con expresiones afligidas, en situaciones de desventaja, perdidos en su actividad agrícola y, como veíamos anteriormente (figura 8), incluso escondidos tras la sombra⁷².

En *Base de una nueva sociedad* (figura 22) y *No pagues por justicia* (figura 23), los campesinos peruanos parecen haber perdido aquella fuerza de los afiches antes presentados. Descontextualizados espacialmente, los afiches nuevamente aplican la técnica de solarización sobre fotografías. En la primera vemos a dos personajes. Uno de ellos, un niño, aparece mirando al espectador con desconfianza. En él no se marcan las señas de confrontación sino más bien de pesimismo. Sus puños descansan sobre sus mejillas, como derrotado. Más atrás, una mujer, con el rostro casi deformado por la sobreexposición roja, complementa la acción, con la misma mirada de desconfianza. Esta vez, el texto, nuevamente relacionado con la infancia y la mujer, casi ni se lee por el contraste. “Reforma agraria base de una nueva sociedad” no se valida en la expresión de los personajes. Por el contrario, la imagen parece oponerse como la promesa de una empresa fallida.

Del mismo modo, en la segunda imagen se nos muestra a cuatro personajes solarizados. Ninguno de ellos mira hacia el espectador demandante, como lo sugiere la categoría del *pop ahorado*, por el contrario todos centran su mirada en la acción de la cobranza. “No pagues por la justicia. El juez de tierras está obligado a ir al campo” aparece como título. La acción sobre los personajes aparece nuevamente resignada: la transacción económica, mostrada en la operación de las manos de los personajes más cercanos, habla de la continuidad de un nuevo sujeto servil. Sin duda, a partir del texto, reiteradamente se marca la brecha entre la población campesina quechuahablante y un discurso criollo-citadino de la oficialidad.

⁷² Esta imagen coincide con la señalada por Deborah Poole (1998: 28-29), quien sostiene que ya desde fines del siglo XIX, “los intelectuales y políticos de Lima elaboraron un discurso de comunidad nacional que perpetuaría –en lugar de reconciliar– las divisiones raciales y políticas que separaban Lima y las provincias”.



Figura 22: Jesús Ruiz Durand, *Base de una nueva sociedad* (1969), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm. Museo de Arte de Lima.



Figura 23: Jesús Ruiz Durand, *No pagues por justicia* (1970, Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm. Museo de Arte de Lima.

Los afiches *En Cajamarca* (figura 24) y *Sácale el jugo a tu tierra!* (figura 25) tienen la particularidad de presentar a los campesinos en el campo. Son los únicos de toda la serie agrícola en la que podemos ver el campo/la tierra: un campo en escala de grises, como destruido, parece ser resembrado también por el color en la primera imagen; mientras en la segunda un campo intervenido y apenas floreciente se insinúa a partir del verdor.

Podemos señalar que los campesinos son subordinados también a la naturaleza. El sol redondo y brillante, recién ascendente, parece justificar la decisión estética del *sabatier*, que brilla sobre sus espaldas. A diferencia de lo que sostiene Buntinx (2004: catálogo de exposición), cuando señala que esta luz cae sobre los cuerpos para adquirir “así una energía tectónica pero de insólita modernidad al mismo tiempo”, creemos que la imagen, y la postura inclinada de los cuerpos, más bien reafirma el yugo sobre los campesinos: es la técnica que sobrepone el color sobre sus cuerpos el refuerzo de este sometimiento. *En Cajamarca* (figura 24) la característica es la acción de trabajo, picos en alto aluden acción, sin embargo nuevamente ninguno de los actores puede ser señalado, ninguno se dirige de manera iracunda hacia el espectador.

El texto señala:

SI TRABAJAS TIERRA DE OTROS EN CAJAMARCA TU SITUACIÓN CAMBIA. La Reforma Agraria llegó a Cajamarca. Si eres feudatario o trabajador en el campo, nadie te puede sacar de la tierra que trabajas, porque tienes derecho preferencial para ser propietario. SE ACABARON LOS GAMONALES.



Figura 24: Jesús Ruiz Durand, *En Cajamarca* (1970), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm.

Museo de Arte de Lima.

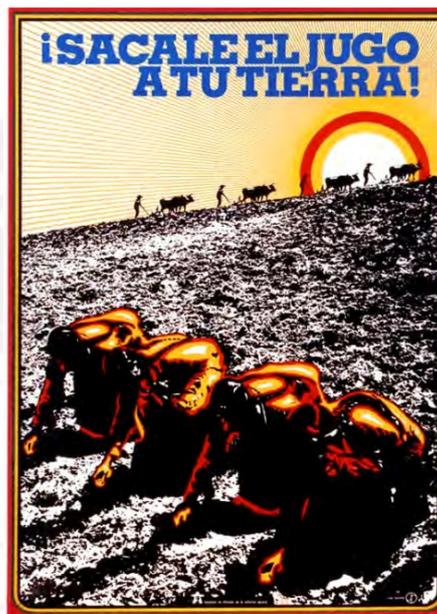


Figura 25: Jesús Ruiz Durand, *Sácale el jugo a tu tierra!* (1969), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm.

Museo de Arte de Lima.

El mensaje sigue sin ser claro y abunda en complejidad. Las letras pequeñas, incluidas en el afiche, nuevamente evidencian la impronta del texto sobre la imagen y la dificultad para acceder a ella⁷³. La reforma agraria, aparentemente sencilla y festiva, se encripta y complejiza en el mismo texto. En el segundo afiche (figura 25), el texto “¡Sácale jugo a tu tierra!” es más claro; sin embargo, llama la atención la posición de los cuerpos⁷⁴: cuatro mujeres agachadas, de las que no se ven los rostros, aparecen como reproducidas. Da la impresión de que, así como las latas de sopa Campbell de

⁷³ Carla Sagástegui sostiene que el comic es un género sobre todo oral. En ese sentido, podría vincularse con la tradición precolombina peruana. Consulta: 22 de abril de 2014. <<http://youtu.be/SYMzw91wIwc>>

⁷⁴ Es significativa la relación que puede encontrarse entre este afiche y *Las espigadoras* (1857), del pintor francés Jean-François Millet.

Warhol, las mujeres campesinas se han convertido en un producto (enlatado de consumo) continuo. Lejos de ser el motor de la revolución, aparecen casi como una gran masa sometida, sin acción, vinculándose nuevamente a la retórica criolla antes señalada.

Un último afiche de esta serie es el del niño invisible (figura 8), antes mencionado. Se trata de un recorrido que empieza con las imágenes de los campesinos peruanos señalados en primer plano, descontextualizados de su espacio y lugar, funcionando como íconos de la revolución. Sin embargo, observamos que a medida que el campo adquiere más presencia, estos actores pierden potencia de expresión e incluso nuevamente se esconden tras la sombra.



Figura 26: Andy Warhol. Cow Wallpaper [Pink on Yellow] (1966), impresión en papel, 116.8 x 71.1 cm. The Andy Warhol Museum, Pittsburgh

1.2. De ícono: los afiches de Túpac Amaru en clave Op

“Es un héroe sin cara⁷⁵, a diferencia de San Martín y Bolívar [...] que fueron pintados (y mejorados) por la mano de José Gil”, decía Pablo Macera (1975: s/n). “Túpac Amaru [...] aparece como un precursor de la independencia, es decir de la libertad general para todos los peruanos sin distinción de clase o color”, completaba Valcárcel (1977:115). “La memoria del gesto rebelde de Túpac Amaru se guardó en el silencio arrinconada [...] Permaneció latente como una retrospectiva”, señalaba Max Hernández (2000:67). “Si bien no se trató de un movimiento dirigido por los campesinos, es innegable que sin la intervención masiva de ellos hubiera sido imposible alcanzar la vastedad geográfica que tuvo”, completaba Flores Galindo (1994:102).

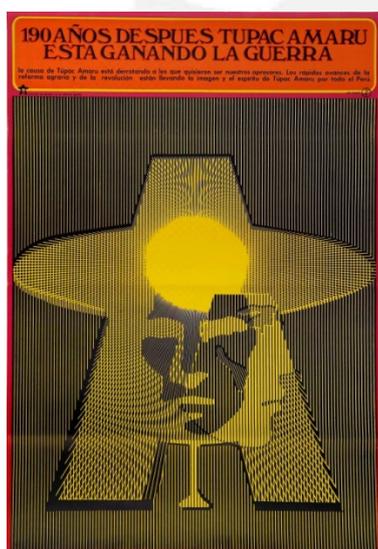


Figura 27: Jesús Ruiz Durand, *Túpac Amaru 01* (1970), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm. Museo de Arte de Lima.

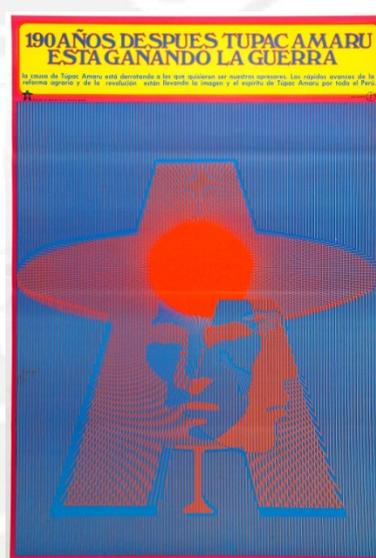


Figura 28: Jesús Ruiz Durand, *Túpac Amaru 02* (1970), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm. Museo de Arte de Lima.

Las citas aluden a dos características principales: por un lado, a la permanente ausencia de una imagen para anclar el rostro del héroe a la realidad histórica; y, por el otro, a la potencia escondida de su imaginario, es decir a la fuerza simbólica del nombre

⁷⁵ El 10 de setiembre de 1970 se convocó un concurso de pintura para “perpetuar” la imagen de Túpac Amaru. Sin embargo, en la resolución ministerial N°10-71-ED, del 28 de enero de 1971, se señala que el jurado —compuesto por José Miguel Oviedo, Juan Manuel Ugarte Eléspuru, Francisco Stastny, Franklin Pease, Guillermo Lohmann, Felipe de la Barra y Adolfo Winternitz— declaró “desierto el Concurso de Pintura ‘Túpac Amaru’, por cuanto ninguna de las obras presentadas logra encarnar la imagen arquetípica del héroe, cuyo significado histórico se quiere perpetuar, para exaltar su memoria y rendirle homenaje”.

vinculada a la necesidad de comprender el fenómeno desde un discurso reivindicativo y, sobre todo, de naturaleza campesina⁷⁶. Sin duda, para un gobierno revolucionario que insistía en una revolución propia, la imagen de Túpac Amaru calzó perfecta para dichos fines: era la síntesis perfecta de la revolución desde el campo.

Como parte de esta segunda clasificación, incluimos en esta categoría los dos afiches vinculados a Túpac Amaru (figuras 27 y 28), y uno de resolución Op⁷⁷ (figura 25), con claras influencias de Vasarely, y con reminiscencias solares y formas tales como la chacana o cruz andina. Sobre los afiches dedicados a Túpac Amaru, Buntinx los señala como piezas culminantes:

“ [...] cuyo centro un sol incandescente irradia dorados efectos ópticos [...] sobre una compleja red de geometrías y tramas de la que emana una doble imagen de Túpac Amaru. Cual Jano bifronte, el gran rebelde andino —tantas veces identificado con Inkarrí— es aquí representado en positivo y en negativo, de frente y de perfil. Como en el encuentro de una dimensión mítica y otra histórica, de dos tiempos distintos pero articulados. El conjunto sugiere la forma de un trapecio con una figura solar en su núcleo. Dos emblemas prototípicos del Tawantisuyo articulados en una sola presencia, cuya fuerza ancestral y mesiánica se potencia por la insólita modernidad de su lenguaje expresivo. Y aunque la instrumentalización política es evidente, lo que aquí interesa es la dimensión mítica que se articula a ella desde el código formal mismo, desde su tecnología y la opción cultural que lleva implícita” (2004: catálogo de exposición).

En efecto, Túpac Amaru más que una imagen se convirtió en un ícono, un símbolo revolucionario. En decir, en una necesidad gráfica que articulase un discurso nacionalista. Para Rosales (2014:59), la imagen de Túpac Amaru “se convirtió en ícono de la Revolución militar e inundó el espacio público”. Así lo cercioran sus reiteradas apariciones en publicaciones y eventos relacionados con la reforma agraria. Túpac Amaru, como símbolo, se convirtió en el principal estandarte reivindicativo del velasquismo.

⁷⁶ Fernando de Szyszlo se quejaba en la revista *Oiga*, del 27 de julio de 1972, del cambio de la pintura de Francisco Pizarro por la de Túpac Amaru II en el salón principal del Palacio de Gobierno, no por razones ideológicas sino estéticas. “Desde el punto de vista histórico se ha sustituido el retrato de Pizarro por el Túpac Amaru, lo que aplaudo sin reservas; pero hablando de pintura se ha substituido un cuadro del maestro Daniel Hernández por el de un aficionado”.

⁷⁷ Castrillón (2003: 34) menciona entre los artistas peruanos que desarrollaron Op Art a Ciro Palacios (1943), Carlos González (1936), Ella Krebs (1926) y Rafael Miera.



Figura 29: Jesús Ruiz Durand, logo de Túpac Amaru (1969)⁷⁸.

Para Charles Walker (2015:351),

“Velasco convirtió al insurgente indígena en un símbolo por excelencia, adornando su imagen en carteles, pósteres, monedas, billetes y publicaciones [...] se volvió un símbolo de una amplia reforma agraria llevada a cabo por su régimen [...] encajaba bastante bien con la forma en que el gobierno militar buscaba presentarse a sí mismo: un defensor de los campesinos indígenas (los beneficiarios de la reforma agraria) y como un nacionalista que se enfrentaba a los poderes imperiales (las compañías de petróleo “gringas” más que los españoles)”.

Por su lado, Zapata (2013:115) comenta que una de las virtudes del gobierno de Velasco tuvo que ver con saber encauzar muchos discursos de demanda contenidos. “... en forma creciente, aumentaba un virtual consenso sobre la necesidad de implementar reformas para modernizar la economía y superar los lastres históricos de la sociedad: el atraso indígena y la postración del país rural y andino”. Asimismo señala (2016, conversación personal) que “de la reforma agraria todos hablaban desde mucho antes, así como de Túpac Amaru. Velasco supo actualizarlos para su conveniencia”. Zapata sostiene que el gobierno de Velasco renovó los mensajes, vinculados a la imagen de Túpac Amaru y a su gesta, y los puso al servicio de su revolución. En ese sentido, puede

⁷⁸ Leopoldo Lituma (2011:63) ensaya un análisis iconográfico del logo en el que vincula la imagen con la técnica del Pop Art. “La representación de la figura humana en colores planos y el uso acentuado de las sombras para demarcar los contornos de rostros [...] ya era una técnica usada por los artistas del pop norteamericano [...] Otro aspecto a considerar es que uno de los fundamentos del Pop Art era el empleo de imágenes y temas extraídos de la cultura de masas”. Sin embargo, conviene señalar que para el caso de Túpac Amaru, esta imagen no fue extraída de la cultura de masas sino recreada por primera vez e instalada en un sistema de distribución masiva. Es decir, el “símbolo” siguió una ruta inversa a una “caja Brillo”, por ejemplo.

entenderse la rápida recordación que vincula las acciones del velasquismo con el ícono de Túpac Amaru. El logo (figura 29) creado por el mismo Ruiz Durand funciona como la síntesis perfecta para llenar esa ausencia.



Figura 30: Fotografía de Jesús Ruiz Durand en la que se observa el logo adaptado de Túpac Amaru sobre la pared. Colección privada del artista, 1970-1972.

Según Lituma (2011:46), la imagen, extraída del ideario colectivo, formaba ya parte del imaginario de muchas generaciones. El autor sostiene, a partir del estudio bibliográfico, que la imagen del héroe ya aparecía en los textos escolares de María Rosay y de Carlos Wiesse, de 1926 y 1937 respectivamente y que su adecuación se realizó de manera natural en el imaginario nacional. Domenach (1963 [1950]: 67) sostiene que los verdaderos propagandistas no creyeron nunca que se pudiera hacer propaganda partiendo de cero [...] Por regla general, la propaganda opera siempre sobre un sustrato preexistente, se trate de una mitología nacional (la Revolución francesa, los mitos germánicos, etc.) o de un simple complejo de odios y de prejuicios tradicionales: “chauvismos”, “fobias” o “filias” diversas”

Justamente en relación con la elaboración del logo, Ruiz Durand (2016, conversación personal) recuerda otro referente como insumo:

“¿Cuál es la única persona decente de la historia? Es Túpac Amaru, indiscutible. Por su lucha, su defensa, su identidad, todo. Ese era un ícono [...] lo único que había visto era una manual de movilizables, de soldados donde había una figurita de Túpac Amaru. Era un señor con sombrero negro, cuello blanco con cara de indio y con peluquita, eso era todo. Cuando hice un dibujo y se lo mostré a Efraín Ruiz Caro me dijo “Túpac Amaru, basta, este va a ser. Si tú lo reconoces lo va a reconocer todo el mundo” [...] así fue como se convirtió en el símbolo de la revolución.⁷⁹ .

Si bien el logo, de lectura y reproducción sencillas (figura 30), destaca por sus colores blanco y negro que refuerzan el ideal de pasado legendario y por su iconografía sencilla —una T interceptada con una A que se fusionan como las iniciales del héroe— con los afiches vinculados a esta categoría no ocurre lo mismo.

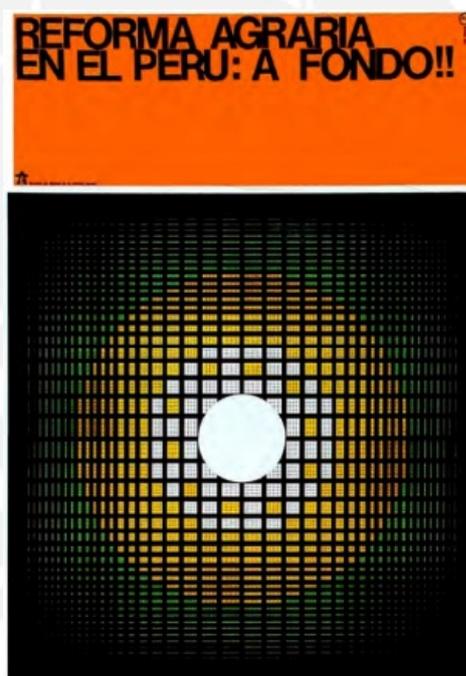


Figura 31: Jesús Ruiz Durand, *Reforma agraria a fondo* (1969), Impresión en offset sobre papel, 99.7 x 69.7 cm. Museo de Arte de Lima.

⁷⁹ Lauer (2015: inédito) refuerza el argumento: “lo primero que desarrolló Ruiz Durand fue la imagen de Túpac Amaru, el símbolo de la DPDRA, y luego del velasquismo entero. En la primera semana Ruiz Caro le pidió diseñar un símbolo para la reforma agraria. Ruiz Durand recordó que había visto en una historia peruana para ‘movilizables’ a Túpac Amaru entre los héroes, vestido de oscuro, con gola y sombrero en punta. A partir de allí diseñó el suyo”.

Sostenemos, que a diferencia del logo, en este caso la técnica del Op Art, así como lo sugiere la lectura de Buntinx, complejiza la recepción. En los afiches habitan dos Túpac Amaru superpuestos, uno de perfil y otro de frente, ambos nucleados por un círculo que se ubica justo en el cabeza del personaje, representando de este modo al sol como el motor-cerebral. Uno de los rostros surge frontal al espectador, cuyos rasgos son apenas insinuados; y el otro, que mira hacia la derecha, más delineado, parece mirar al futuro. “190 años después Túpac Amaru está ganando la guerra”, nos dice el texto que acompaña la imagen y que completa este puente que conecta el pasado con el futuro: se trata de un Túpac Amaru frontal del que solo conocemos la leyenda, y de otro actualizado, más delineado, que desde su postura sugiere la acción (revolución).

En los afiches, el rostro de Túpac Amaru intenta resolver el problema de representación única del campesino peruano. ¿Qué imagen los representa? La respuesta parece surgir de una imagen recreada, no existente, que parece confirmar la complejidad de la representación del campesino y que nuevamente lo oculta, ya no detrás de una sombra, sino detrás de un símbolo actualizado pero también adecuado⁸⁰.

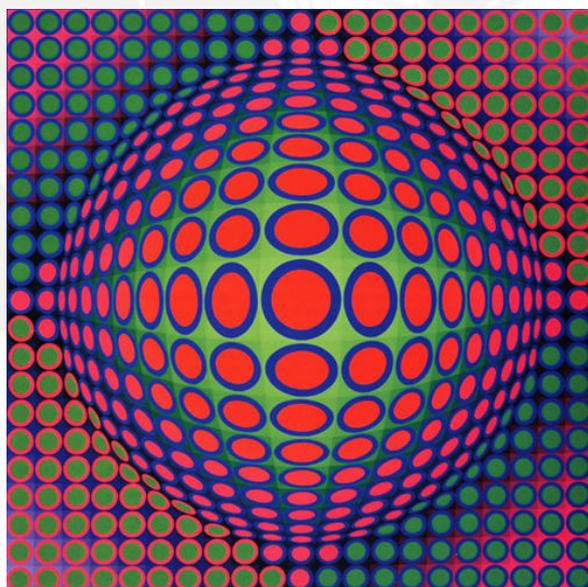


Figura 32: Victor Vasarely, *Vega 200* (1968),
Acrílico sobre tela, 200 x 200 cm.
Art, Archaeology and Architecture (Erich Lessing Culture and Fine Arts Archives).

⁸⁰ Incluso la famosa frase “Campesino, el patrón ya no comerá tu pobreza” [sic] no es de Velasco, y menos de Túpac Amaru. Ha sido atribuida, entre a muchos otros, a Efraín Ruiz Caro, director de la DPDRA.

Si los afiches con el rostro de Túpac Amaru parecen priorizar al símbolo, en *El afiche Reforma Agraria a fondo* (figura 31) sucede lo mismo. Un círculo blanco en centro parece expandirse por todo el espacio del afiche. De tonos blancos, amarillos, verdes y negros, diera la apariencia que este sol terminará de alumbrar todo el espacio del afiche tarde o temprano.

La técnica Op refuerza la idea de esta inmanencia, a partir del movimiento. El afiche, a su vez, tiembla desde el interior, como un movimiento que avanza. “Reforma agraria en el Perú: a fondo!!!” parece señalar que ningún espacio se quedará sin ser reformado. Incluimos este afiche junto a los de Túpac Amaru porque, sin duda, alude a un símbolo más que a un rostro campesino.

Al igual que el ícono de Túpac Amaru, esta vez el sol adquiere dimensiones geométricas en el afiche. Gustavo Buntinx (2004: catálogo de exposición) apunta “las reiteradas presencias solares, alusivas al culto emblemático de los incas, cuyo pendón distintivo exhibía además los colores del arco iris”. Sin duda, este afiche, único de su tipo, y vinculado no solo a la obra internacional de Vasarely⁸¹ (figura 32) sino también a la local de Carlos González, ubica en el centro ya no al campesino peruano empoderado, sino al dios-sol, divinidad transversal de la cultura peruana en un nuevo intento de síntesis que sugiere la necesidad de articular a toda una comunidad, ya no en rostros, sino en símbolos milenarios que no respondiesen a tradiciones del tipo rusas o chinas, sino más bien en clave óptico, vanguardia netamente norteamericana.

⁸¹ Ruiz Durand (entrevista personal, 2016) en relación a sus influencias Op menciona “En plena Bellas Artes había muchos pintores informalistas y en esa época hubo una gran actividad internacional en el Instituto de Arte Contemporáneo, exponían todos los pintores más cotizados y renombrados de la época: Tapies, Vasarely. Teníamos el lujo de ver los originales”.

1.3. De espacios industriales

En esta categoría incluimos tres afiches, que a diferencia de los anteriores, ubican al actuante principal no en el campo sino en la industria. Se tratan de afiches elaborados por encargo, como lo sugiere Ruiz Durand (2016, comunicación personal). Dos de ellos señalan que son afiches de la Oficina de Relaciones Públicas del Ministerio de Industria y Comercio⁸². El artista los incluye, no solo por su vinculación con el gobierno de Velasco, sino también porque sostiene que los realizó en la misma época que los vinculados a la reforma agraria, como encargos especiales de otro ministerio⁸³.

Los afiches, al igual que los vinculados a la reforma agraria, ubican en el centro de la imagen al personaje central que esta vez deja de ser el campesino para dar paso al comunero industrial. En *Comunero industrial, ¡Prepárate!* (figura 33), de técnica *sabatier*, se ubica a dos personajes centrales en pleno trabajo de torno. El texto señala:

COMUNERO INDUSTRIAL: PREPÁRATE. Junto a la justicia de tus derechos reivindicados quedan en tus manos obligaciones revolucionaria, LA TAREA ES DURA Y RECIÉN EMPIEZA: EDUCATE Y CAPACITATE, EL NUEVO PERU SERA FRUTO DE TU ESFUERZO [sic].

Ruiz Durand (2016, comunicación personal) recuerda que este fue el único afiche censurado: “A un general se le ocurrió que el personaje más próximo parecía estar utilizando una metralleta”. Esta vez el texto no alude a la movilización, como en el caso campesino, sino a la necesidad de preparación y educación, como si las tareas fueran distintas, el texto refuerza la necesidad de la educación y del trabajo para el desarrollo. Asimismo, el fondo negro convierte a los personajes nuevamente en modelos, y parece abstraerlos de su trabajo. En relación al tema representado podríamos vincularlos con el afichismo de tradición china o rusa, en el que se incorporaban espacios agrícolas e industriales, así como a sus propios actores. Sin embargo, esta vinculación solo es temática. El discurso “aleccionador” o de imperativo “pedagógico” sigue presente en los textos; sin embargo, la resolución formal se diferencia de las

⁸² El ministerio, como tal, fue creado por Velasco, y según sus propias palabras (1972:73), tenía “la responsabilidad de preparar al país para hacer frente a las múltiples exigencias derivadas del Pacto Sub-Regional Andino”.

⁸³ Sin embargo, hay un afiche, el único sin el logo del artista, que lo ubica en otro tiempo cuando este ya no trabajaba en la DPDRA.

resoluciones chinas o rusas⁸⁴. Mientras el afichismo chino muestra escenas bucólicas y felices en las que como dice Landsberger (2003:20) se busca “educar al pueblo”; en la tradición rusa, por el contrario, los escenarios son construcciones y alejan a los personajes –muchas veces a partir del *collage* y de la foto⁸⁵- de la misma naturaleza, a partir de resoluciones geométricas.

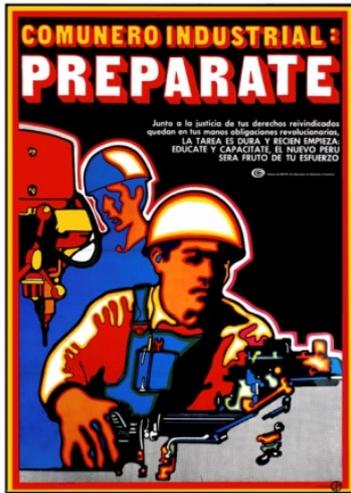


Figura 33: Jesús Ruiz Durand, *Comunero industrial, ¡Prepárate!* (1970), Impresión en offset sobre papel, 100 x 69.9 cm. Museo de Arte de Lima.



Figura 34: Jesús Ruiz Durand, *Ya llegó el día* (s/a), Impresión en offset sobre papel, 101 x 72 cm. Museo de Arte de San Marcos.

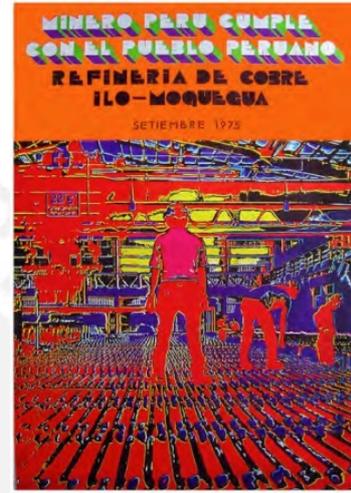


Figura 35: Jesús Ruiz Durand, *Minero Perú cumple* (s/a), Impresión en offset sobre papel, 99.4 x 68.6 cm. Museo de Arte de San Marcos.

Así, por ejemplo en el afiche *Ya llegó el día* (figura 33) se nos presenta una fotografía sobreexpuesta. Un poema de César Vallejo “Ya va a venir el día, ponte el alma” alude a la inmanencia de un anuncio que ya llegó. Es el único de los afiches reunidos en el que la foto parece imponerse a los demás elementos. En la foto se puede ver a dos personajes: uno de ellos de perfil, mira a la izquierda, y es presentado en primer plano trabajando; mientras el otro, frontal a la imagen, sonríe por detrás como posando para la cámara. Pese a que la foto se impone, la labor de los comuneros

⁸⁴ En alusión a los afiches rusos, Ruiz Durand (2016, conversación personal) señala “Los afiches rusos no me gustaban para nada, horribles eran. Tampoco los de Mao, eran espantosos. Es que son muy convencionales, ese realismo socialista es un asco”.

⁸⁵ Por ejemplo, Lissitzky se interesó en el potencial de la fotografía a principios de la década de 1920 cuando comenzó a experimentar con fotogramas, a los que añadía elementos adicionales en exposiciones sucesivas (Lodder, 1990: 191)

industriales parece desconocerse, a partir de la técnica que los deforma y que, a diferencia de otros afiches, más que realzarlos los esconde y confunde como una gran mancha, a diferencia de los afiches rusos en los que muchas veces el trabajador industrial es casi equiparado al soldado de la revolución, en cuanto a postura y marcialidad (figura 36).



Figura 36: G. Klutskis, Poster entitled We shall repay the Coal Debt to our Country (Vernem ugol'nyi dolg strane), 1930, c. 102.5 x 72 cm., Collection The Museum Of Art, New York.

El último afiche *Minero Perú cumple* (figura 35) que suponemos muy posterior, pese a que el mismo autor lo ubica en 1970, ya no es un llamado a la movilización sino casi un afiche de publicidad de Minero Perú, fechado en setiembre de 1975, que ni siquiera se circunscribe al gobierno de Velasco, depuesto por el general Morales Bermúdez el 28 de agosto de 1975. La imagen se nos presenta desde el interior de una fábrica y el texto que señala “Minero Perú cumple con el pueblo peruano. Refinería de cobre Ilo – Moquegua. Setiembre 1975” ya no confronta al espectador, ni lo invita a la

movilización, sino, por el contrario, informa de un logro tan igual como opera la demagogia de gobierno⁸⁶.

Desde la resolución estética también observamos algunos cambios significativos: el uso del naranja, color secundario y no de proceso, supone un tratamiento del color distinto a los otros afiches —quizá más tiempo para su elaboración— ubica a los trabajadores de la refinería casi como espectros fusionados a la industria, donde la idea de asimilación a un sistema de producción es mucho más clara.



⁸⁶ Al respecto, Roca Rey (2016) divide en dos momentos la propaganda visual del velasquismo. La primera parte, de 1968 a 1971, relacionada a un discurso ambivalente entre liberación del pueblo y el autoritarismo del régimen. Y la segunda, de 1971 a 1975, en la que la comunicación institucional se vuelve masiva y sistemática a partir de la creación del Sistema Nacional de Apoyo a la Movilización Social (SINAMOS).

1.4. De difusión de actividades culturales

Finalmente, como parte de esta última categoría incluimos cinco afiches vinculados a la difusión de actividades culturales. Cuatro de ellos se relacionan directamente con actividades del velasquismo, mientras que el último, de técnica y temas distintos, y que pertenece a una comunicación del Ministerio de Educación, cierra el conjunto de afiches que el mismo autor reunió en su catálogo (2014). No sorprende que el gobierno de Velasco haya optado por animar este tipo de actividades culturales, que no solo se relacionan con los objetivos del gobierno revolucionario de darle cabida al discurso popular desde la oficialidad⁸⁷.

Sobre los afiches vinculados a las presentaciones de títeres, Victoria Morales (2014: 31-32), quien junto a Gastón Aramayo, fundaron la compañía Kusi-Kusi⁸⁸, grupo encargado de llevar los espectáculos por todo el Perú, recuerda así la experiencia:

Un día, nos encontramos con Carlos Delgado Olivera, un gran amigo de años y familia, que sin más ni más, nos invitó a volver al Perú, donde también retornaba él después de muchos años, para trabajar, apoyando a la Revolución peruana del General Velasco Alvarado [sic]. No quiero entretenerme en digresiones, sobre si esta fue o no una revolución, lo cierto, es que para comienzos de 1970, estábamos en Lima- Perú, incluidos en programas para llevar los títeres al campo, a todas las zonas agrarias que la Oficina de Promoción y Difusión de Reforma Agraria con Efraín Ruiz Caro, organizaba [...] De esta oficina partimos, durante casi tres años a las distintas zonas del Perú [...] Así emprendimos nuestra tarea en las zonas cercanas a Lima: Ica, Nazca, Chincha, Pisco, luego al otro lado: Andahuasi, El Ingenio, en Chancay y Huaura. Llevando un espectáculo, adecuado fresco y alegre, donde multitudes de niños nos colmaron con su alegría y ocurrencias. Debíamos recorrer muchísimas zonas, cada 15 días y estas primeras nos parecieron fáciles, no nos demandaron grandes esfuerzos entre ir y volver, cada día, y la organización resulto realmente perfecta. Es importante saber que nunca de esta oficina, ni de otras, recibimos especiales indicaciones u “orientaciones” para los temas que debíamos tratar. Los títeres, aunque suelen ser buenos comunicadores de conocimientos y hasta teorías, en este caso fueron, mejor así, utilizados por su poder convocatorio, por su puesto sin olvidar su intrínseco valor reflexivo, para reunir a los campesinos y poder de parte de los agrónomos, ofrecerles alternativas necesarias para cultivar la tierra, usar semillas o maquinarias”.

⁸⁷ El punto culminante de esta intención gubernamental se dio en 1975 cuando se le otorgó el Premio Nacional de Cultura a Joaquín López Antay, reconocido retablista ayacuchano. Para Alfonso Castrillón (2013:24) “no se trató de buscar una equivalencia arte-artesanía, sino de poner a la misma altura y en el mismo grado de evidencia dentro de la Historia del Arte Peruano, el arte popular y el mal llamado arte culto”.

⁸⁸ Según su web <http://www.kusikusi.com/> Kusi Kusi, que en quechua significa “Alegría alegría”, es una compañía de teatro peruano, organizada en Lima. Victoria Morales y Gastón Aramayo trabajaron para la Dirección de Difusión y Promoción de la Reforma Agraria durante tres años, durante los cuales llevaron su espectáculo a diferentes zonas del Perú.

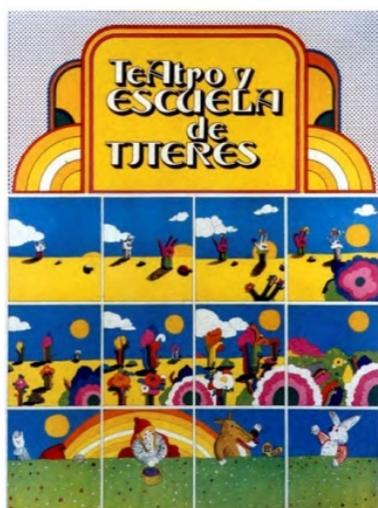


Figura 37: Jesús Ruiz Durand, *Teatro y escuela de títeres* (1970), Impresión en offset sobre papel, 70 x 50 cm. Colección del artista.

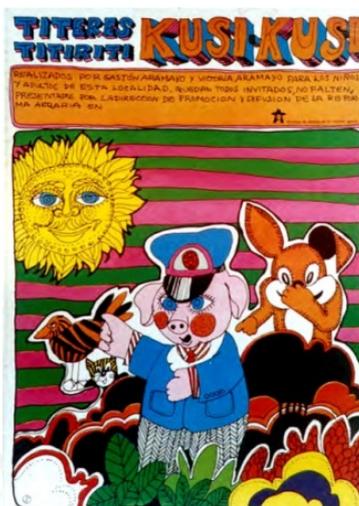


Figura 38: Jesús Ruiz Durand, *Títeres titiriti* (1970), Impresión en offset sobre papel, 70 x 50 cm. Colección del artista.

Los afiches aquí reunidos, también por su función vinculada a actividades culturales, presentan una resolución estética distinta que los aleja del conjunto y sobre todo de la categoría del *pop ahorado*. De formato más pequeño que los anteriores, cuatro de estos (figuras 39,40) están relacionados con la promoción de actividades culturales: títeres y un festival de arte en Puno. A diferencia de los de representación del campesino, estos presentan más tramas y se trabajan a partir de colores secundarios, como el morado o el naranja. Por otro lado, destaca la presencia de elementos vinculados al cosmos: el sol nuevamente, pero también la luna, las estrellas y el arcoíris funcionan para marcar espacio y temporalidad. Sin duda, se trata de afiches festivos, de celebración. Los colores: azul, amarillo y naranja así lo sugieren; así como los elementos representados: plantas, animales y demás elementos de la naturaleza. Del mismo modo, las técnicas y las sombras marcadas de los afiches vistos anteriormente desaparecen, con lo cual se quita el dramatismo de las imágenes.

Entre los que están relacionados con la presentación de títeres, destaca su resolución infantil, en la que incluso los animales (figuras 37 y 38) son presentados humanizados. También destaca su vinculación como el universo del cómic, sobre todo el titulado *Teatro y escuela de títeres* (figura 39) en el que el afiche se divide en viñetas que señalan una narrativa, como en las historietas. Llama la atención también la relación

de estos afiches con elementos propios de la cultura popular, como el retablo y el diablo danzante de Puno (figura 40), parapetado sobre el arcoíris. Dichos elementos buscan hallar un vínculo de dichos espectáculos con la cultura popular.



Figura 39: Jesús Ruiz Durand, *Títeres. El buey y el burro camino a Belén* (1972), Impresión en offset sobre papel, 50 x 70 cm. Museo de Arte de Lima.

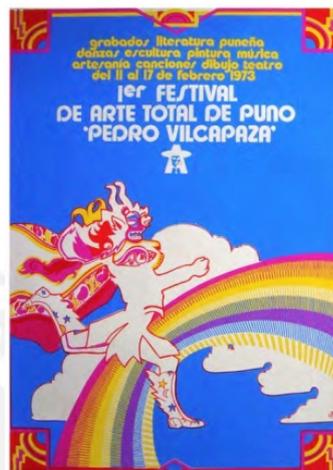


Figura 40: Jesús Ruiz Durand, *Festival de Arte total en Puna* (1973), Impresión en offset sobre papel, 70 x 50 cm. Colección del artista.

Finalmente incluimos como último afiche el titulado *Unidos para vivir* (figura 41). Resalta su inclusión, sobre todo si se toma en cuenta que se trata de un afiche realizado fuera del intervalo que marcó el velasquismo (1976). Sin embargo, lo consideramos porque fue el mismo artista quien lo incluyó. Quizá como punto final, el afiche no tiene ninguna relación con ningún precedente. Esta foto se impone y sobre ella podemos detectar algunos pincelazos. La pintura aparece en este afiche, ya no para remarcar una postura, sino más bien para estilizar los rostros de los niños a manera de rubor sobre sus rostros.

El tejido andino del fondo, el caballo y el Torito de Pucará aparecen casi como productos decorativos, en un segundo plano. El tejido aparece oculto tras las palabras, como si se tratara de la victoria de la palabra escrita sobre la imagen. Esta idea es reforzada con el cuaderno vacío en primer plano, esperando para ser llenado por esas palabras, que flotan sobre las cabezas de los niños, y que se imponen sobre su propia cultura local.

Creemos que se trata del punto final de una búsqueda trunca pero también utópica de representar al campesino peruano: revestido en un primer momento de una

vanguardia artística, este pareció destacar y ocupar el espacio central –pese a la palabra escrita abundante y compleja- del discurso artístico nacional; sin embargo, de a pocos los afiches van mostrando esta imposibilidad que remarcará un discurso criollo en el que los campesinos pierden de a poco la altivez señalada por la categoría *achorada* para ir nuevamente adquiriendo un discurso paternalista que como hemos señalado incluso los invisibiliza.



Figura 41: Jesús Ruiz Durand, *Unidos para vivir* (1976), Impresión en offset sobre papel, 70 x 50 cm. Colección del artista.

2. NUEVOS ACERCAMIENTOS PARA EL ANÁLISIS DE LOS AFICHES DE LA REFORMA AGRARIA DE JESÚS RUIZ DURAND



Tal como vimos en el capítulo anterior, creemos que la categoría del *pop achorado* ha limitado el acercamiento a los afiches que el artista Jesús Ruiz Durand diseñó hace casi cincuenta años para difundir los principales mensajes de la reforma agraria del gobierno de Juan Velasco Alvarado. Asimismo, esta categoría además de no permitir un acercamiento completo a las obras del artista, no ha concedido tampoco espacio para observar otras prácticas que se realizaron paralelamente en el mismo contexto velasquista. Esta visión, que ha priorizado la mirada social del arte, excluyó afiches que no se ajustan con dicha condición, y limitó nuevos acercamientos que no se hicieran desde las vanguardias artísticas. Así por ejemplo, de la producción de José Bracamonte (figura 54), o Emilio Hernández (figura 55), artistas que también se vincularon con las actividades del gobierno de Velasco es poco no solo lo que se ha estudiado sino también lo compilado.

En ese sentido, como un intento de aproximarnos, desde otras perspectivas a los afiches, presentamos tres posibles nuevos caminos para entenderlos: i) desde el *diseño gráfico*, práctica naciente en la década de 1960 en el Perú, que reunió a decenas de artistas en su práctica y de la que se sabe muy poco; ii) desde *la fotografía*, vista más que como una técnica o como un insumo por su esencia estética en sí misma; y iii) desde *el cómic*, de práctica y lectura de larga tradición en nuestro país, y del que se tiene noticias incluso desde la última década del siglo XIX⁸⁹ y que, sin duda, influyó no solo en la producción de afiches sino también en el consumo y coleccionismo.

Este segundo capítulo, entonces, se centra en señalar justamente las relaciones entre dichas prácticas y los afiches, y prioriza sobre todo el estudio de las imágenes y propone abrir nuevos caminos de exploración para estas imágenes no centrados únicamente en las vanguardias artísticas vinculadas tales como el Op o al Pop Art.

⁸⁹ Véase Sagástegui (2003). La autora señala que fue en 1887, en *Perú Ilustrado* cuando aparece, por primera vez en la prensa peruano, una viñeta (2003:11).

2.1. Desde el diseño gráfico

Si decíamos que los acercamientos al arte peruano de las décadas de 1960 y 1970 han sido poco trabajados, en el caso del desarrollo del diseño gráfico en el Perú el panorama es aún más evidente. Poco, o nada, es lo que se ha escrito sobre la historia del diseño gráfico peruano⁹⁰. Apenas una exposición en el Centro Cultural de la Universidad Ricardo Palma, en 2001⁹¹, y algunos artículos y entrevistas aparecidos en la prensa de la época⁹² parecen dar cuenta de una práctica bastante importante que prosperó a partir de los años cincuenta, bajo el auspicio de la construcción de una sociedad de consumo en ciernes.

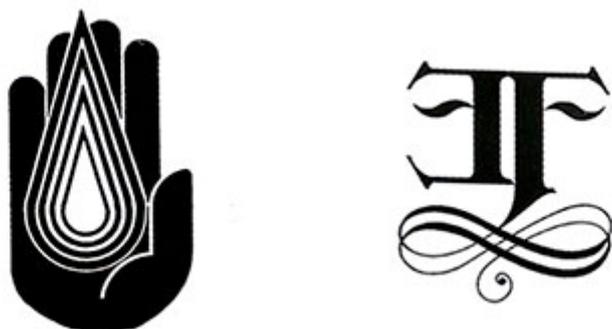


Figura 42: Logos comerciales diseñados por Jesús Ruiz Durand.

Los primeros diseñadores gráficos aparecieron en el Perú conjuntamente con la necesidad de las grandes tiendas por situar su imagen en el consumidor peruano. Munive (2001:6) señala que “algo decisivo para el desarrollo [del diseño gráfico] lo constituye el arribo a Lima de grandes empresas comerciales suizas dedicadas a los rubros de Hotelería, Química, Banca y Seguros, las que al poco tiempo trajeron diseñadores desde su patria para que se encarguen, primordialmente, de construir su imagen”. Es de esa forma, vinculada a una necesidad de comunicación y de consumo, que muchos de los jóvenes artistas peruanos de esa época —Ciro Palacios, Carlos González, Víctor Escalante, Octavio Santa Cruz, Emilio Hernández, José Bracamonte y

⁹⁰ El artista Octavio Santa Cruz viene preparando su investigación doctoral para la Universidad Nacional Mayor de San Marcos justamente sobre los primeros años del afichismo peruano.

⁹¹ La exposición se llamó “El lápiz bien temperado” y reunió a diversos diseñadores de fines de los sesenta, entre los que se incluye a Jesús Ruiz Durand y a José Bracamonte, ambos compañeros de trabajo en la DPDRA.

⁹² Véase: Oiga (agosto, 1968), Caretas (agosto, 1968).

también Jesús Ruiz Durand, entre otros— incursionaron en el diseño como una actividad paralela a su práctica artística que les asegurase cierta estabilidad económica⁹³.

Además de la creación de líneas gráficas, portadas, diagramación, papelería y logos, el diseño gráfico les permitía a los artistas locales tener la posibilidad para expresarse en espacios de consumo masivos, no necesariamente vinculados con el mundo del arte. Sin duda, esta incompatibilidad —que nos recuerda la distinción entre arte popular y arte de élite— no colaboró con el reconocimiento de mucha de la práctica artística de esa época. El mismo Jesús Ruiz Durand (1972:26) sostenía que:

“...los vicios más frecuentes en los que incurre un sistema de ‘comunicación desde arriba’ son siempre producto nefasto de la codicia comercial y del paternalismo [...] El uso tradicional de los ‘medios’, y su aplicación más conocida es aquella que vienen empleando los grandes grupos de poder para difundir sus mensajes; dichas formas corresponden generalmente a la estructura de la gran empresa comercial o al gran aparato estatal informativo, con un complicado y costoso sistema de servicios y accesorios propios de toda sociedad de consumo”⁹⁴.

Por su parte Claude Dietrich (Torres: 2005), diseñador francés que vivió en el Perú por muchos años, señalaba: “Si una pintura está expuesta en una galería la ven mil personas por decir [...] Pero una afiche, un póster o un logotipo, lo haces y lo ven todos los días en la calle, en todas partes”. Reforzando por un lado la distinción de prácticas, pero también caracterizando una de las principales ventajas del diseño gráfico frente al arte plástico.

En la lista de pioneros del diseño gráfico en el Perú, destacan, sin duda, además de Dietrich y de los artistas peruanos ya mencionados, los maestros suizos Bovey, Bossart, Stöckli y Barandun; quienes, influenciados por la Escuela de Bauhaus⁹⁵, formaron a toda una generación de diseñadores locales de los que en la actualidad se conoce poco o nada. El mismo Jesús Ruiz Durand incursionó en el diseño y sin temor de exagerar, si se revisa la lista de publicaciones de la época, no hay revista importante

⁹³ En algunos casos, como el de Víctor Escalante esta actividad incluso lo alejó de su práctica artística.

⁹⁴ Para la fecha, Ruiz Durand ya se había alejado de la DPDRA y, según se puede leer, manifiesta su descontento, un año después, del tipo de comunicación que él mismo diseñó para el gobierno velasquista.

⁹⁵ Incluso Barandun, como lo señala Munive (2001:7) fue profesor de la Bauhaus y elige venir al Perú porque era un gran admirador del arte peruano precolombino. “[En la Bauhaus] pudo apreciar cerámicos y textiles de nuestras culturas precolombinas”.

de humanidades peruana en la que no se haya involucrado desde el diseño gráfico: *Textual*, *Educación*, *Havarec*, *Amaru* son solo algunas en las que participó como diseñador, sobre todo encargado de portadas, dossiers fotográficos y de páginas interiores.

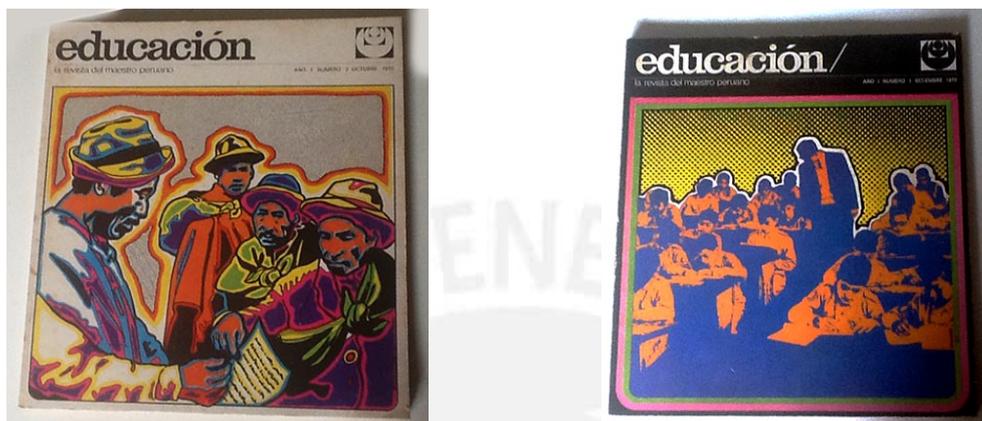


Figura 43: Portadas de la revista Educación, de 1970, diseñadas por Jesús Ruiz Durand. La foto de la primera es la misma imagen utilizada en la Figura 18.

Sobre la función del diseño gráfico, Ciro Palacios (2016, comunicación personal), quien además fue profesor de esta disciplina en la Universidad de Lima por 35 años, señala que, a diferencia del arte, el diseño es ante todo comunicación. “Hay una distinción entre el arte plástico y el diseño gráfico, en el último se prioriza la función. Es decir, sobre todo el mensaje tiene que quedar claro”.

En esa misma línea, Lauer ya señalaba, en agosto de 1968⁹⁶, incluso antes del golpe de Velasco, que “el afiche es esencialmente comunicación, comunicación de símbolos visuales pre identificados en las mentalidades de las personas”. Del mismo modo señalaba que “no todos los afiches son obras de arte, aunque el afiche como género esté en camino de serlo”. Por su parte, Víctor Escalante (2016, comunicación personal) completa que el diseño gráfico discurre por otro camino que su propuesta artística. “Muchos artistas tuvimos que optar por el diseño gráfico como una manera de generarnos recursos”.

⁹⁶ Revista Oiga, número 287, 23 de agosto de 1968, p.20



Figura 44: Publicidad de vodka Smirnoff en el que aparece reproducido uno de los afiches Op más paradigmáticos de Ruiz Durand. (Fuente: revista Oiga, 1968)

De esa manera, el diseño gráfico, a partir de dos de sus principales exponentes aparece como una actividad no relacionada con el arte e incluso contraria. David Flores-Hora ensaya en “Un cartel que habla. Encuentros y cercanías entre el afiche peruano de SINAMOS y el afiche chileno de Unidad Popular”⁹⁷ algunas respuestas aún inconclusas que relacionan estos productos como tránsitos paralelos entre la vanguardia y el arte gráfico aún visto como “arte menor” o “artesanía”⁹⁸. Creemos que eso explica los pocos estudios que se han realizado al respecto y lo poco que conocemos de una larga generación de diseñadores gráficos. Entender los afiches para la DPDRA, descontextualizados de este tejido favorable para el diseño gráfico en el Perú, es solo ver una parte del fenómeno. Sin duda, los afiches y también los artistas convivieron en un paisaje parecido. ¿Cómo se relacionan? ¿Por qué solo los vinculados al gobierno de Velasco han sobrevivido al tiempo? son preguntas necesarias para entender los afiches estudiados en esta tesis. O quizá es por el contrario. Es decir, que contrariamente a lo que pensamos, no son los afiches artísticos lo que en la actualidad tienen mayor

⁹⁷ Sobre el afiche chileno, véase <http://afichepoliticoenchile.cl/>

⁹⁸ Véase: *Un cartel que habla. Encuentros y cercanías entre el afiche peruano de SINAMOS y el afiche chileno de Unidad Popular*. En: Escuela de Marte. Consulta: 24 de abril de 2014. < <http://escuela-de-marte.blogspot.com/search?q=ruiz+durand>>.

recordación sino por el contrario son los logos y afiches comerciales, hechos para la industria del consumo, los que ahora son más reconocidos y masivos.



Figura 45: Miembros de 4-P. Podemos observar a José Bracamonte, parado de brazos cruzados. Caretas, n° 382, oct. de 1968, p. 44

Esta distinción, entre dos tipos de prácticas, se funda también en las propias opiniones de los artistas. Jesús Ruiz Durand (2014, comunicación personal) señala sobre el diseño gráfico comercial: “Yo detesto la publicidad, nunca he hecho una sola cosa de publicidad comercial”. Recordando a José Bracamonte, sostiene que “era un excelente diseñador gráfico, inmerso en la publicidad, en lo que está de moda, en lo que les gusta a los auspiciadores”. En sus declaraciones, sin duda, se refuerza esta tensión entre práctica artística y diseño gráfico, pese a que ambos, en el mismo tiempo, diseñaron afiches con la misma finalidad. Agrega que una diferencia entre él y la propuesta de Bracamonte tiene que ver con la manera de resolución: “Bracamonte siempre utilizaba fotos de alto contraste y nada más. No estaba interesado en el pop como yo”, declara Ruiz Durand. Justamente Bracamonte, en agosto de 1968, fundaba, junto a Marcos Caplansky, José Casals y Carlos González, P-4 (pósteres y postales populares peruanos), empresa de diseño que tenía como objetivo producir pósteres decorativos y

“venderlos a 60 soles a quien le sobre la imaginación y paredes”⁹⁹. Se trataba de una apuesta comercial, un modelo de negocio, que de alguna forma se distanciada del arte dada su dimensión comercial.

Juan Acha (1979: 66) señalaba atinadamente que “aparentemente, los medios masivos posibilitan el conocimiento de las obras de arte, sin necesidad de ver el original, beneficiando [así] a las artes tradicionales. Pero en realidad, difunden un consumo privado, arbitrario, rutinario”.

En ese sentido, creemos que los afiches realizados por la DPDRA no se diferencian en su espíritu de los afiches diseñados comercialmente. Habitan en ellos la paradoja de la pretensión artística de la intimidad artística, pero también la necesidad, apuntalada por los *mass media*, del alcance masivo y reconocimiento.

A medio camino entre estos dos tópicos, los afiches diseñados por Ruiz Durand parecen no definirse. A los múltiples “errores” de comunicación anteriormente señalados —por ejemplo, la abundancia de texto pequeño— o la ausencia de un estudio de recepción como el mismo señalaba en 1984, se le suma la pretensión por asimilarse a una vanguardia artística de corte intimista. Victor Escalante (comunicación personal, 2016) argumentaba que “cualquier diseñador de esa época hubiera querido tener las facilidades que brindaba el aparato administrativo de la oficialidad”. No obstante estas facilidades también suponían una sujeción ideológica, más simbólica que efectiva, que hizo que aquel consumo masivo para el cual fueron ideados, con el tiempo, diera paso a aquel consumo privado mencionado por Acha.

⁹⁹ Véase: Suplemento Dominical del Diario El Comercio, del 18 de agosto de 1968, p. 34.

2.2. Desde la fotografía

Refiriéndose a la fotografía, Benjamin (2003:51) señalaba que a partir de ella “por primera vez en la historia universal, la reproductibilidad técnica emancipa a la obra artística de su existencia parasitaria en un ritual [...] y que si el criterio de autenticidad llega a fallar es que la función social del arte en su conjunto se ha trastornado [...] para aparecer su fundamentación en otra praxis, a saber: en la política”. Creemos que estos afiches también pueden entenderse a partir de esta tensión que, por un lado, proponen una disrupción en relación al concepto de arte; y, por el otro, cuestionan la propia institucionalidad del objeto de arte.

En camino paralelo a la discusión sobre la incorporación del arte popular¹⁰⁰, y casi sin darse cuenta, los afiches en clave de vanguardia artística cuestionan también un discurso hegemónico; pero ya no desde la propia práctica del ritual como lo señala Benjamin, sino desde su propia institucionalidad oficial. Los afiches de la reforma agraria se materializan como elementos de denuncia, camuflados en una práctica, no solo estética sino también ideológica, utilizando para ello sobre todo la fotografía como insumo¹⁰¹. Retomando la discusión sobre los problemas del *pop achorado* sostenemos que mirar los afiches, solo a partir de la categoría del pop, no ha permitido observar que en su mayoría, estos son esencialmente fotografías, trabajadas a partir de la técnica sí, pero fotografías al fin de cuentas. ¿Cuánto de la tradición de la foto surandina –de Chambi y de los hermanos Vargas– conservaban? ¿O cómo estos afiches aquí estudiados dialogan con la idea de fotografía de la Asociación Cultural Secuencia? es una pregunta descuidada. Nuestra propuesta confiere a estos afiches una vinculación estrecha con estos dos momentos del desarrollo de la fotografía en el Perú de la cual poco también se ha escrito a la fecha.

La primera noticia de una exposición de fotografía en el Perú data de 1963, cinco años antes del golpe de Velasco. Se trata de la exposición de José Casals, que como hemos visto luego integraría 4-P junto a José Bracamonte, en el Museo de Arte de

¹⁰⁰ Al reconocimiento al retablista Joaquín López Antay, el gobierno de Velasco también animó festivales de arte nacionales como el Inkarrí e incluso motivó la elaboración de videos relacionados al deporte y entretenimiento, como las carreras de chasquis o de Triciclos, esta última grabada por Arias Vera.

¹⁰¹ Sobre la utilización de la fotografía como insumo para el arte vale recordar el texto de Schwarz (2013: 73) sobre los 29 tacos de madera originales hallados para el libro de Manuel Atanasio Fuentes “El Murciélago”. Dichos tacos expone Schwarz, de casi 150 años de antigüedad, se utilizaron para la impresión de los interiores del libro y entres las imágenes que destacan hay paisajes urbanos, de tipos y costumbres; así como retratos de mujeres de la sociedad limeña, personajes políticos y religiosos de la época.

Lima, y es “considerada probablemente la primera exposición de un fotógrafo en un museo” (Majluf, 1997).

Juan Acha¹⁰², escribía en el catálogo de aquella exposición,

En principio, pues, la finalidad pura y libremente estética puede darse y ser lograda en la fotografía por medio de los factores lumínicos que le son propios (fotografía). Es decir, una vez que este arte se desprende de sus funciones informativas, documentales e ilustrativas o se vale de alguna de estas para la connotación estética; y toda vez que evite imitar la pintura o el grabado.

Se trata, pues, de la actualización de la misma discusión que enfrentaba al diseño gráfico con el arte. En 1963, la fotografía aún era vista como una técnica antes que como arte y, a pesar de que Acha, ya construía una estética particular la tradición documental y técnica seguía funcionando como impronta. Esta tradición, le debe mucho a Martín Chambi, sin duda, el fotógrafo peruano más emblemático del siglo XX, quien se dedicó desde el Cusco, a partir de 1920, a realizar retratos, postales y fotografías de reuniones y celebraciones por encargo¹⁰³.



Figura 46: Martín Chambi, *Fiesta en la hacienda Angostura* (1929), Copia moderna en gelatina de plata sobre papel, 40 x 50 cm, Museo de Arte de Lima. Donación Archivo Chambi y Fundación Telefónica.

¹⁰² Juan Acha. “[Presentación]”, en José Casals. Exhibición fotográfica, cat. De exh. (Lima: Museo de Arte de Lima, abril 1963).

¹⁰³ Véase: Martín Chambi (2007)

El contexto cambió en 1942 cuando aparece la película y el papel fotográfico Kodacolor, productos que pusieron fin a una década de progreso sostenido en el desarrollo del color. Apenas unos cinco o seis años luego, fines de la década del 40, en Huancavelica, Ruiz Durand ya experimentaba con la fotografía.

Según recuerda:

“Mi primera cámara la tuve a los 6 años. Había unas cámaras de cajón y de fuelle bellísimas y siempre he manejado esas. A los 10 años o antes debo haberme metido como ayudante del fotógrafo de la ciudad que tenía su laboratorio en la Plaza de Armas. Ahí es donde descubrí todo el secreto del laboratorio para revelar en papel, para crear negativos en vidrio. Desde esa edad no he parado hasta ahora” (Ruiz Durand, comunicación personal, 2016).

El artista sostiene que dicho conocimiento, que según sus palabras tienen que ver con su necesidad de “saber qué hay detrás de todo” le permitieron, años después, poder trabajar con mayor facilidad los afiches. Con pocos años de diferencia, y luego de las aproximaciones dadaístas¹⁰⁴, según Scharf (1994:334), ya un artista como Robert Rauschenberg, en su obra de fines de 1950 y comienzos de 1960, “aportaba muchos ejemplos de la utilidad del fragmento fotográfico”. Para el autor las imágenes popularizadas de los medios de comunicación de masas que el artista reunía “se multiplican hasta que su trivialidad [...] y las heroínas y los automóviles parecían expresar el desesperado apego del artista a la mitología, mecánicamente reiterada, de la vida urbana de nuestro tiempo” (Scharf, 335).

Dicha mirada tardó algunos años para llegar al Perú. En la declaración de intención del Asociación Cultural Secuencia¹⁰⁵, enviada a los medios de prensa el 27 de junio de 1977, señalaban:

“En nuestro país la fotografía como medio creativo y como forma artística siempre ha sido excluida de la discusión sobre la cultura y el arte. Hemos continuado inconscientemente un prejuicio del siglo pasado que nos presenta a la fotografía como la hermana menor de la pintura, incapaz de tener por cuenta

¹⁰⁴ En 1918, Tristan Tzara publicaba su manifiesto dadaísta donde recomienda a los poetas recortar palabras, guardarlas en una bolsa y construir el poema a partir del azar. Desde la plástica Hannah Hoch, en 1919, ya trabajaba sus collage a partir de fotografías recortadas de revistas de comunicación masiva.

¹⁰⁵ Considerado como el primer colectivo de fotografía peruano integrado por los fotógrafos Enrique Norman Sparks, Armida Testino, Fernando La Rosa, Javier Silva Meinel, Billy Hare, Carlos Montenegro, Mariella Agois y Roberto Fantozzi.

propia algo que expresar. Tal vez podamos conceder que la fotografía posea un interesante valor documental, pero no concedemos con igual simpleza el que la fotografía sea una obra de arte a la par que un cuadro o una novela”.

Resulta significativo reconocer que esta visión documental, vinculada sobre todo al mundo sur andino, estuvo reforzada fuertemente por Chambi y los hermanos Vargas¹⁰⁶, quienes a pesar de poseer condición de artistas, según Majluf (1997: 23) tuvieron “una predominancia tal en el imaginario colectivo” que recién hacia mediados de los 60 llegó a agotarse “en la repetición y el cliché”. Creemos que con los afiches de la reforma agraria dicha tradición se refundó, pero esta vez incidiendo no solo en el valor documental sino sobre todo en la visión etnográfica tal como parece sugerirlo el propio Ruiz Durand (2016, comunicación personal):

“Yo fui el primero que dijo, ‘ya, hagamos un trabajo de verdad, vamos a armar una buena fototeca, trabajo de campo, toda la gente va a tomar fotos de campesinos trabajando, en mítines, manos, primeros planos, de todo’. Fue así, en todos los mítines, en todos los sitios fuimos con estas nuevas noticias de la reforma agraria fotografiando y filmando. Casi todos los afiches son sintetizados de fotografías que hemos tomado. Había una garantía de la ligazón, de la relación emotiva con el mundo andino. Los afiches de los cañeros no iban al jamás Cusco y viceversa. Cada grupo humano tiene su manera su manera de vestirse, sus rasgos fisionómicos y de eso me ocupé bastante y la ventaja fue que como eran referentes fotográficos todos, yo los traducía al lenguaje del cómic, en eso yo estaba trabajando hace mucho tiempo en el pop político”.

Creemos que es necesario aproximarnos a los afiches también desde la fotografía, que según hemos visto, se trata del principal insumo de dichas imágenes¹⁰⁷. Incluso, aquellas fotografías fueron reproducidas no solo en afiches sino también en revistas y documentos oficiales. Cuestionar esta mirada alejada, funcionalista, no integrada y cerebral del uso de estas imágenes nos hace reforzar la idea sobre la verdadera función de estos dispositivos de comunicación. Por otro lado, conviene también señalar que el estudio de estos afiches puede servir para rellenar una parte de la historia de la fotografía no estudiada. Quizá el trance entre la fotografía documental del

¹⁰⁶ Andrés Garay (2005:19) apunta que la visión que tenía Chambi sobre su cultura trascendía lo originario. “No solo se fijó en aspectos indígenas, sino también coloniales, haciendo de su fotografía una fuente de mestizaje, que es la identidad resultante del encuentro de lo autóctono con lo occidental”.

¹⁰⁷ Es interesante constatar que esta práctica tiene precedentes incluso hacia finales del siglo XIX, tiempo en el que según Villegas y Torres (2005: 39-56), artistas como Teófilo Castillo y Luis Astete y Concha se valieron de la fotografía para sus pinturas de retratos.

sur-andino, apuntalada sobre todo por Chambi y la propuesta estética de Asociación Cultural Secuencia encuentre su puente de vinculación, su bisagra en estos afiches. En ese sentido conviene destacar lo que sostiene La Rosa (2014), fundador de Secuencia, quien recuerda que fueron las charlas¹⁰⁸ de Ruiz Durand entre los años 1961-1964 en la Escuela Nacional de Bellas Artes, las que le “abrieron los ojos a los diferentes modos de usar el medio fotográfico [...] como crítica y denuncia social”. No es casualidad que esta impronta, luego del velasquismo, reaparezca con Secuencia como si se tratara de una reactualización de un discurso postergado y fallido y que reactualiza el discurso, esta vez desde lo estético, de la fotografía como objeto de arte.



Figura 47: Jesús Ruiz Durand, *Laredo* (1969), fotografía, colección del artista.

¹⁰⁸ La Rosa recuerda que las “charlas audio-visuales trataban de un proyecto documental sobre las deplorables condiciones arquitectónicas del histórico barrio del Rímac”.

2.3. Desde el cómic

Una última mirada para un acercamiento a los afiches se relaciona con el cómic, tradición muy practicada y difundida en nuestro país de la cual poco se ha escrito en relación a su real influencia y dimensión dentro del arte peruano.

Apenas un par de textos y una exposición el año 2003, en el ICPNA de San Miguel, demuestran aún la poca importancia que se le otorga. De la misma manera como sucede con el diseño gráfico, con el cómic parece establecerse una distancia que no le confiere la categoría de arte y que no le permite dialogar con dichas prácticas desde una oficialidad institucional.

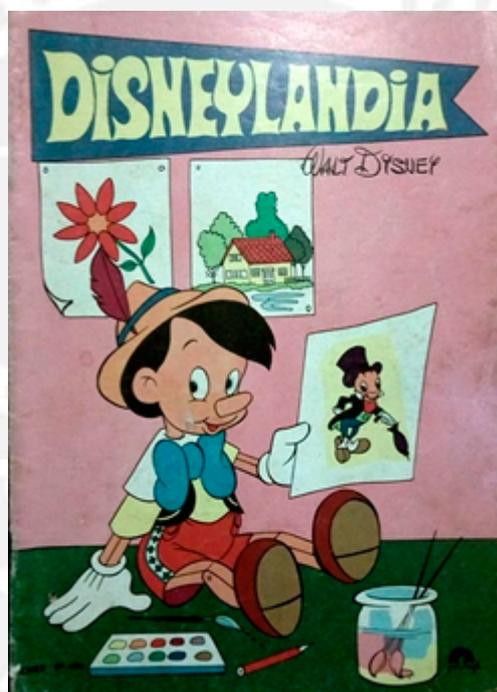


Figura 48: Pinocho, edición de abril de 1969, producido en Colombia y distribuido en Perú. Resulta curiosa la vinculación del afiche para ser pegado con la pintura de la imagen.

Sin embargo, conviene cuestionarnos, en el plano de la recepción, si la decisión de Jesús Ruiz para la Dirección de Difusión y Promoción de la Reforma Agraria, de utilizar viñetas en sus afiches, no estuvo condicionada por su propia tradición sino también con la costumbre generalizada de la lectura de *chistes* (que es como se conocieron en el Perú), que se realizaba a partir del alquiler de las historietas para ser

leídas en plena calle. Sobre esta práctica, el mismo Ruiz Durand (2016, comunicación personal) recuerda que en Huancavelica, cuando niño, emprendió el negocio del alquiler de sus propios cómics y que fueron “Tarzán, Fantomas, Flash Gordon, El Halcón Negro, El Hombre Araña, Dick Tracy y Superman, algunos de los personajes modeladores de su infancia”.

Creemos que ver los afiches, solo mirando la tradición de Lichtenstein y no la copiosa tradición de comercio y lectura de cómic en el Perú, también sería partir de un error. Nuestra propuesta propone que tan importante como ver la vanguardia artística mundial del Pop Art, como elemento-insumo para la elaboración de estos afiches, lo fue, sin duda, también la tradición de la historieta local desarrollada ya desde el siglo XIX, como lo señala Carla Sagástegui (2003: 9-15). Sumado esto a la poderosa función formadora e ideológica del cómic, de la cual ya alertaban Dorfman y Matellart (2002: 20) cuando decían que era imposible negar su influjo en las nuevas generaciones y que “más allá de la cotización bursátil, sus creaciones y símbolos se han transformado en una reserva incuestionable del acervo cultural del hombre contemporáneo”.

No resulta extraño, pues, rastrear ahí en el Perú una de las más antiguas tradiciones artísticas y también una de las costumbres más difundidas vinculadas a la lectura de imágenes, que en este caso se presentaban masivas y populares. Dicha tradición creemos aparece en el Perú, a partir de la mitad del siglo XX, e incluso se posiciona como más influjo que la propia tradición pictórica del arte. Las historietas, pensadas desde el formato y desde la estética, para circular rápidamente encontraban en su modelo de distribución, la esencia de un consumo más plural y rápido. Asimismo, la resolución gráfica de la viñeta, que en muchos casos, puede incluso eludir al propio texto, creemos que acercó a mucha de la comunidad quechuahablente o analfabeta al mundo de la escritura a través del cómic.

Rastrear esta relación nos permitiría pues también respondernos parcialmente sobre el plano de la recepción en el que se movieron los afiches de resolución vinculada al cómic. Sobre el tema, Villar (2009:11-12) sostiene que Ruiz Durand demostró con sus “fabulosos” afiches que el cómic y el arte no estaban tan distanciados como lo parecía. El autor agrega que quizá “estas viñetas [...] con todo su cosmopolitismo nacionalista no hacía más que responder a algo que ya existía en nuestras clases populares”. Villar va más allá y confirma la relación entre cómic y comunidades

andinas. Para el autor eso queda demostrado con el “fabuloso” Archivo de Pintura Campesina de la Universidad San Marcos “que guarda creaciones realizadas en los últimos treinta años por campesinos peruanos” donde la existencia de “globos, onomatopeyas, paneles secuenciales, demuestran que hay un conocimiento no solo intuitivo sino también real del género en el campo y en las periferias de nuestras ciudades sobrepobladas por campesinos”.

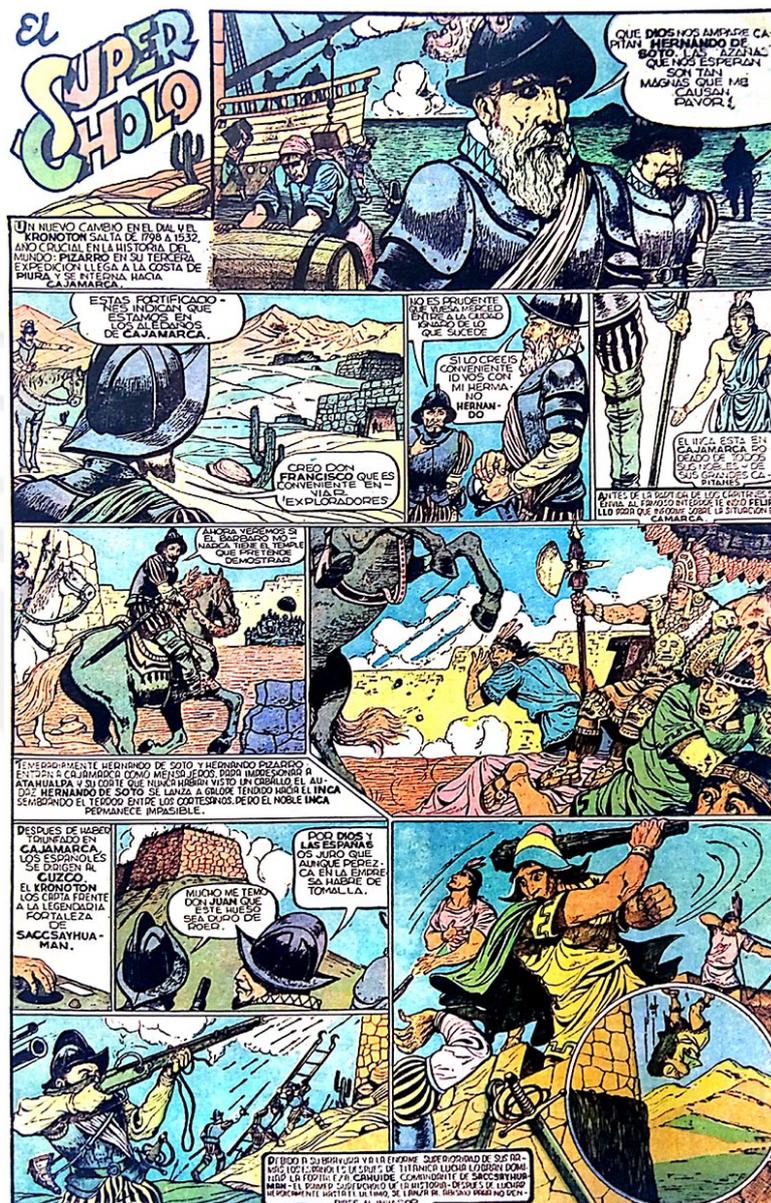


Figura 49: Honigam, *El Supercholo* (1957-1966), *El Comercio*, 5 de mayo de 1958.

Ruiz Durand (2016, comunicación personal) sostiene que el cómic era un “lenguaje muy cercano a él y a su entorno”. Sin duda, eso queda demostrado en la prensa peruana. Ya en 1940 aparece *Palomilla*, primera revista peruana íntegramente dedicada a la historia. Sagástegui sostiene (2003:25) que esto se debió al éxito de la historieta en las publicaciones infantiles y al nacimiento del cómic-book en Estados Unidos, que como ya lo señalamos en el Perú recibió el nombre de chiste. Para la autora este recorrido se complementa en los años cincuenta cuando aparece *Avanzada*, que hasta 1968 hizo que “escolares peruanos disfrutaron en ella hasta el aburrimiento, de las aventuras de personajes cuya vida se prolongó en los periódicos durante el gobierno del general Juan Velasco Alvarado: como Coco, Vicuñaín, Tacachito y muchos otros más”. Paralelamente, en el diario *El Comercio* aparecería el *Supercholo* (figura 49) del cual Casallo (2015:289) sostiene que “elabora a pesar de su título, el tema indigenista del indio fuerte, trabajador, inocente, enfrentándolo no a amenazas globales [...] sino, inicialmente, a sus propios compatriotas, acostumbrados a aprovecharse de él”

Conviene, pues, señalar esta vinculación entre cómic y los afiches y rastrear en ellos mucha de esta tradición que involucra no solo el plano de la recepción sino que además otorga nuevos elementos de influencia para estos afiches hasta ahora descuidados y no estudiados. Sostenemos que así como para el caso del diseño gráfico y la fotografía, los afiches de Ruiz Durand sirven para entender una tradición hasta ahora esquivada y que, paradójicamente, formó a varias generaciones de peruanos en la lectura de imágenes antes incluso que las mismas obras de arte como lo fue el cómic.

3. EL AFICHE COMO FETICHE: LECTURAS CONTEMPORÁNEAS DESDE LA INSTITUCIONALIDAD ARTÍSTICA





Figura 50: Fotografía del artista en la que se observan los afiches en las paredes de la Plaza de Chincheros, en Cusco. Archivo personal del artista, 1970-1972

Primer momento: paredes de comunidades campesinas

Llama la atención una fotografía (Figura 50) en la que en blanco y negro se muestran los afiches pegados en una pared principal de una comunidad campesina. Si observamos bien la imagen, están pegados como para ser exhibidos en un museo. Incluso, todos son de por sí distintos y están organizados como en una muestra. Es decir, y hay que insistir en esto, no se trata de un afiche único relacionado a algún evento relacionado a las acciones de la Reforma Agraria.

La imagen es reveladora no solo porque muestra a los campesinos no vinculados con los afiches –ninguno de ellos establece un diálogo con los afiches y por el contrario todos parecen darle la espalda y estar preocupados en otras actividades–, sino que además la imagen demuestra que desde un principio estos afiches no solo fueron pensados como dispositivos de comunicación en pro de la Reforma Agraria sino también como dispositivos de arte pensados para ser exhibidos. Pegados una tras otra en una pared, podemos observar que todos los afiches son distintos, como piezas únicas esperando a ser develadas sobre la pared de una plaza. Resulta, pues, la fotografía un documento que corrobora este alejamiento del discurso de los mismos afiches con su

público objetivo que parece no percatarse de ellos. Esta idea incluso se refuerza con aquella distinción, afirmada por el mismo artista, quien señala que hubo afiches impresos en papel periódico, pensados para las paredes; y afiches en papel bond, pensados para embajadas, ministerios y amigos de la revolución. Dicha brecha, de material, pero también de acercamiento, nos permiten sostener que estos afiches más que validar un discurso campesino fueron pensados para validar un discurso hegemónico de poder y que su recorrido hacia los museos y hacia las colecciones privadas así lo evidencian en la medida que justamente descartando su visión política se convierten en dispositivos inofensivos. En palabras de los teóricos críticos, en fetiches de mercancía que sirven más que ideológicamente, por su dimensión comercial y validadora de un discurso dominante.



Figura 51: Afiche de Jesús Ruiz Durand, impresión en offset, original en papel periódico, 100 x 70 cm. Colección privada.

Segundo momento: espacios gubernamentales

Para Susan Sontag (1970), ya lo dijimos, “el carácter oficial de los afiches aseguraba la distribución masiva y su recordación típicamente repetitiva”. Sontag se

refería en específico a la experiencia cubana del afiche¹⁰⁹, sobre todo vinculado a la industria del cine¹¹⁰. En dicho caso, así como en el peruano para la reforma agraria, los artistas pese a su filiación gubernamental aparentemente gozaban de una libertad de acción estética, regulada a partir de ciertas condiciones ideológicas.

En ese sentido, la supuesta paradoja entre discurso político y estético para el caso de los afiches no es tan dispar como parece. Tal como lo señala Hall Foster (2003), cuando dice que el autor de este nuevo modelo productivista en vez de hablar en nombre de esta nueva fuerza social, debía alinear su práctica con su producción; es decir que el artista pasa de ser un proveedor a un ingeniero que adapta el aparato a los fines de la revolución proletaria. Resuelto el problema de la distribución, el artista en la época de Velasco pareció actuar con total libertad artística. Proponemos que esta autonomía no era tan amplia como lo pensaban. Nucleados bajo un régimen militar, esta reunión de amigos, también fue controlada.

Ruiz Durand, en nuestras conversaciones, repitió en varias oportunidades que como artistas consagrados “nadie les decía lo que tenían que hacer”; sin embargo, siempre refirió también en nuestros encuentros “instancias de aprobación” regulares que debía seguir. Es decir, antes de la impresión, su jefe, Efraín Ruiz Caro, debía dar el visto bueno. Como diría Foucault¹¹¹ los mecanismos de control vinculados a las acciones de la DPDRA, a diferencia de las acciones políticas de tierra, actuaban de manera más sutiles o sofisticadas. “Se tenía media hora para hacer ese dibujo, lo veían lo aprobaban y eso era todo”, señala Ruiz Durand como si detallara un trámite administrativo más en la cadena productiva. Sostenemos, a partir de sus palabras, que para el artista las rápidas aprobaciones actuaban como validadores de acción (o en otras palabras como los normalizadores de libertad); sin embargo, creemos también que estas instancias de aprobación también suponían una sujeción de acción.

¹⁰⁹ Ruiz Durand (2014, conversación personal) narra el ocaso del afiche cubano de la siguiente manera: “Cuando vino el ministro cubano de Cultura le pregunté qué pasó con la gráfica cubana, que fue de toda esta gente que para mí eran genios. Él me dijo “ya que estamos entre amigos tengo que decirle la verdad”. Me contó que Susan Sontag y todo el mundo alabaron los afiches cubanos. Entonces, el ministro de Cultura de ese entonces dijo que había que hacerlo mejor. Estableció un comité que califique y recomiende. Nombraron a unos diez ‘héroes’ de la revolución que tenían que ver los bocetos de los chicos”

¹¹⁰ Los artistas cubanos ideaban nuevos afiches de promoción de películas utilizando para ello técnicas de reproducción más tradicionales como la serigrafía.

¹¹¹ Véase: Foucault (2009)



Figura 52: Fotografía de una ceremonia oficial con la presencia del general Graham Hurtado, en la hacienda Paramonga (La Libertad), Colección particular de Juan Carlos Serna, s/n

A los controles de los elementos de producción y de distribución se le sumaba el control de la actividad. Lo que para Foucault (1976) tiene que ver con el establecimiento de ritmos y la obligación a realizar “ocupaciones determinadas y regular los ciclos de repetición”. Este marco de acción señalado desde la oficialidad funcionó como el normalizador de la práctica artística, pero también marcó sus límites. No solo controló los mecanismos de producción —elementos técnicos, imprenta, presupuesto— sino que además situó el lugar de exposición de los afiches. Comparándolo con el panorama de elaboración de una obra de arte, podríamos extrapolar el ejemplo diciendo que la situación propuesta sería como que a un pintor le digan el tema a representar y le impusieran los espacios de distribución y exposición a cambio del recurso para crear la obra de arte. A pesar, de que todos aparecen con la firma del autor (llamémosle un espacio de descontrol), señalamos que estas instancias de control pueden funcionar como un primer régimen de valor para estos afiches. Dado su carácter oficial estas imágenes encontraron desde muy temprano espacios de exhibición privilegiados, incluso más que los diseños publicitarios, en las paredes de las ciudades pero también en las oficinas de autoridades, muchos de ellos vinculados seguramente al coleccionismo de obras de arte.

Justamente por eso nos interesa cuestionar los circuitos de valor de estos afiches. Es decir, por qué y cuándo dejaron de ser productos de comunicación y se convirtieron en piezas de arte. Proponemos que casi inmediatamente los afiches perdieron su valor ideológico. Si observamos el circuito de elaboración nos daremos cuenta que, salvo su procedencia gubernamental, este proceso sigue casi los mismos pasos que sigue el de producción de un afiche comercial en el que un cliente le exige a un artista una resolución gráfica que se ajuste a sus contenidos. Dicho proceso es intermediado por un valor económico, es decir por un pago que medía el proceso, cede el derecho de uso total de la obra. Resulta curioso que apenas un par de años después, sea el mismo Ruiz Durand (1972) quien criticará esta comunicación desde arriba y propusiera, por su experiencia de trabajo en Puerto Rico y con los Panteras Negras de Nueva York, una comunicación horizontal que naciese desde abajo.



Figura 53: Fotografía de Jesús Ruiz Durand, en la que se observan afiches pegados sobre la pared de Trujillo, La Libertad. Un grupo de escolares y dos personas adultas los observan, 1970-1972.

Quizá muy tarde se dio cuenta que la elaboración de esos afiches, que reivindicaban al campesino peruano, era una de las formas más poderosas de lo que él llamaba comunicación “desde arriba” y que siempre aunque no lo quisiera aceptar

estuvo controlado no solo en su resolución gráfica sino, e incluso más importante, en su modelo de distribución.

Sin embargo, resulta siendo pertinente la pregunta por qué estos afiches y no los de José Bracamonte o de Emilio Hernández, hechos en la misma oficina, siguieron este circuito de valor estético. ¿Qué los hizo particulares? La pregunta no es sencilla, pero sin duda se relaciona a nuestra tipología y también a las posibilidades de múltiples lecturas, explicadas en el primer y segundo capítulo de esta tesis respectivamente; pero sobre todo creemos al sesgo de la historiografía del arte que se ha detenido –quizá porque el mismo artista tuvo más cuidado con su archivo que los otros¹¹²– en estas obras-tipo descuidando, por una decisión metodológica y excluyente, a los otros artistas. Basta, por ejemplo, ver la obra *Unidos para vivir* (figura 54) de José Bracamonte para entender que aquella campesina en primer plano que dice “no más lágrimas campesinas!” no se corresponde con la definición del *pop achorado* con lo cual no es útil para la comprensión del fenómeno.



Figura 54: José Bracamonte, *Unidos para vivir* (1970), Impresión en offset sobre papel, 100 x 70 cm. Colección de la familia.



Figura 55: Emilio Hernández, *Tierra sin patronos* (1970), Impresión en offset sobre papel, 100 x 70 cm. Museo de Arte de Lima.

Creemos que la oficialidad gubernamental les aseguró a los afiches de Ruiz Durand un sistema de distribución masiva, además de los recursos necesarios para su elaboración, y una aprobación oficial, resumida en aquel sello icónico *tupacamarino*

¹¹² Tanto así que en la reciente adquisición de afiches por el MALI, fue Jesús Ruiz Durand quien vendió junto a los suyos un afiche de Emilio Hernández (figura 47)

símbolo e ícono creado también por el artista que siempre estuvo apareado acompañado por la texto “Dirección de Difusión y Promoción de la Reforma Agraria”. Ese “sello gubernamental” aseguró no solo su distribución por todo el Perú sino también la posibilidad de que muchos de estos sobrevivan al tiempo, siendo arrancados de las paredes, para el caso de los impresos en papel periódico; o siendo guardados para el caso de los fabricados con papel bond.

Sostenemos que esta vinculación oficial es la génesis de este recorrido que supuso el despojo de su funcionalidad para convertirse en una obra de arte. “Los afiches eran pegados en las paredes de los ministerios como parte de la decoración gubernamental de los salones”, declara Ruiz Durand (2014, conversación personal). Sin duda, fueron estas paredes y estas oficinas, después de las paredes de las localidades campesinas, los segundos espacios de exhibición de las obras de arte. Pegados en las paredes oficiales dejaron de habitar como afiches y fueron recodificados como cuadros.

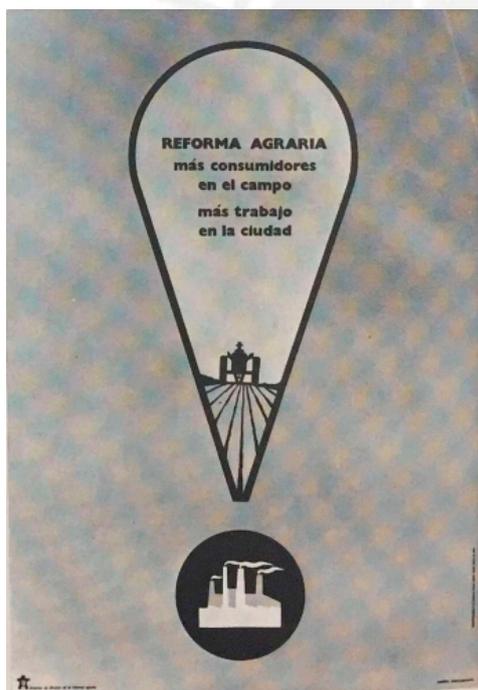


Figura 56: José Bracamonte, *Afiche publicado en Revista Amaru, n° 12, junio 1970, p. 93*

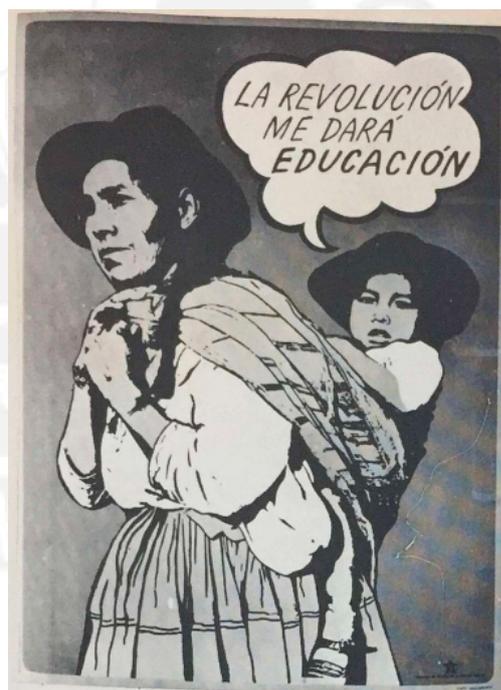


Figura 57: José Bracamonte, *Afiche publicado en Revista Amaru, n° 12, junio 1970, p. 93*

Tercer momento: ubicación arte-histórica a partir de su vinculación con las vanguardias

Una de las particularidades, creemos, no está basada en la propia y nueva representación del campesino¹¹³ —tampoco en su centralidad— sino en su revestimiento. Es decir, es la propia técnica y artificio el que convierte a estos afiches en objetos de arte. Esta técnica de vanguardia es el vehículo ideal para que estos afiches ingresen a una dinámica de régimen de valor en los que se los señala y valora ya no por el discurso sino por la propia técnica.

De alguna manera, fue necesario que el discurso artístico se independice del político, lo que implicó que se vacíe el contenido para convertirse en un objeto de valor. A diferencia del estatus oficial en el que conviven y se afianzan discursos; en la forma, es la técnica la que se impone al contenido. En ese contexto se prioriza el medio *mcluhiano*, autor muy de moda en ese tiempo, que lo vincula con una vanguardia artística mundial.

Sustentamos que este paso no sería posible sin la adecuación de las vanguardias artísticas mundiales. Es decir, fue necesario que el discurso de la reforma agraria se revista de una vanguardia internacional para que se valide, ya no en el campo y ni siquiera en los espacios de gobierno, sino también en el mundo del arte. En la medida, que dialogan con una impronta y con una contemporaneidad, los afiches pueden ser ubicados históricamente y, para efectos de la historia del arte, pueden vincular prácticas locales con mundiales. En ese sentido, proponemos que este tercer momento de valor se genera justamente utilizando la vanguardia artística del Pop y del Op como vehículos eficientes para su ubicación.

¹¹³ Recordemos que estos afiches estuvieron pensados tanto para campesinos de la costa del norte peruano como también para los del centro y sur andinos.



Figura 58: Afiches de la colección del Museo de San Marcos en uno de los patios de la Casona de la UNMSM. (Fotografía propia)

Cuarto momento: contexto del coleccionismo y contexto internacional

Susan Sontag (1970) sostiene que coleccionar afiches es una forma de recopilar el mundo en una antología. Es decir, para ella, los sucesos y seres humanos representados en un afiche son miniaturizados o reducidos. “El deseo de miniaturizar sucesos y personas, encarnados en la actual moda de coleccionar afiches, en la sociedad burguesa, equivale al deseo de reducir de tamaño el mismísimo mundo”.

Sin duda, y como último momento, creemos que estos afiches aparecen en un contexto en el que el coleccionismo de afiches era una práctica habitual sobre todo influenciada por los afiches cubanos. Mirko Lauer (1976:169) evidenciaba ya el “surgimiento de una nueva burguesía, carente de tradición y de conocimiento”, en la que las nuevas manifestaciones de la vanguardias peruanas se presentaban como un territorio de descubrimiento, de aprendizaje, que las obligaba, según él, al recorrer casi desde el inicio el camino de la historia de arte.

Justamente aquella novedad lo avala y legitima, como señalan Hernández y Villacorta (2002:36-37), a partir de una sensación de antilocalismo en que el Pop se ubica como un estilo desconectado de lo social. Proponemos que se trata de un cuarto momento, que se cierra justamente con la primera exposición moderna de estos afiches en el Museo de San Marcos, en el 2004, a cargo de Gustavo Buntinx.

Con la exposición se inicia un nuevo recorrido aún presente, un quinto momento, que ubica a estos afiches ya no solo como parte de colecciones privadas importantes como la de Hochschild en el Perú sino también en instituciones y museos alrededor del mundo. La última noticia, de abril de este mismo año, es que el Museo de Arte de Buenos Aires (MALBA) acaba de adquirir 15 afiches y 15 fotografías vinculadas a las acciones de la reforma agraria señalando que estos “trabajan sobre la simbiosis y las tensiones entre la estética pop y las discusiones políticas en el seno de la sociedad peruana”. Es decir, el texto del MALBA sigue reforzando y colaborando con el axioma de la categoría del *pop achorado* que esperamos con esta tesis haber cuestionado.

CONCLUSIONES

Hacía falta partir de los afiches elaborados para la reforma agraria diseñados por el artista Jesús Ruiz Durand y verlos en conjunto, y completos, para proponer nuevas tipologías y hacernos nuevas preguntas sobre aquellos. Por casi cincuenta años hemos visto solo una parte del conjunto, con la idea errónea de haberlo visto todo. Sin duda, esta parcialidad está íntimamente ligada a la manera en que se ha contado la historia del velasquismo en el Perú, no solo desde el lado del arte sino sobre todo desde la historia y las ciencias sociales. A lo largo de la investigación ha sido común que la historia conviva con el mito, y que el dato preciso siempre sea confrontado por la anécdota. En efecto, detrás de todo, incluso de las mentiras, siempre podemos identificar alguna ideología. Esta tendencia, vinculada al consumo y al poder, es la que se ha encargado de que el discurso sobre estos años, comprendidos entre 1968 y 1975, llegue a nosotros cargado de valoraciones negativas y de sentencias axiomáticas que, con el paso de los años, han sido poco, o nada, cuestionadas. Por el lado de la historiografía del arte, la historia no es tan dispar.

Antonio Zapata, en una conversación personal (2016) sostenida para la realización de esta investigación, señalaba que en los años previos al velasquismo era más demandante la necesidad de una reforma estructural¹¹⁴ en la sociedad peruana que incluso el propio valor democrático de la institucionalidad. Es verdad que cuesta entender dicha afirmación desde nuestra contemporaneidad; sin embargo, hemos hecho la prueba: alejándonos lo máximo posible del intento desmitificador pero también de los axiomas y de las construcciones validadas en las últimas décadas sobre este periodo. Para hacerlo, ha sido necesario volver a las imágenes, rastrearlas, juntarlas, agruparlas de modos distintos, para recién, desde ahí, cuestionarlas. Ha sido la imagen el punto de partida y de llegada de esta búsqueda; son los vasos comunicantes, los encargados de contar la historia del gobierno revolucionario desde el arte. Entender estos afiches a partir de la información que contienen ha permitido que no reproduzcamos una larga tradición que ha reducido la imagen a mero pretexto.

¹¹⁴ Hugo Neira (1964:9) señalaba las razones de la conflictividad de ese año en Cuzco: la necesidad de una ley agraria adecuada; viviendas en pésimas condiciones; dieta vitamínica de menos de 1200 calorías, comparable a la de un campo de concentración; alta mortalidad infantil debido a sarampión, tuberculosis, tos convulsiva y disentería; tres millones de campesinos como miembros de una sociedad marginada y explotada.

En primer lugar, constatamos que la categoría del *pop achorado* es incompleta y limitante. No solo para entender el alcance, la importancia y, sobre todo, la dimensión real de los afiches diseñados por Jesús Ruiz Durand sino también para entender una contemporaneidad¹¹⁵, vinculada a la práctica del afichismo, que ha sido silenciada u olvidada en nuestro país; pero que, como hemos visto, tuvo múltiples representantes de primer nivel. Sin duda, la omisión tiene que ver también con una postura política que relegaba las obras relacionadas con la sociedad del consumo¹¹⁶. Dicha mirada, heredada de la sociología del arte, ha priorizado a lo largo de los años una visión parcial, que ha puesto de relieve algunas sobre otras, y también ha evitado un acercamiento desde las imágenes. La categoría del *pop achorado*, propuesta por Ruiz Durand en 1984, pero ya utilizada por Buntinx desde 1983, ha seguido durante los últimos años un proceso de resignificación de su definición y ha pasado de ser solo una línea descriptiva del estilo a convertirse en la útil piedra angular de un armatoste que parece explicar pasado y futuro, disrupción y eclosión de los últimos años del arte peruano. Es por eso que hemos planteado una nueva manera de clasificarlos, en la que la función define también su resolución estética, señalados por cuatro tópicos de aproximación: De representación del campesino, de ícono, de espacios industriales y, finalmente, de difusión de actividades culturales.

En efecto, sostenemos que la categoría *pop achorado* pasó de ser un criterio estético a uno de carácter ideológico. Ello en detrimento de las obras que, paradójicamente, han seguido el camino inverso del ideal para las que fueron confeccionadas. Es decir, pasaron de ser artefactos de denuncia y revuelta para transformarse, con el paso del tiempo, en mercancía del arte anexada a una cultura hegemónica. Resulta curioso constatar que aquellos afiches realizados principalmente entre 1969 y 1972, pensados para ser pegados por miles en las calles de diversas regiones del Perú, permanecen ahora resguardados en colecciones privadas y archivos de museos como tesoros que no han de ser vistos. Abrir esa caja de pandora, pensada cerrada y resuelta, nos ha permitido cuestionar la categoría, a partir de las imágenes. También ha hecho posible comprobar que no todos los afiches cumplen con las características propuestas por la categoría como lo supone nuestra nueva tipología y ha

¹¹⁵ En esta tesis no hemos hablado del grupo Arte Nuevo que se desarrolló entre los años 1966 y 1977 en el Perú y que tuvo al crítico Juan Acha como uno de sus mayores impulsores. El grupo estuvo conformado, entre otros, por Teresa Burga, Gloria Gómez Sánchez, José Tang y Luis Zevallos.

¹¹⁶ El principal argumento para deslegitimarlas tiene que ver con su proceso económico. Es decir, son obras por encargo, trabajos.

descubierto varios ejemplares más que no fueron tomados en cuenta. En el conjunto hemos detectado además afiches que muestran campesinos asediados, no identificables e incluso escondidos. Y también otros que ni siquiera dialogan ideológicamente con el carácter *achorado*. Se trata, pues, de la constatación gráfica de una empresa frustrada, de la revolución velasquista sí, pero también de otra de larga data, vinculada con el problema de la representación utópica del indio peruano en nuestra plástica.

Sostenemos que los afiches hechos por Ruiz Durand para la DPDRA son una tercera etapa de un intento, desde el arte peruano, por situar al campesino peruano en el centro del discurso, tal como lo quiso hacer Laso en 1855 o los indigenistas liderados por Sabogal en las primeras décadas del siglo XX. Sin embargo, creemos que se trata nuevamente de un ensayo fallido que empezó posicionándolo en el centro y triunfante para acabar por relegarlo nuevamente a la sombra de la desobjetivización. Esta tensión observada en las imágenes es aquella que puede explicarse también a partir de los vaivenes de un régimen de ideología heterogénea que terminó por utilizar al campesino peruano como un instrumento. Los afiches dedicados a Túpac Amaru parecen confirmar dicha hipótesis. En ellos aparece la necesidad de un ícono, de un instrumento de significación, no encontrado en la representación del campesino peruano, que valide sus acciones gubernamentales. Quizá a ello se deba la perduración y fijación de este ícono en el imaginario visual de nuestro país. No obstante, sostenemos que dicha resolución, a partir de la estética, complejizó el mensaje. Vistos de su dimensión funcional, sostenemos que también son instrumentos fallidos, cuya impronta rápidamente terminó convirtiéndolos en fetiches para instituciones gubernamentales y colecciones. Casi al instante, los afiches fueron incorporados en un circuito de valor que justamente descuidó a su público objetivo. Un ejemplo más que sirve para describir esta situación tiene que ver con la presencia del texto en muchos de ellos: excesivo, complejo, no vinculante hasta el punto de constatar aquella hegemonía de lo escrito sobre la oralidad, del castellano sobre el quechua y el aimara, de la ciudad sobre el campo, del criollo frente al campesino.

Por otro lado, creemos que el *pop achorado* no ha permitido tampoco un acercamiento a los afiches desde otras miradas, de modo que se ha priorizado una lectura oficial desde las vanguardias artísticas. Ver los afiches desde el diseño gráfico, la fotografía y el cómic puede ser también un ejercicio para descentrar “la obra” del propio aparato institucional del arte. Revisar las imágenes producidas para la industria

del consumo, que a diferencia de los afiches son recordados hasta la actualidad, pueden abrir innumerables campos de investigación no resueltos y el mismo número de nuevas hipótesis para futuras investigaciones. Creemos que justamente el axioma no ha permitido que muchos de los artistas de esa época –la lista es larga– adquieran mayor relevancia.

Proponemos también entender los afiches como bisagra entre una manera de ver la foto (artística), vinculada a la tradición surandina de Chambi o de los hermanos Vargas, de las primeras décadas del siglo XIX con otra relacionada con la aparición de la fotografía como discurso estético. Mirar los afiches, también como fotografías variadas, sustenta un cambio de paradigma; pero también una visión casi antropológica del proceso. Asimismo, adentrarnos en los afiches —tomando en cuenta la práctica de realización, pero sobre todo de lectura de los años cincuenta y sesenta— también puede explicar su uso y eficacia.

Finalmente, creemos que los afiches, con el paso del tiempo, y también de las exposiciones, han dejado de ser dispositivos de comunicación. Asimismo, han perdido su espíritu ideológico y han terminado convirtiéndose en mercancías del arte, como en los casos de la tradición rusa o cubana. En otros términos, las obras han devenido en fetiches empaquetados para ser comercializados. Sin duda, esta historia refuerza la poca preocupación que estos tuvieron respecto a su función original. Creemos también que es necesario observar qué pasó en el plano de la recepción. Hasta ahora se ha hablado de circuitos de valor, los cuales han mostrado una relación con una oficialidad de la institución de arte. Falta, y quizá esa sea la omisión más peligrosa, pensar no en lo que significaron los afiches para una clase media-criolla sino qué significaron para el público para el que estos fueron ideados —la comunidad campesina— y en su eficacia, o su inexistencia, en el sentido práctico de su misión. Como se dijo anteriormente, cuesta y duele constatar que, para bien o para mal, tanto los afiches, los artistas e incluso las instituciones políticas han cambiado, pero los mismos pedidos y carencias permanecen detenidos y subsisten en esos mismos lugares en los cuales hace casi cincuenta años fueron pegados estos afiches de los que ahora hablamos.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes primarias

Archivo Jesús Ruiz Durand, Lima
Archivo Velasco de la Pontificia Universidad Católica del Perú
Biblioteca Nacional del Perú, Lima
Colección privada, Lima
Museo de Arte de San Marcos
Museo de Arte de Lima, MALI
Sistema de Bibliotecas de la Pontificia Universidad Católica del Perú

Entrevistas

Víctor Escalante
Jorge Díaz Herrera
Ciro Palacios
Octavio Santa Cruz
Jesús Ruiz Durand
Carlos Tovar
Antonio Zapata

Periódicos y revistas

Amaru, Lima
Caretas, Lima
Educación, Lima
El Comercio, Lima
El Peruano, Lima
Hueso Húmero, Lima
La Prensa, Lima
Oiga, Lima
Textual, Lima
Revista Agraria, Lima

Bibliografía crítica

ACHA, Juan

- 1979 *Arte y sociedad: Latinoamérica. Sistema de producción*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- 1981 *Arte y sociedad: Latinoamérica. El producto artístico y su estructura*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica
- 1984 *El arte y su distribución*. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.

ADES, Dawn

- 1989 *Art in Latin America: the modern era, 1820-1980*. New Haven: Yale University Press.

AGAMBEN, Giorgio

- 2011 “¿Qué es un dispositivo?”. En: *Sociológica*, año 26, número 73, pp. 249-264.

AGENCIA DE NOTICIAS ANDINA

- 2012 “En el arte precolombino hay un tesoro inacabable”, señala Fernando de Szyszlo. *Agencia de Noticias Andina*. Lima, 13 de diciembre de 2012. Consulta: 10 de julio de 2016. <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-en-arte-precolombino-hay-un-tesoro-inacabable-senala-fernando-szyslo-439753.aspx>

BENAVENTE, Adelma

- 2001 *La recuperación de la memoria: el primer siglo de la fotografía: Perú 1842-1942*. Lima: Museo de Arte de Lima y Fundación Telefónica.

BENJAMIN, Walter

- 1984 *Libro de los Pasajes*. Madrid: Ediciones Akal.
- 1989 *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México D.F.: Editorial Itaca.
- 2004 *Sobre la fotografía*. Valencia: Pre-textos.

BUNTINX, Gustavo

- 1983 “Entre lo popular y lo moderno. Alternativas pretendidas o reales en la joven plástica peruana”. En: *Hueso Húmero*. Lima, número 18.
- 1987 “La utopía perdida: imágenes de la revolución bajo el segundo belaudismo”. En: *Márgenes*, número 1. Lima: SUR.
- 1994 “El indio alfarero como construcción ideológica. Variaciones sobre un tema de Francisco Laso”. En: *Arte, Historia e Identidad en América. Visiones comparativas. La problemática de las escuelas nacionales*, tomo II, México, U.N.A.M. pp. 69-101
- 1995 (1993) “El poder y la ilusión: pérdida y restauración del aura en la ‘República de Weimar peruana’ (1980-1992)”. En: Gabriel Peluffo (coord.). *Arte*

latinoamericano actual. Montevideo: Museo Municipal de Bellas Artes Juan Manuel Blanes, 1995. pp. 39-54. (Actas del coloquio internacional Nuevas voces: ideas y contexto en el arte latinoamericano actual, organizado en noviembre de 1993 por el Museo Blanes).

1997 “Modernidad andina / Modernidad cosmopolita. Trances y transiciones en la vanguardia peruana de los años sesenta”. En: Enrique Oteiza (coord.). *Cultura y política en los años 60*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

2005 *E.P.S. Huayco: documentos*. Lima: Centro Cultural de España en Lima: Instituto Francés de Estudios Andinos: Museo de Arte de Lima.

CANT, Anna

2012 “Land for Those Who Work It”: A Visual Analysis of Agrarian Reform Posters in Velasco’s Peru. En: *Journal of Latin American Studies*, número 44, pp. 1-37.

2015 *Representations of the peruvian agrarian reform 1968-1975*. Tesis de doctorado de Historia. Cambridge: University of Cambridge.

CASALLO, Víctor

2015 Nuevas mediaciones de la historieta: texto, imagen e identidad juvenil entre cómics y mangas. En: Cécile Michaud (ed.). *Escritura e imagen en Hispanoamérica. De la crónica ilustrada al cómic*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

CASTRILLÓN, Alfonso

1976 “¿Arte popular o artesanía?” En: *Revista Historia y Cultura*, 1976-1977, N° 10, pp. 15-21.

2000 *Tensiones generacionales. Un acercamiento a las generaciones de artistas plásticos peruanos*. Catálogo de exposición. ICPNA, Lima.

2001 *Los inicios del diseño gráfico en Lima*. En: *El lápiz bien temperado. Diseño gráfico de la década del 60*. Lima: Universidad Ricardo Palma.

2003 *La generación del 68: entre la agonía y la fiesta de la modernidad*. Lima: ICPNA-Banco Sudamericano.

2005 “Tópicos sobre arte popular: 40 años del Premio a López Antay”. En: *ILLAPA Mana tukukuq*, N° 12, diciembre 2015, Revissta del Instituto de Investigaciones Museológicas y Artísticas de la Universidad Ricardo Palma.

CHANAN, Michael

2004 *Latin American cinema in the 90s: representational space in recent Latin American cinema*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

CHIRINOS SOTO, Enrique

1991 *Historia de la República*. Lima: A.F.A.

CONTRERAS, Daniel

2005 Jesús Ruiz Durand: grandes y pequeñas utopías. En: *Suplemento Identidades*. Edición 93. 19 de setiembre, 2005.

CORNEJO, Pedro

2002 *Alta tensión: los cortocircuitos del rock peruano*. Lima: Emedece.

COTLER, Julio (ed.)

1969 (1968) “La mecánica de la dominación interna y del cambio social en el Perú”. En: *Perú problema*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

1978 *Clases, Estado y Nación en el Perú*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

1995 *Perú. 1964-1994. Economía, sociedad y política*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

CUSHING, Lincoln

2003 *Revolución!: Cuban poster art*. San Francisco: Chronicle Books.

DAJES, Talía

2011 “From Pop to Populism: Jesus Ruiz Durand’s Agrarian Reform Posters”. En: *Seeing in Spanish: From Don Quixote to Daddy Yankee—22 Essays on Hispanic Visual Cultures*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.

DEL VALLE, Augusto

2015 *Zona ciega: aproximaciones a la vanguardia en el Perú (1975-1979)*. [exhibición de arte]. Sala Germán Kruger del ICPNA. Visita: 14 de noviembre del 2015.

DI FRANCO, Carla

2016 *Un palacio para el presidente: el Salón Ayacucho (1924) identidad y nación en el mecenazgo artístico de Augusto B. Leguía*. Tesis de maestría en Historia del Arte. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Escuela de Posgrado.

DOMENACH

1963 [1950] *La propaganda política*. Buenos Aires: EUDEBA.

DORFMAN, A. , Mattelart, A.

2002 (1972) *Para leer al pato Donald*. Buenos Aires: Siglo XXI.

ELMORE, Peter

2015 *Los muros invisibles. Lima y modernidad en la novela del siglo XX*. Lima: Fondo Editorial de la PUCP.

FLORES GALINDO, Alberto

1994 (1986) *Buscando un Inca. Identidad y utopía en los andes*. Lima: Editorial Horizonte.

FLORES-HORA, David.

2007 Un cartel que habla. Encuentros y cercanías entre el afiche peruano de SINAMOS y el afiche chileno de Unidad Popular. En: *Escuela de Marte*. Consulta: 24 de febrero de 2015. Disponible en: <http://escuela-de-marte.blogspot.com/search?q=ruiz+durand>

FRANCASTEL, Pierre

1960 *Pintura y sociedad: nacimiento y destrucción de un espacio plástico: del Renacimiento al Cubismo*. Buenos Aires: Emecé.

FRANCO, Carlos (coord.)

1983 *El Perú de Velasco*. Lima: Centro de Estudios para el Desarrollo y la Participación.

FOUCAULT, Michel

1976 *Vigilar y castigar: el nacimiento de la prisión*. México, D.F.: Siglo Veintiuno.

GARAY, Andrés

2005 *Martín Chambi*. Madrid: TF.

GARGUREVICH REGAL, JUAN

2016 “Crónica de una histórica controversia entre artistas”. En: *Arte popular de Huamanga: homenaje a Joaquín López Antay*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú; Lluvia Editores.

GREENBERG, Clement

2006 *La pintura moderna y otros ensayos*. Madrid: Siruela.

HUAMÁN, Miguel Ángel

2009 En defensa del indigenismo. En: *Letras*; Vol. 80, número 115. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

HERNÁNDEZ, Max

2000 *¿Es otro el rostro del Perú? Identidad, diversidad y cambio*. Lima: AGENDA: Perú.

KRUIJT, Dirk

1991 *La revolución por decreto*. Lima: FLACSO, Mosca Azul.

LANDSBERGER, Stefan

2003 “The rise and fall of the chinese propaganda poster”. En: *Chinese propaganda posters*. Köln: Taschen.

LA ROSA, Fernando

2016 Orígenes de Secuencia.[grupo de Facebook] Consulta: 24 de agosto de 2016. <https://www.facebook.com/groups/secuenciafotogaleria/files/>

LAUER, Mirko

1976 *Introducción a la pintura peruana del siglo XX*. Lima: Mosca Azul.

1978 *El reformismo burgués (1968-1976)*. Lima: Mosca Azul.

1982 *Crítica de la artesanía: plástica y sociedad en los Andes peruanos*. Lima: DESCO

- 1997 *Andes imaginarios. Discursos del indigenismo 2*. Cusco: CBC – Centro de Estudios Regionales Andinos “Bartolomé de Las Casas”.
- 2012 *Vanguardistas: una miscelánea en torno a los años 20 peruanos*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- LEONARDINI, Nanda
- 2009 Identidad, ideología e iconografía republicana en el Perú. En: *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, CLXXXV 740 noviembre-diciembre (2009), pp. 1259-1270.
- LETTTS, Ricardo y otros autores
- 1977 *Frente al Perú oligárquico (1928-1968)*. Lima: Mosca Azul.
- LIPPARD, Lucy
- 1970 *Pop Art. London*: Thames and Hudson
- LITUMA, Leopoldo
- 2011 *El verdadero rostro de Túpac Amaru: (Perú, 1969-1975)*. Lima: Pakarina Ediciones; [San Marcos]: Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- LODDER, Christina
- 1990 *Russian constructivism*. New Haven: Yale University
- MACERA, Pablo
- 1975 *Retrato de Túpac Amaru*. Lima: Dirección Universitaria de Biblioteca y Publicaciones de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- MAJLUF, Natalia
- 1995 “The imagen of the Nation” En: *The creation of the image of the indian in 19th – Century Perú: the painting of Francisco Laso (1823-1869)*. Austin: The University of Texas, pp. 140-199.
- 1997 *Documentos 1960-1990: tres décadas de fotografía en el Perú*. Lima: Museo de Arte de Lima.
- 2000 “Ambigüedad racial/ambigüedad visual”. Ponencia presentada para el proyecto Los estudios de arte desde América Latina. Veracruz: 8 de mayo de 2016. <<http://www.esteticas.unam.mx/edartedal/PDF/Veracruz2000/complets/MajlufAmbiguedadVeracruz.pdf>>
- 2013 “Ambigüedad racial /ambigüedad visual. La figuración de las categorías raciales” En: *Simposio "Escritura e Imagen en Hispanoamérica. Material de enseñanza*. Última consulta: 13 de abril de 2016. <https://youtu.be/LycFxn81_w>
- 2013 *Sabogal*. Lima: MALI : BCP
- MARIATÉGUI, José Carlos
- 1976 (1928) *7 ensayos de interpretación de la realidad peruana*. Lima: Biblioteca Amauta.

- MAYER, Enrique
- 2009 *Cuentos feos de la reforma agraria*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- MÉNDEZ, Cecilia
- 1993 Incas sí, indios no: apuntes para el estudio del nacionalismo criollo en el Perú. Lima: IEP Ediciones.
- MIN, Anchee
- 2003
- MITROVIC, Mijail
- 2016 *Hacer historia con las manos. Nota breve sobre los afiches de la Reforma Agraria*. Lima: Texto inédito.
- MORALES, Victoria
- 2014 Recuerdos. En: *La ruta del titiritero*, número 4, mayo-junio. Disponible en: <http://enlarutadeltitiritero.blogspot.pe/>
- MUNIVE, Manuel
- 2001 Apuntes para una historia del diseño gráfico en Lima. En: *El lápiz bien temperado*. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- NEIRA, Hugo
- 1964 *Cuzco: Tierra y muerte*. Lima: Populibros Peruanos.
- OLIART, Patricia
- 2013 *Educación en tiempos de cambio, 1968-1975*. Lima: Derrama Magisterial.
- OTERO, Diego
- s.f. Verbo hecho imagen. Ruiz Durand y sus atmósferas literarias. En: *Arte Nuevo*. Consulta: 24 de abril de 2014. < <http://arte-nuevo.blogspot.com/2007/07/verbo-hecho-imagen-por-diego-otero.html> >
- PEASE, Henry
- 2013 *La política en el Perú del siglo XX*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- PORTOCARRERO, Gonzalo
- 2003 "Memorias del velasquismo". En: Hamann, M., S. López Maguiña, G. Portocarrero y V. Vich. *Batallas por la memoria: antagonismos de la promesa peruana*. Lima: Red para el desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, pp. 229-255.
- 2015 *Imaginando al Perú. Búsquedas desde lo andino en arte y literatura*. Lima: Instituto Riva-Agüero de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- POOLE, Deborah
- 1998 "El rostro de una nación". En: *Márgenes: encuentro y debate*, No. 16, pp. 21-52.

- RAMA, Ángel
- 1998 *La ciudad letrada*. Montevideo: Arca.
- RAMÓN, Gabriel
- 2014 *El neoperuano: arqueología, estilo nacional y paisaje urbano en Lima, 1910-1940*. Lima: Municipalidad Metropolitana de Lima: Sequilao Editores.
- RÍOS, Juan
- 1946 *La pintura contemporánea en el Perú*. Lima: Cultura Antártica.
- RUBIO, Miguel
- 2014 “El teatro cada vez más cerca”. En: Sánchez León, A. (ed.). *Sensibilidad de frontera. Comunicación y voces populares*. Lima: Departamento Académico de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- ROCA REY, Bernardo
- 2003 *Historia de la publicidad en el Perú*. Lima: El Comercio.
- ROCA REY, Christabelle
- 2016 *La propaganda visual durante el gobierno de Juan Velasco Alvarado (1968-1975)*. Lima, Perú: Instituto Francés de Estudios Andinos: Instituto Estudios Peruanos.
- ROMÁN, Élide
- 2009 *Sabogal, su entorno y su tiempo*. Lima: Asociación Cultural Peruano Británica
- ROSALES, José Luis
- 2014 *Heroica nación: Las imágenes de Túpac Amaru II y Miguel Grau en materiales escolares*. Tesis de maestría en Antropología Visual. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Escuela de Posgrado.
- RUIZ DURAND, Jesús
- 1972 “Con una antena en la cabeza y los pies en el suelo”. En: *Textual*, Lima, número 4.
- 1972 “El diablo en bolsa de plástico con cartelito”. En: *Sociedad y Política*, n° 1, junio 1972.
- 1984 “Afiches de la reforma agraria: otra experiencia trunca”. En: *U-tópicos*, Lima, números 4/5.
- 2004 *Introducción a la iconografía andina*. Lima: IDESI / BID.
- SAGÁSTEGUI, Carla
- 2003 *La historieta peruana: los primeros 80 años 1887-1967*. Lima: ICPNA.

- 2013 “¿Por qué el cómic peruano es característicamente político?” Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Última consulta: 15 de enero de 2015. < <http://youtube/SYMzw91wIwc>>
- SCHARF, Aaron
- 1994 *Arte y fotografía*. Madrid: Alianza.
- SCHWARZ, Herman
- 2013 Los tacos del Murciélago. En: *ILLAPA*, diciembre 2013. Año 10, No. 10. Lima, pp. 73-84.
- SONTAG, Susan
- 1970 “El afiche: publicidad, arte, instrumento político y mercancía” En: *The Art of Revolution: 96 Posters from Cuba*. Nueva York: McGraw-Hill, 1970. Disponible en < http://www.tallercfilpe.com.ar/2013/images/stories/taller1/lecturas/10_El_afiche_Susan_Sontag.pdf>
- TORRES, Carlos
- 2009 *Demoler: un viaje personal por la primera escena del rock en el Perú, 1957-1975*. Lima: Revuelta Editores.
- TRABA, Marta
- 2005 [1973] *Dos décadas vulnerables en las artes plásticas latinoamericanas, 1950-1970*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- TORRES, Miguel
- 2005 “20 preguntas a Claude Dietrich” En: Proteínas en la web. Última consulta: 6 de febrero de 2016. < <http://proteinasenlaweb.blogspot.pe/2009/01/20-preguntas-claude-dieterich.html>>
- UGARTE ELÉSPURU, Juan
- 1970 *Pintura y Escultura en el Perú Contemporáneo*. Lima: Universitaria.
- VARCÁRCEL, Carlos
- 1977 *Túpac Amaru. Precursor de la Independencia*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- VELASCO ALVARADO, Juan y otros autores
- 1972a *Velasco, la voz de la revolución*. Tomo I. Lima: Peisa.
- 1972b *Velasco, la voz de la revolución*. Tomo II. Lima: Peisa.
- VERGARA, Alberto
- 2015 *La danza hostil: poderes subnacionales y Estado central en Bolivia y Perú (1952-2012)*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- VILLACORTA, Jorge y Max Hernández

- 2002 *Franquicias imaginarias: las opciones estéticas en las artes plásticas en el Perú de fin de siglo*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- VILLAR, Alfredo
- 2009 Rupay. Hacia una historia popular. En: *Revista Latinoamericana de Estudios sobre la Historieta*, número 33, vol. 9. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- VILLEGAS, Fernando
- 2008 *José Sabogal y el arte mestizo: El instituto de arte peruano y sus acuarelas*. Tesis para obtener el título de licenciado en Historia del Arte. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Huamas.
- VILLEGAS, Fernando y TORRES José Enrique
- 2005 Imágenes transgredidas. Retrato y fotografía en Lima: 1842 – 1920. En: *ILLAPA*, diciembre 2005. Año 2, No. 2. Lima, pp. 39-56.
- WALKER, Charles
- 2015 *La rebelión de Túpac Amaru*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- WALTER, Richard
- 2010 *Peru and the United States, 1960-1975: how their ambassadors managed foreign relations in a turbulent era*. Pennsylvania: Pennsylvania State University Press.
- WOLFFLIN, Enrique
- 1979 [1915] *Conceptos fundamentales en la historia del arte*. Madrid: Espasa-Calpe.

ANEXOS

Primera entrevista con Jesús Ruiz Durand

Junio del 2014

¿Cómo se vincula al gobierno de Velasco?

Básicamente a través de un reunión de amigos. A través de Efraín Ruiz Caro, que nos nucleó. Efraín era muy cercano a Velasco y al general Figueroa. La parte más de izquierda. Con Efraín había trabajado en algunos periódicos. Efraín era un excelente periodista y conocía todo el mundo periodístico. Tenía un espíritu muy humanista, leía mucho, le gustaba la poesía, la literatura, la puntura, y éramos muy afines en ese terrenos. Cuando ocurre la revolución de Velasco, se dan grandes cambios y uno de ellos fue la ley de la reforma agraria, que fue una de las más radicales del planeta. Eso nos entusiasmó y Efraín llamó a un grupo de amigos, poetas. Estaban Mirko Lauer, Jose Adolph, Pepe Bracamonte, que era diseñador. Pero no más de ocho personas, eso éramos los amigos de Efraín. Y en el entusiasmo de la proyección de esta ley estábamos todos, pero la cosa era tan repentina y tan dinámica en términos de urgencias que había que hacerlo todo para mañana, pasado, había que imprimir 100 mil afiches porque había que ir al Cusco, al norte, al centro, porque había que armar los mítines y en esos mítines empapelar la plaza y encender el entusiasmos sobre esto, sobre todo en la gente de campo.

Usted dice que era una reunión de amigos pero ¿oficialmente pertenecían a algún ministerio, el SINAMOS?

No, SINAMOS fue mucho después. Yo rompí con el SINAMOS además. Esta fue una primera oficina de difusión de la reforma agraria. Ahí fue donde hice todos mis trabajos, en esta oficina, en esta reunión de amigos. Donde se necesitaba un afiche o el logo, yo hacía un garabato en cinco minutos, se lo mostraba a Efraín y si le gustaba se hacía, no había más. Bracamonte era un famosísimo diseñador, yo acababa de obtener premios por todas partes, el MOMA acababa de comprar uno de mis cuadros. Por lo tanto, teníamos cierto tipo de ascendencia, de prestigio “indiscutible”.

O sea, era como una burbuja de artistas.

Todos éramos artistas reconocidos a los que nadie les podía discutir nada. Yo fui el primero que dijo, “ya, hagamos un trabajo de verdad, vamos a armar una buena fototeca, trabajo de campo, toda la gente va a tomar fotos de campesinos trabajando, en mítines, manos, primeros planos, de todo”. Fue así, en todos los mítines, en todos los sitios donde fuimos con estas nuevas noticias de la reforma agraria fotografiando y filmando. Casi todos los afiches son sintetizados de fotografías que hemos tomado. Había una garantía de la ligazón, de la relación emotiva con el mundo andino. Los afiches de los cañeros no iban al jamás Cusco y viceversa. Cada grupo humano tiene su manera su manera de vestirse, sus rasgos fisionómicos y de eso me ocupé bastante. La ventaja fue que como eran referentes fotográficos todos, yo los traducía al lenguaje del comic, en eso yo estaba trabajando hace mucho tiempo en el pop político. Estábamos en los sesentas, Lichtenstein no era ninguna novedad, era un gran referente. Es así como surgió todo este estilo. Bracamonte siguió en su estilo, no se metía al pop para nada, él trabajaba con fotos. Yo trabajaba para Bracamonte como fotógrafo.

¿Y se acuerda de más personas que desarrollaron afiches junto a ustedes?

No, éramos solo los dos. Abrimos un concurso para que otros ingresaran. Ganó uno de mis amigos de grupo que es Emilio Hernández. Ganó con un afiche. Bracamonte trabajaba con Carlos Gonzáles, e hizo algún afiche pero no para la reforma agraria. Era sobre un tema de Túpac Amaru con un granulado. Pero no había nadie más.

¿Y se acuerda desde qué fecha hasta qué fecha trabajó?

Del 68 al 72, pero después siguieron encargándonos, a mí sobe todo, tenía muchos amigos en las oficinas de relaciones públicas de los ministerios y me pedían afiches para distintos temas. Para el ministerio de Industria y Comercio por el tema de Minero Perú, uno de ellos fue quemado, lo censuraron. Luego me metí a lo de la reforma educativa porque tuve un conflicto con Carlos Delgado, porque yo había publicado un artículo en la revista *Sociedad y Política* de Quijano, que era su enemigo político. Cuando regresé de un largo viaje de Nueva York, Carlos Delgado me estaba esperando porque había habido un gran escándalo porque *Sociedad y Política* criticaba totalmente una serie de errores de la revolución y yo había diseñado y publicado en la revista un artículo que hasta ahora la gente sigue utilizando sobre una muestra de dadaísta y surrealistas que se presentaba por primera vez en Perú. Yo hice un artículo sobre cómo el diablo, metido en una bolsa de plástico y con cartelitos, nada menos que por una gran transnacional. Le

pregunté a Carlos Delgado si le gustaba el artículo, me dijo que le pareció excelente y entonces le pregunté cuál era el problema. “No, es el enemigo”, me dice, “que enemigo, hay que enmendar estas cosas“, le digo. Y fue Carlos Delgado, el aprista que tenía miedo a las masas y que desarmó todo el aparato político que había que armar con la gente de base de la reforma agraria, y armó el famoso SINAMOS que fue justamente para desarmar todo, para ablandar el movimiento político, en manos de los apristas nuevamente.

¿Por qué no existe casi nada de archivo de la época?

Para bien o para mal yo conservo muchos de esos afiches, una colección completa. La he distribuido a una serie de coleccionistas. En varios remates hay un precio establecido por esos afiches y eso ya camina por su lado. A veces sacábamos cien mil ejemplares o 50 mil en papel periódico, en tirajes de difusión masivas, y unos 20 mil afiches en papel blanco. Esos eran para las oficinas, para las embajadas porque lo pedían, se convirtió en un símbolo internacional de la revolución.

Cuénteme sobre el trabajo de imprenta

Había que meterse en el laboratorio de fotomecánica de la imprenta para manipular, cortar, hacer montajes con las tramas y los fotolitos ampliados, no hay otra forma de hacerlo, no había computadoras. Eran películas, los fotolitos eran las películas para quemar las planchas y en cuatricromía. Entonces había que resolver todo eso con esos cuatro con sobre impresiones, con pequeñas tramas ampliadas del pop a mano, en el laboratorio y con tijera. Por lo tanto, esos afiches no se encargaban a la imprenta nada más, había que meterse al cuarto de fotomecánica. Yo tenía mucha experiencia en fotografía, yo he sido fotógrafo desde los ocho años, he preparado vidrios sensibilizados para fotógrafos de Huancavelica. Para mí era muy familiar el trabajo de la fotomecánica. Todos los afiches son con *sangúches* de fotolitos de alto contraste manipulados. Ese famoso de afiche de Túpac Amaru es una versión de las treinta variaciones que hice de sanguches, positivos, negativos en el laboratorio.

Cuénteme un poco ¿cómo era el recorrido del afiche? Me dice que estaban en esta reunión y usted hacía como que un boceto, lo aprobaban ¿y después?

Después me metía a la imprenta a fotomecánica y a trabajar en los fotolitos.

**¿Y cuál era su relación directa con el régimen o la ideología del propio gobierno?
¿Conocía a Velasco o era como que bien lejano?**

Yo no confío en los hombres. El ser humano es tan corruptible y tan débil que no se puede confiar en nadie, quizás en un grupo de gente, pero en individuos jamás, por más bueno que aparente ser. Estamos viendo que todos los presidentes del planeta Tierra están con un pie en la cárcel Yo si conversé con Velasco, con Figueroa, hasta con Carlos Delgado que era el que lo soplaba todos los discursos a Velasco. Pero los que hacían los discursos era la gente del CAEM y Efraín Ruiz Caro, yo he estado muy cerca de ellos, de Salazar Bondy.

O sea, solo era una relación utilitaria

En esa época todos los artistas eran pro izquierda, era imposible pensar que un intelectual fuera un reaccionario de derecha. Ahora todos son de derecha.

Usted utiliza el pop art en técnicas de solarización. ¿En esa época era una tradición como ahora, netamente americana?

Claro, pero no tan americana. En esa época los afiches cubanos del ICAIC prendieron, tanto así que Susan Sontag escribió un hermoso libro con reproducciones grandes. Cuando vino el ministro cubano de Cultura le pregunté qué pasó con la gráfica cubana, que fue de toda esta gente que para mí eran genios. Él me dijo “ya que estamos entre amigos tengo que decirle la verdad”. Me contó que Susan Sontag y todo el mundo alabaron los afiches cubanos. Entonces, el ministro de Cultura de ese entonces dijo que había que hacerlo mejor. Estableció un comité que califique y recomiende. Nombraron a unos diez ‘héroes’ de la revolución que tenían que ver los bocetos de los chicos. Resulta que los chicos trabajan como nosotros, hacían un garabato y le preguntaban a su jefe si le gustaba y ellos mismo lo imprimían. La ventaja es que se hacía en serigrafía, lo dibujaban y ellos mismo lo imprimían. Eran temas que nadie discutía. Eran afiches de *Casablanca*, de todas las películas que habían sido prohibidas, no había afiches y había que hacerlos porque la gente era cinemera. Entonces eran afiches que los artistas lo resolvían en el acto, con lo que se les ocurría. Estuvieron dos años presentando bocetos y a algún ‘héroe’ no le gustaba que el bracito estuviera así o el sombrero era reaccionario, y en dos años no hicieron nada de nada y los chicos se fueron a cortar caña a cualquier sitio porque no hacían nada, estaban aburridos. Castraron todo un

movimiento estético interesante con toda la frescura y toda la travesura que implicaba un trabajo espontáneo.

¿Usted nunca sintió eso cuando hizo estos afiches?

Cuando apenas tenía un censor estúpido simplemente cortaba, cortaba con ese trabajo. Una vez Martha Hildebrandt se metió al sitio donde estábamos coordinando para la revista *Textual* y entonces me dijo “ah, usted es la vaca sagrada”. Y yo le dije “señora, ni vaca ni sagrada por favor déjeme trabajar” y se fue. Este tipo de trabajo como el que hicimos en la oficinita de difusión de la reforma agraria fue muy efectivo, llamativo, carismático, todo lo que hacíamos le gustaba a la gente, tanto así que los otros ministerios comenzaron a pedir cosas, una afiche para esto, un afiche para lo otro, un folleto, se publicaron cientos de cosas, así, de favor, porque todos estábamos entusiasmados con el movimiento y todos éramos amigos.

Dice usted que estos afiches gustaron. ¿Pero a quién?

Así es, pero tampoco se podía hacer gran cosa. Yo soy comunicador y lo que obviamente hay que hacer es un sondeo, una evaluación para hacer un *feedback*, pero no hubo tiempo, había mucho que hacer y la reforma agraria se acabó en tres años, se ablandó y simplemente se acabó. Carlos Delgado, muy astutamente, calculó todo esto y simplemente se esfumó. Todas las masas que podrían haber actuado para capacitarse y manejar bien el asunto no pudieron hacerlo, se corrompieron todos. Las haciendas azucareras cayeron en manos de los apristas, las comunidades, las cooperativas.

Segunda entrevista con Jesús Ruiz Durand

Octubre del 2014

La primera pregunta tiene que ver con el propio trabajo en sí del afiche. Por un lado, Mirko Lauer me comentaba que eran como que duplas, una de José Adolph con Pepe Bracamonte y la de Mirko con usted. ¿Cómo trabajan? ¿Qué era primero? ¿El afiche, el texto? ¿Trabajaban conjuntamente?

No hay ningún método, era totalmente variable. Dependía de la urgencia, del tema, de las posibilidades porque había afiches para la sierra, la costa norte, costa sur. Y también había distintos tipos de emergencia. Había afiches que tenían que ser llevados ya en cuatro días para un gran mitin o una gran ceremonia de entrega de tierras. También podía haber una comunidad que celebraba su fiesta de aguas, qué sé yo. Eran muy distintas las cosas por lo tanto la metodología y los protocolos son totalmente distintos en cada caso. Cada afiche tiene su propia técnica en términos de demanda. La urgencia de afiches por mítines, por entregas de tierras, era fuerte, eran fechas fijas. Había que llevar 20 o 40 mil afiches para tal ceremonia. Al principio no teníamos una base de datos. Yo siempre tengo mi base de datos de fotos de campesinos y sobre un tema yo elegía la foto, la dibujaba, y en un boceto muy simple se la presentaba a mi jefe, en este caso era Efraín Ruiz Caro.

¿Qué era primero, la imagen?

Primero la imagen y la imagen con el tema la ligaba Mirko con un texto afín para ponerlo. Eso es todo. Esa es la parte que se hacía en mi mesa de dibujo, calcar o redibujar la foto, o en base a ella hacer una imagen dibujada con tinta. Debo tener por ahí varios bocetos. Cuando ya tenía el dibujo hecho no era tan grande, de A4 a menos. Era un dibujo con tinta y con pluma y así había que llevarlo a la imprenta. Había que ampliarlo hasta un metro por setenta y en base al trabajo de foto mecánica dentro de la misma imprenta había que crear las cuatricromías, los cuatro fotolitos para imprimir y estos tenían que resolverse con un tipo de colores muy fáciles de obtener por términos de superposición: el negro, el amarillo, el cian y el magenta, los colores puros. Mezclas el amarillo con el magenta y tienes el rojo bandera; el azul con el magenta te da una

especie de violeta, el amarillo con el cian te da el verde. Esos son colores sólidos para eso no necesitas todavía tramas, solo pones un color sobre otro y obtienes una gama. Pero cuando agarras tramas, pero ejemplo el 50 por ciento de magenta con 100 por ciento de amarillo no obtienes rojo sino un naranja. Por lo tanto, la cantidad de la densidad de la trama te da la cantidad de posibilidades de matices de color. Todos los colores y todos los afiches se han resuelto con poquísimas calidades de tramas y si se usaban tramas yo exageraba el punto. Había que ampliar la trama en el laboratorio y los puntos son pequeñísimos. Si las amplías como aparecen en algunos afiches, un poco para entrar en el lenguaje del pop, eso solo se puede hacer manipulando los fotolitos, cortándolos para que calcen en las áreas precisas que quieres teñir de un color determinado. Los fotolitos son cuatro para una cuatricromía. Cada fotolito es en blanco y negro y representa a un color básico. En todos los fotolitos hay zonas negras, grises y transparentes. Eso es cómo se va a presentar la tinta a la hora de imprimir. Cian 100 por ciento es una especie de celeste, si está en un 50 por ciento es un celeste más claro y así. Todos los fotolitos había que hacerlos a mano, recortando y pegando, no había otra. Yo he tenido que manipular los fotolitos. Eso te permite manipular el tamaño de las tramas, la calidad de los colores y si tienes un poco más de experiencia en todo esto, comienzas a jugar con los sánguches, que es un fotolito con su negativo, su trama, además de todas las intersecciones. Puedes tener 4 o 5 fotolitos, hacer un sánguche, un juego de tramas y lo que obtienes es algo totalmente inesperado, depende de lo que sacas, pones, inviertes positivo o negativo.

¿Entonces el afiche se terminaba de hacer en la imprenta?

Claro que sí, en la sala del fotolito.

¿Dónde aprendió eso?

Yo siempre he trabajado en fotografía. Un laboratorio fotográfico te enseña. Tienes que ser creativo. Yo ya sabía todas esas cosas por experiencia. Cuando tienes una ampliadora, la ampliadora es una especie de cámara foto mecánica en chico. Claro, un fotógrafo tonto lo único que hace es poner su negativo, papel y revelar, se acabó. Yo trabajaba con película de alto contraste y jugaba con el positivo, negativo, podía reventar los puntos y hacer una serie de variaciones en los negativos. Así yo me quedaba 8 o 10 horas en el laboratorio. Era un trabajo creativo que no terminaba nunca. El afiche de Túpac Amaru por ejemplo, el símbolo lo tramé, le puse otras tramas, y

otras tramas. Era la figura que tenía como 7 u 8 clases de tramas en positivo y negativo y a la hora de hacer las imágenes, agarraba 5 películas y hacía un sángoche y el resultado era totalmente distinto si es que sacaba uno y ponía otro.

Tenía usted total libertad en la imprenta.

No, en mí laboratorio. Primero en mi ampliadora. Donde Campodónico sí manipulaba eran las tramas ya ampliadas. Había que reventar los puntos ahí y agarrar los fotolitos con las tramas ampliadas para cortar y poner. No hay otra forma de hacer los afiches de ese tipo. Yo tenía mi pequeña cámara de foto mecánica en mi laboratorio. Había convertido mi ampliadora en una pequeña cámara foto mecánica. Tenía mis focos, ponía mi dibujo acá y la ampliadora la usaba como máquina fotográfica. Utilizaba película de alto contraste para fotografiar esto. Ya tenía el fotolito de alto contraste en mi laboratorio.

¿Y las fotos eran todas en blanco y negro?

Claramente. Todo el trabajo de foto mecánica, de tramas, de obtención de colores, de matices, es un trabajo muy creativo. Había que manipular fotolitos, fabricar fotolitos. No hay otra forma de hacerlo.

¿Usted tiene algún registro de la temporalidad de cada afiche para saber cuál hizo primero?

No. Yo cuando hago un trabajo me desentiendo absolutamente de todo, yo estoy en otras cosas. Para mí lo que está hecho, está hecho.

Entonces el único registro tendría que ver con las actividades que alguno de ellos...

Para mí lo que está hecho, está hecho. Ya deja de ser de interés para mí, estoy en otra cosa.

Es curioso porque en el texto que me pasó Mirko Lauer dice que los afiches gustaron y se quedaron en las paredes, de pronto fueron envejeciendo y reaparecieron 20 años después en galerías y colecciones.

Desde el principio ha sido eso. Hacíamos un tiraje en papel periódico para la calle, para el campo, no muy corto de 5 a 10 mil ejemplares en papel bond. Esos ejemplares pedían en las embajadas. Era un material que fue codiciado desde el principio. Yo estaba en el

72 por Holanda y ahí vendían mis afiches, la colección completa. Fui a la casa de uno de los grandes dibujantes de cómics en Francia a quien yo admiraba mucho y en su casa, en su estudio, había un afiche mío pegado. Es que también era la época de la gran moda de los afiches. Todos los jóvenes intelectuales empapelaban sus casas con afiches, eran muy apreciados, era arte popular, arte que se usaba, que la gente compraba, escogía, cambiaba, la época de los hippies.

**¿Tuvo alguna vinculación con toda esta escuela de afichismo cubano en esa época?
¿Consumía esos afiches?**

Claro que sí. Toda la época de los sesentas, la gran eclosión de la cultura hippie, Vietnam, Jimi Hendrix, qué sé yo, y la cultura psicodélica. Todo esto era reforzado por tapas de discos, afiches, libros, vestuario. La gente intercambiaba afiches. Eran afiches famosos, unos afiches muy queridos y en esa época salió el libro de Susan Sontag sobre los afiches cubanos.

¿Y cómo obtuvieron la libertad que tenían ustedes en un gobierno revolucionario?

Nosotros éramos amigos. Yo venía premiado por todas partes, ya había vendido al MOMA. Acababa de obtener un premio grande de una transnacional. Éramos gente famosa, nadie nos va a criticar nada. No había nivel de nadie de ellos para criticarnos. Todo lo que yo hacía lo llevaba y decía “qué te parece” y me decían “ah, ya bacán, imprímelo”. Todo era a ese nivel. Éramos amigos, intelectuales que habíamos intervenido en bienales, teníamos premios por aquí y por allá. No éramos unos aprendices, éramos número uno. ¿Quién le va a discutir un afiche a Bracamonte? Nadie, aunque sea un adefesio.

¿Por qué cree que los afiches de Bracamonte no han llegado a las colecciones y no se habla tanto de ellos como los de usted?

Bracamonte estaba más bien ligado a la publicidad. Yo detesto la publicidad, nunca he hecho una sola cosa de publicidad comercial. Siempre he hecho cosas o políticas o culturales, nada más. Bracamonte era un excelente diseñador gráfico. He trabajado muchos años para él como fotógrafo. También había salido de la escuela de Bellas Artes, era pintor. Él estaba inmerso en la publicidad y en ese mundo tienes que tener mucha presencia de los referentes, de lo que está de moda, de lo que les gusta a los auspiciadores. La forma de resolver de Bracamonte era siempre con fotos. He hecho un

montón de trabajos para Bracamonte. Sus afiches eran todas fotos de alto contraste y nada más. Tampoco estaba interesado en el pop, yo venía del pop. Esos cuadros son de esa época, son pop, y son cuadros premiados en concursos grandes. Para mí el pop era un medio de expresión, un estilo, el pop político sobre todo. Yo gané el premio Adela Investment con tres cuadros políticos: un bonzo ardiendo contra la Guerra de Vietnam; los Panteras Negras haciendo el saludo de las olimpiadas del 68; y la cara del Che Guevara. Tuve que viajar a Washington a recoger mi premio que era un montón de plata en esa época.

¿Por qué el pop art y el óptico?

Eso era lo que estaba trabajando. Antes de hacer afiche estaba en eso yo, era mi lenguaje visual, mi lenguaje gráfico. Pero simultáneamente estaba haciendo cinéticos. En la bienal del 66 o 67 presenté cinco cuadros cinéticos. En el 74 el MOMA compró un par de cuadros cinéticos. El pop era mi lenguaje de expresión.

Solo para retomar la idea de cuando sus afiches llegan a la institución. Dice que en el 72 se compraban. Sin embargo, pienso en la colección de Hochschild o el MALI.

¿Desde cuándo se interesan?

Ellos se interesaron recién después de una subasta. Hubo una subasta en el MALI creo que el 2005, una de las que hacen anualmente para recaudar fondos. Ahí ofertaron mis afiches y llegaron hasta mil dólares y más o menos se quedó en el imaginario el precio de esos afiches. Pero con anterioridad ya había vendido afiches a mucha gente a coleccionistas.

¿Los re trabajó o eran afiches que había podido conservar de esa época?

Tengo un lote. De todos mis trabajos tengo un sobretiro para mi archivo. Tanto afiches, libros, revistas que imprimo o diseño. Son ejemplares de autor.

Desde el 74 dice que empieza aquí en Perú...

Acá en Perú no, fue en Holanda, en Europa. Ahí encontré mis afiches. Es más, en México encontré mi afiche del Che, pegado en las paredes el 72 también. Estaba paseando por el DF y encuentro en una pared mi afiche pero más chiquito. Hice un Che grande de un metro con una frase del mayo del 68: “exijamos lo imposible, seamos

realistas”. Ese mismo afiche lo habían pegado en México. Averigüé y era la revista Caballero.

Sobre el sustrato político de estos afiches. Han pasado los años y cómo queda eso.

Era producto de la oferta de la coyuntura. En términos políticos y sociales la ley de la reforma agraria fue la más radical de todo el planeta porque efectivamente los campesinos accedían al dominio, manejo y propiedad de la tierra. No era ningún cuento ni nada. En esa época todo mundo era antropólogo de afición. Por todo, mi amistad con Arguedas, Flores Galindo, todos lo éramos. Yo hablo quechua y tengo la ventaja de acercarme y tener una relación directa con la gente quechua hablante. Si llegas a hablar con estas personas haciendo bromas, llegando a un nivel de aproximación, estás totalmente conectado, hay un nivel de complicidad, de directa conexión humana con esa persona.

Usted se alejó en el 72.

Justamente por eso.

Y ahí crearon el SINAMOS.

Sí y ahí comenzó a desmoronarse todo.

Si usted tuviera que decir por qué sus afiches dejaron los espacios oficiales, institucionales y empezaron a ser vistos como obras de arte por coleccionistas.

Cualquier cosa que llega a cierto tipo de canon o de nivel estético es coleccionable, ya sea del arte popular, el arte culto o lo que sea. Igual que con los cuadros de *Memorias de la Ira*, la gente me decía “cómo vas a presentar esto, es terrible”. Pero creo que un artista es una persona que huele y coloca cosas. Huele ese ambiente, se nutre de cosas y convierte lo que ve en símbolos. Cuando algo se convierte en símbolo la gente lo siente.

¿Y pop achorado? ¿Quién inventó el término?

Así como estábamos hablando ahora se me ocurrió decir esto porque no había otra forma en ese momento. Cómo haces que un cholo, un indio, un campesino, aparezca como tal en primer plano con orgullo, con conchudez y con una presencia digna. Pop es pop, Lichtenstein si quieres. Achorado porque el achore es la insolencia, es el cholo respondón, no es el cholo sumiso. Acholado no tanto sino más bien achorado.

Y ese público campesino, cholo, indio. ¿Alguna vez supo cómo leían sus cuadros?

Lo que sí he percibido es que les gustaba porque lo pegaban en sus paredes de piedra. Les gustaba ver a su gente ahí. La segunda parte, obvio, es ser comunicador. Yo enseñé estas cosas. Cuando tú lanzas un mensaje tienes que evaluarlo, validarlo. No hubo tiempo para hacer validación ni tampoco para hacer un reciclaje. Se acabó la revolución, se acabó todo, se quedó trunca la cosa. En términos de reciclaje tampoco se hubiera dado. No éramos tontos, éramos muy cuidadosos en términos antropológicos y de comunicación. Por experiencia sé cómo un grupo humano étnico se identifica por el color, el tipo de sombrero, de tejido, de vestimenta, con detalles muy precisos. Una ojota tiene que ser para pertenecer a este pueblo de determinadas características, no es una ojota cualquiera. Esa documentación antropológica solo te da la fotografía o la observación. No éramos ingenuos para hacer un campesino abstracto. Era un campesino del norte, de la sierra, del Cusco, preciso. Con sus características de vestimenta, raciales.

¿Y el color?

El color es lo que acabo de decirte. El color era absolutamente funcional. Había que hacerlo rápido con cuatricromía en base a los cuatro colores de la imprenta. No son colores incaicos ni nada, son colores de cuatricromía, universales. En la China o en el Cusco funciona igual, el amarillo, el cian, el magenta y el negro. Esas combinaciones simples, porque había que cortar y pegar. Si querías más matices, metías más trama. Eso ya era otra cosa, otro tipo de trabajo. Los colores que se ven son colores naturales de la cuatricromía. Era funcional, para mañana 10 mil afiches y no había computadora. Así de simple.

Tercera entrevista con Jesús Ruiz Durand

8 de abril del 2016

Quería ir un poco hacia atrás y que nos diga cómo así y cuando decide ser artista

Siempre lo he sido, desde niño. Dibujaba, pintaba, mi papá era actor, músico. Mis familiares han sido pintores, músicos. Siempre he estado muy cerca del arte. La música ha sido para mí un personaje permanente. Sobre todo la música clásica, académica; la música francesa, el jazz. Mi abuelo que era farmacéutico tenía una buena colección de discos de carbón, vitrola a manezuela, pianola, radio y todo eso. Estamos hablando de una época en la que la radio empezó a tener un protagonismo. La gente la escuchaba mucho, iba mucho al cine. Había una conexión entre la radio y el cine. Las funciones eran *matinée*, *vermout*, noche. Hablo del cine de los años cuarenta. Mi padre tocaba el violín, armónica y quena y mi tía, el piano. Siempre muy cerca de la pintura, la literatura, el arte y la poesía en general. Para mí no ha sido una cosa de inspiración, siempre he vivido en eso. En una ciudad con 7 iglesias coloniales, con cuadros de Zurbarán y la bella pintura colonial mestiza y por supuesto la artesanía. Tenía parientes que eran talabarteros célebres en Huancavelica. La talabartería fina de los grandes caballeros era encabezada con monturas y remates de plata. Un mundo de mucha finura.

¿Y en algún momento hubo alguna tensión en esta formación clásica y por otro lado la cultura popular?

Ninguna, al contrario. Había una fluidez total. Mis amigos eran artesanos. Yo desde muy niño me metí en las vacaciones a los talleres de los artesanos. Carpintería, talabartería, orfebrería, relojería, fotografía, era normal.

¿No estaba presente esta brecha entre este Perú y otro Perú?

Yo era como un puente. Mi padre era hijo del farmacéutico de la ciudad y estaba muy bien relacionado como toda la gente pudiente, hacendados, jueces. Mi abuela tenía una tienda para campesinos, para indios. Vendía ropa, bolsones que yo le ayudaba a bordar, a mí me encantaba bordar. La artesanía para mí ha sido una actividad muy cercana. Mi abuela bordaba ropas floreadas para los campesinos. Tenía en su tiendita los víveres que

necesitaban los campesinos. Iban tomaban su trago, contaban chistes. Yo soy el único que habla quechua como indio en mi familia por ese contacto con mi abuela.

Después viene la Escuela Nacional de Bellas Artes. ¿Cómo así decide entrar? ¿A quiénes considera sus grandes maestros y condiscípulos?

Era un sitio muy especial para mí. Empecé a familiarizarme con toda la gente. Conocí a Humareda, a los grandes maestros, y en esa época yo estaba haciendo bastante fotografía. Así me hice amigo de Juan Manuel Ugarte, Ricardo Grau, Carlos Quizpez Asín. Eran maestros de nivel internacional. Todos los pintores me pedían que los fotografíe con sus obras, tengo un buen archivo con todos ellos. Y me dijeron “oye por qué no te metes a estudiar”. Yo pintaba en los talleres como si fuera alumno. Era un lugar casi paradisiaco, con mucha gente, pintores, vagos, escritores, filósofos, periodistas.

¿A quiénes considera sus maestros o amigos ahí?

Maestros y amigos bastante respetados. Ricardo Grau, con una cultura fabulosa. Hablaba muy bien francés, yo siempre hablaba francés desde niño. También estaba Juan Manuel Ugarte, el director, una persona cultísima, muy simpática. No me gustaba para nada su pintura, era horrible, pero era una persona encantadora. Carlitos Quizpez Asín, a cuyo taller también asistí, él había estudiado con Dalí en España. Sabino Springett también era una figura muy importante, Alberto Dávila, Miguel Ángel Cuadros, Ricardo Sánchez, había gente de muy alta calidad.

¿De sus compañeros recuerda a alguien?

De mis compañeros hicimos un pequeño grupo, pero nunca he pertenecido a uno como tal. La gente más próxima a mí era Emilio Hernández, José Tang, Villegas y unas cuatro o cinco chicas de esa generación. Con ellas formamos un grupo bastante activo, capturamos la federación de estudiantes, hicimos un cine club.

¿Cuáles eran sus referentes internacionales?

Todos. En plena Bellas Artes había muchos pintores informalistas y en esa época hubo una gran actividad internacional en el Instituto de Arte Contemporáneo, exponían todos los pintores más cotizados y renombrados de la época: Tapies, Vasarely. Teníamos el lujo de ver los originales.

Usted dice que lo suyo en esa época era el abstraccionismo.

Siempre he pintado en todos los estilos. He ganado varios concursos como pintor en San Marcos y el ICPNA con cuadros más bien expresionistas, menos coloridos. Mi primera exposición fue sobre arte óptico en 1966. En el 68 fue mi exposición personal en el Instituto de Arte Contemporáneo - IAC con arte cinético. Pero simultáneamente estaba pintando y dibujando mucho, haciendo escultura y bastante grabado.

Usted mencionó que usaba mucho la fotografía. ¿Recuerda cuándo tuvo su primera cámara?

La tuve a los 6 años. Había unas cámaras de cajón y de fuelle bellísimas y siempre he manejado esas. A los 10 años, o antes, debo haberme metido como ayudante del fotógrafo de la ciudad que tenía su laboratorio en la Plaza de Armas. Ahí es donde descubrí todo el secreto del laboratorio para revelar en papel, para crear negativos en vidrio. Desde esa edad no he parado hasta ahora. Sigo haciendo fotografía con los equipos más avanzados tanto analógicos como digitales. Tengo la fortuna de acceder a lo más avanzado de las máquinas tanto para procesar, tomar y hacer multimedia, arte digital.

¿En qué momento asumió la foto como elemento estético?

Siempre he tratado de trascender lo convencional e ir al concepto. No me contentaba con manejar una cámara fotográfica, quería saber qué tipo era, cómo funcionaba, qué había detrás de todo eso y si tú descubres que hay detrás de cualquier cosa tienes la capacidad de manipular todos los elementos que nadie manipula y hacer otra cosa

Usted trabajaba en este salón de fotografía en Huancavelica, en la Plaza de Armas. Lo digo porque hasta ese momento la tradición en foto –Chambi o los hermanos Vargas- era más figurativa. ¿Usted está conectado con esa tradición de foto?

Claro. Yo estaba aprendiendo, era un niño que quería saber cómo funcionaba esto. Una persona que está ya metida en laboratorio ya es un diablo porque ya sabe hacer otras cosas. El mercado te exige que hagas la foto de retratos, pero ya se te están ocurriendo otras cosas. Qué pasa si le pongo esto o lo otro. No sales del laboratorio en 12 horas asfixiado porque la invitación a la creatividad es infinita para jugar con todo, con la luz, las sustancias, con el tiempo, con las soluciones. No tiene final eso. Igual que si entras

detrás de las máscaras de las cosas puedes entrar a un nuevo espacio de uso creativo de esos medios, cualquier medio.

¿En cuanto al diseño? Me decía que enseñaba en la Escuela de Periodismo de la Católica diseño. ¿Cómo así se vinculó al diseño? ¿Qué se entendía por diseño? ¿Había un mercado de diseño?

Era una cuestión más de relaciones. En La Cantuta estuve en la mejor época. Todos eran grandes figuras. Escritores, filósofos, historiadores, artistas. Estaba lo mejor de Perú en maestros y eran tus amigos y te invitaban a su casa y te relacionabas con toda la gente, Arguedas, Sologuren. Este último fue mi profesor y empezó con Rama Florida a hacer las ediciones en maquinita de hacer tarjetas. Ahí fue mi primera obra en diseño gráfico. Fue la carátula de un poeta de La Cantuta que murió en los años cuando salí y era tío de Hildebrando Pérez con el que trabajo *Martín*, la revista. De ahí me relacioné con todo el mundo para que les haga carátulas, fotos, escenografías. Había mucha gente de teatro en La Cantuta, la gente de *Histrión*, por ejemplo, que era toda una familia, una tribu de actores de varias generaciones. Tocas a uno y ya estas metido en el teatro, no salías nunca, sigo ahí. Te llaman para que los fotografíes, les hagas afiches, programas.

¿El diseño gráfico era entendido en esa época como una posibilidad artística, estética o era más bien su función utilitaria era predominante?

No, era cuestión de relaciones. Si alguien pide una carátula la hago. El diseño gráfico te pide solo todo lo que necesitas. Para manejar letras necesitas estudiar tipografía, si vas a manejar textos y fotos tienes que estudiar composición, tienes que estudiar el lenguaje visual. Aprendí eso solo con ejemplos en la época de los sesentas. Yo tenía más fama como fotógrafo y me llamaron del estudio de José Bracamonte, que era uno de los más célebres diseñadores gráficos. Yo trabajé para Bracamonte como fotógrafo, fotografié un montón de cosas que salieron en afiches. Él tenía un montón de proyectos e hicimos afiches casi siempre relacionados a cultura, sociedad y a política. A mí nunca me ha gustado trabajar para la publicidad, para productos comerciales, creo que nunca lo he hecho.

Quería proponerle un tema sobre el lenguaje comic. En los cincuentas hubo este comic que se llamaba *Súper Cholo* por ejemplo. ¿Usted consumía comics?

A mí no me gustaban eran horribles. El *Súper Cholo* era de Honigman de *El Comercio*, era horrible. Quizá en la revista *Avanzada* hicieron algo un poco más simpático. Nosotros tenemos un comic inédito con Emilio Hernández, está por ahí es cuestión de buscar, pero era en más en la onda de *El Submarino Amarillo* de Heinz Edelmann.

¿Y de niño usted consumía comics más allá de esto?

Por, supuesto, todo el mundo. Yo fui uno de los que inició el negocio de alquiler de revistas. Colgaba dos cordeles, ponía una banca y ponía todos mis chistes, todo al frente de la casa de mi abuelito en Huancavelica.

¿Se acuerda qué comics leía?

Pif paf era una revista de historietas que venía en ediciones flaquitas pero también gordas. Era una recopilación de 20 o 30 con personajes como Tarzán, Fantomas, Flash Gordon, El Halcón Negro, El Hombre Araña, Dick Tracy, Superman.

¿Y cuándo se acuerda usted haber visto por primera vez pop o arte cinético?

En la Escuela de Bellas Artes había una biblioteca donde se recibían semanalmente los periódicos dedicados al arte, las galerías y revistas de Nueva York, entonces estábamos enteradísimos de lo que estaba pasando en el mundo. El pop era una cosa tan cercana a nosotros que lo hicimos con una mano y con la otra lo que nos gustaba. Siempre estábamos investigando cosas.

Era como que no había una impronta. Pienso en la época de Sabogal donde el discurso indigenista era mucho más marcado. ¿La impronta era la heterogeneidad de su generación o no lo vería así?

Si hablamos de impronta yo siempre separé esto. Cuando hablas quechua puedes entender el Perú porque basta que te escuchen hablando como indio para que te traten como tal tus amigos o si te sienten un tono de hacendado hablando quechua también te tratan como tal y te marginan. Es un idioma tan sutil que la pronunciación y la entonación es decisiva para determinar tu origen o tu inclinación, tus amistades, tus ligaciones afectivas, políticas. Tú puedes establecer una complicidad con una persona en 20 segundos por tu acento y tu forma de decir las cosas. Lo hecho con gente de Ecuador, Bolivia, Argentina, quechua hablante. Se siente el racismo tan agresivo en Perú. Es un territorio totalmente racista y la capacidad de poder convivir con esas

contrariedades es una de las más saludables que puedes tener como habitante de este infierno. Es muy sutil, no hay necesidad de descubrir nada, lo sientes en la cara todos los días. Ese fue el drama de Arguedas, cómo convivir con el asco de Blanca Varela y la admiración por su poesía.

Usted también tenía esta visión casi privilegiada del etnógrafo con una cámara fotográfica viendo todo el país. ¿Sentía también en los sesentas este problema del indio en el Perú?

Toda la vida, desde niño he sentido eso, desde los primeros contactos de mi abuela con sus clientes que eran campesinos que venían de las alturas para comprar un poco de alcohol, velas, azúcar, coca. Veía como los trataba la gente, como andaban, cuáles eran sus aspiraciones. Era una lección de peruanidad permanente.

¿Cuándo Velasco da el golpe usted qué actitud toma frente a eso? ¿Se entusiasma?

Era una cuestión de amigos. Con Mirko Lauer habíamos hecho varias publicaciones en varias revistas, varios proyectos editoriales y de repente llegó esto. Pero ya estábamos en poesía, pintura, todas las relaciones de estos círculos entre periodista, poetas, escritores y pintores. Por fortuna, el centro de Lima era todo Lima y había cuatro o cinco lugares donde se reunían todos los que hacían la cultura del Perú: periodistas, striptiseras, pintores, filósofos, escritores, doctores, catedráticos de la Católica, de San Marcos. Ahí estaban tomando café, solo había que saber a qué hora iban para encontrar a cualquiera. Todo el mundo podía conversar y pedirse favores, intercambiar libros, ir al cine, qué se yo. Éramos casi todos cómplices de algo. La diferencia estaba entre el Viena, el Versalles, Palermo, el Bouni o el Chino Chino. Llegó lo de Velasco y todos estábamos muy ceca viviendo los sesentas. Estaba sucediendo todo en el mundo desde lo de Vietnam pasando por lo del 68 en París, la revolución sexual, la vanguardia, el pop. Casi todas las cosas que se hacían en broma en el Dadá ahora se hacían en serio por los artistas de verdad. Estábamos en el caldo de cultivo, nadie podía sustraerse a eso. Era una vergüenza ser de derecha y era una vergüenza tener dinero y estar bien vestido. Esta especie de hippies civiles era el paradigma en la cultura, el izquierdismo, el anti belicismo, todo contra el *establishment*.

Hasta que llegaron los hippies militares...

Esa especie de *hippies* militares de avanzada que ya no vas a encontrar nunca y que fueron producto del Centro de Altos Estudios Militares (CAEM). El CAEM produjo a Velasco y a toda esa generación de militares con algo de luz en la cabeza. Estábamos cerca de esto cuando sucedió. Mirko tenía un amigo periodista Efraín Ruiz Caro que era muy cercano a Velasco y nos convocó para armar un pequeño equipo de comunicación de poetas, pintores, fotógrafos y diseñadores. Lo hicimos así simplemente como decir “ya bacán”, sin examen ni nada. Esas cosas se hacían así no había otra oportunidad. “Bueno pues métete a ver qué haces”.

¿Quiénes estuvieron?

Mirko Lauer, Jorge Merino, José Adolph, Carlos Ferránd, José Michilot, José Bracamonte y un par de fotógrafos más. Hacíamos todo: cine, diseño, fotografía, video.

¿Cuál era la dinámica de producción? ¿Llegaba un pedido o ustedes lo proponían?

Había que hacer un afiche para la entrega de tierras de las azucareras. Eso era en 4 días y había que tener 80 mil afiches impresos. Se tenía media hora para hacer ese dibujo, lo veían lo aprobaban y eso era todo. Ya era nuestro problema ir a la imprenta a trabajar con los fotolitos y sacar los afiches. Éramos ya más o menos famosos, habíamos recibido premios y quién nos iba a discutir.

¿Para esa época ya había vendido esos cuadros al MOMA?

El 72 fue eso, pero antes había recibido varios premios de *Adela Investment*, una transnacional, con una bolsa de viaje muy sustanciosa para egresados de Bellas Artes. Había ganado varios concursos y había expuesto dos veces con bastante éxito.

¿Y a quién le mostraban esto? ¿Era entre ustedes o había alguien más?

A Efraín que era el director. Era un poeta.

¿Nunca les decían nada?

Nada, nosotros estábamos de vuelta. Todos éramos antropólogos. Sabíamos que no podíamos poner nada que no tuviera una referencia real. Como cercano a los campesinos sé que ellos tienen tabúes con colores, con formas. Si dibujas un sombrero que ellos no conocen dicen “quién será, de dónde será”, “debe ser huantino”, que son sus enemigos. Esas cosas eran muy delicadas para nosotros. Nuestra cercanía a

Arguedas era mucho más exigente y por eso la antropología no era un juego. Era un instrumento de documentación y de proximidad.

¿Trabajaban en duplas? Tengo entendido que usted trabajaba con Mirko Lauer y José Adolph con Bracamonte. O no necesariamente era así.

No, cada uno trabajaba en lo suyo. Mirko le ponía su texto. Yo trabaja con él por afinidades y Bracamonte con Adolph.

¿Dónde se ubicaba su oficina?

Cerca la de avenida Salaverry a la altura del Hospital del Empleado. Hasta ahora está ese edificio. Comenzaron a tener mucho éxito los afiches y los otros ministerios nos encargaban. Hice muchos para el Ministerio de Industria, Energía y Minas. Era un éxito porque a todo el mundo le gustaban los afiches, todo el mundo quería tenerlos y el éxito se manifestó también en la demanda de las embajadas. Pedían muchos las europeas, las norteamericanas. Hacían ediciones especiales en papel blanco. El 72 viajé a Nueva York, San Juan, a Europa, y encontré mis afiches en las paredes de los diseñadores y los grandes dibujantes franceses de cómics.

¿Y cómo llegaron ahí? ¿Nunca le dio curiosidad...?

Sobre todo, los franceses son muy viajeros y en esa época Francia todavía tenía una relación muy importante con el arte, era una de las capitales.

Velasco fue agregado militar en Francia.

Claro, pero toda la gente que viajaba... Yo tenía muchos amigos franceses, vivía con una chica francesa. Iban, venían, se llevaban afiches.

¿Y sobre la tradición del afiche, usted veía afiches? Mucho se ha hablado de su vinculación con el afiche de cine cubano, en Chile también hay un movimiento vinculado al movimiento de Allende, usted menciona la tradición francesa del afiche, la tradición rusa. ¿Se acuerda de haber consumido afiches?

Los afiches rusos no me gustaban para nada, horribles eran. Tampoco los de Mao, eran espantosos. Es que son muy convencionales, ese realismo socialista es un asco. Eran cosas obvias, ese afichismo ruso era espantoso porque ya habían desaparecido los

primeros años de la gente más interesante, lo que vino después fue simplemente horrible. Y el afichismo cubano que lo mataron los propios cubanos espantosamente.

¿Había comunicación con esas propuestas en esa época o usted vio después estos afiches?

Me invitaron a varios lugares, entre ellos San Juan, por la unión mundial de iglesias, que convocó a afichistas de todo el continente a trabajar ahí en los barrios marginales. Trabajamos ahí con gente de todas partes: Argentina, Puerto Rico, Nueva York, Colombia. Fue después del 68. Ya tenía los afiches, los llevé a San Juan y a Nueva York. Trabajamos en San Juan con la gente de los barrios, los drogadictos, licenciados de la guerra de Vietnam. De ahí me pasé a Nueva York. Salían los aviones cada 6 horas de San Juan a Manhattan y creo que costaba 50 dólares el pasaje, eran como colectivos. Yo estuve en el cuarto en el que durmió el Che Guevara y Fidel Castro, de una vieja señora portorriqueña en un barrio de Nueva York. Trabajamos con los Young Lords y con los Panteras Negras ya en comunicación popular haciendo afiches en serigrafía.

Volviendo un poco a la técnica, ha comentado la serigrafía. ¿Usted trabajó serigrafía, litografía?

La serigrafía la adoptamos todos los que estábamos interesados en la comunicación popular porque es un sistema que te permite independencia, no estar atado a la tecnología de la industria. La serigrafía te permite imprimir sobre cualquier superficie, con cualquier tipo de pintura y sustituyendo todos los materiales que pueden ser caros con cualquier otra cosa mucho más barata. Por lo tanto es un sistema que te permite siempre funcionar, imprimir en las paredes, en ropa, tela, periódicos usados, lo que sea, e inventarte cualquier tipo de tinta si es que no tienes tinta de fábrica. Incluso te permite hacer periódicos, imprimir letras, texto. Es la propia gente la que imprime, distribuye, corrige, vende, etc. Los drogadictos de San Juan se asomaban al taller para ver qué estaban haciendo y aprendían el oficio para ganarse algo de dinero imprimiendo polos, banderines. Esa es la ventaja de la serigrafía y además recoge tu huella estética. Si tienes talento, si puedes hacer algo hermoso, ahí está.

Siempre me ha llamado la atención que sus afiches tengan su firma. ¿Fue una decisión que usted tomó?

Siempre he firmado mis obras porque desde el principio me comenzaron a piratear. Cuadros de los que se robaban los motivos para aplicarlos a la publicidad o a estampados de telas. Ya me he acostumbrado, para mí es normal que se vayan copiando las cosas, ya ni me importa.

¿Tenía algún conflicto con la propia dirección a la hora de poner su firma?

No, al contrario. Ellos pedían que ponga mi firma. Éramos amigos. No era mi jefe, era un pata que admiraba mi trabajo, no estaba cuestionando ni teniendo miedo de nada. El único afiche que fue prohibido fue uno de los primeros que asustó a un almirante naval porque mostraba a un obrero en un torno y le pareció que era una metralleta. El texto decía ‘Prepárate’ y mandaron quemar todos los afiches. Pero aparte de eso no tuve ningún problema ni de censura ni de nada.

Usted me ha comentado el proceso de la propia imprenta...

Ya te lo expliqué, había que trabajar los fotolitos en el laboratorio fotomecánico de la imprenta. Hay que fabricar las matrices con fotolitos. El fotolito es una película transparente que tú la puedes ampliar, reducir, poner una encima de la otra, cortarla, combinarla. Si sabes el proceso de la cuatricromía es muy fácil que entiendas cómo se obtienen los colores y las combinaciones de colores por superposición, por reservas, por negativos, por positivos. Eso es lo que se trabajó. Todos los afiches fueron manipulados en los fotolitos. No salieron de una foto, había que cortar pedazos de tramas para que calcen con determinadas zonas para obtener determinado tipo de color por superposición. Eso solo se puede hacer si conoces bien el proceso y si sabes manipular dentro de una cámara fotomecánica de imprenta los fotolitos al tamaño. Todos los afiches eran de metro por setenta. Si no entiendes el concepto no puedes hacer nada.

Sobre el ícono de Túpac Amaru. Toda revolución necesita uno. En este caso Túpac Amaru funcionó idealmente para eso. Cuéntenos un poco de eso. ¿Cómo así ocurre? ¿Cómo así lo propone?

Tú lo has dicho. ¿Cuál es la única persona decente de la historia? Es Túpac Amaru, indiscutible. Por su lucha, su defensa, su identidad, todo. Ese era un ícono. Recién he visto algunos cuadros en los que aparece la cara de Túpac Amaru en varias procesiones del Corpus Christi, pero en esa época no había acceso a esas cosas, lo único que había visto era una manual de movilizables, de soldados donde había una figurita de Túpac

Amaru. Era un señor con sombrero negro, cuello blanco con cara de indio y con peluquita, eso era todo. Cuando hice un dibujo y se lo mostré a Efraín Ruiz Caro me dijo “Túpac Amaru, basta, este va a ser. Si tú lo reconoces lo va a reconocer todo el mundo”. De ahí avancé la estilización de la A, de la estrella, de los símbolos, un poco más de pómulos, nariz aguileña, qué sé yo. Así fue como se convirtió en el símbolo de la revolución.

Sobre la imagen del indio...

La imagen del indio y la imagen de los campesinos salen de las fotos, del documento gráfico.

Pero sin embargo es central, frontal además.

Claro qué quieres, son personajes principales. Además era la primera vez que se hace un indio triunfante, alegre, jubiloso, dando la cara en primer plano. Es eso, el protagonismo de todo un sector social, porque está respaldada por esta ley de la reforma agraria que fue una de las más avanzadas en el mundo, que tenía que ver directamente con la tenencia de la tierra que era uno de los instrumentos de opresión más presentes desde hace 500 años y lo sigue siendo ahora todavía con la gran batalla entre las grandes mineras transnacionales y las poblaciones aborígenes de todo el planeta.

¿Por qué se alejó?

Ya lo conté, fue mi ruptura con el SINAMOS, que habrá estado un mes o dos meses máximo. Mi diálogo con Carlos Delgado, un apриста que era asesor de Velasco y que era enemigo del director de la revista donde yo había diseñado y escrito, *Sociedad y Política* de Aníbal Quijano. Me llamó, hablamos y le dije que yo no trabajo para intransigencias de ese tipo, yo también sé elegir y por tanto me retiro. Se acabó SINAMOS, no quiero saber nada y me fui a la reforma educativa con Augusto Salazar Bondy.

Ahí también se produjeron muchos afiches.

Afiches y revistas. La revista *Educación* es un buen volumen con 15 números. También estaba *Texual, Amaru*.

Han pasado casi 50 años desde que usted empezó a hacer estos afiches. ¿En este momento le sorprende la trascendencia...?

No me sorprende nada. No es que yo lo esperaba sino que son simplemente documentos de época. Están bien hechos y yo tengo la teoría de que lo que está bien hecho, con honestidad, con buena intención y con todas las ganas, comienza a vivir solo su vida, no muere jamás. Igual que los cuadros de *Memorias de la Ira*, están en varios museos, son documentos de la época. No es que esté detrás de la fama simplemente estoy en proyectos que me tocan, entonces cualquier proyecto que me toca lo asumo con entusiasmo, las fuerzas, las ganas y todo lo que hay que poner en un trabajo creativo. Estoy feliz de trabajar casi 20 horas al día sin descansar casi nunca.

Y sobre la recepción que tuvieron con el público. ¿Qué pudo sentir en ese momento?

Yo no siento nada porque estoy en otra cosa. Ni me molesta ni me halaga ni nada de eso. Es como que algo normal tampoco me siento halagado ni me envanezco, ya pasó todo eso tiene su propia vida.

La pregunta es más por el campesino representado, hacia quienes iba dirigido este afiche. ¿Sintió alguna vez la recepción, si eran entendidos?

Claro que sí. Yo había encontrado los afiches pegados en el interior de las casas de campesinos. Son casa de piedras donde el viento se mete por las rendijas. Es una habitación donde está la cocina, el dormitorio, la cama, el lavado, donde viven los cuyes, y en esas paredes he encontrado varios afiches, todos humeados y todo. Eso claro que emociona a uno.

Un poco en esa línea. De hecho, muchos de estos afiches forman ahora parte de colecciones y museos. La pregunta era si estos afiches habían sido recibidos y leídos correctamente.

Eso nunca se supo porque no hubo tiempo para hacerlo. Yo lo he dicho en varias entrevistas, no hubo un trabajo de testeo para ver qué pasó. Esas cosas ya están hechas y no se pueden mejorar. Depende de no sé qué, de la fortuna, de la suerte de que las cosas se den con la gente que estaba reunida ahí. Esto no hubiera podido ser posible sin Efraín Ruiz Caro, sin esta comunidad de amigos, de cómplices, sin miedo a nada, que se

reunían a hacer esto que consideraban hermoso, noble, donde había que poner no solo tu corazón sino tu mente y tus ganas. Eso solo se dio en ese momento, no creo que se dé en otro.

¿Recuerda la primera vez que alguna persona le preguntó por estos afiches o lo quiso comprar?

Siempre ha pasado que ya me he olvidado del asunto. Es un tema que ya no me llama la atención. Como te digo, no me llama la atención nada porque estoy ocupado en otras cosas. Mi cabeza ya está en otra cosa y no tengo tiempo para preocuparme de cosas pasadas. Que sé que se han hecho con ganas, con buena voluntad y ya tienen su propio camino y es algo que las hace indestructibles. Ni para enorgullecerse ni nada. Es como si tuviera su propia vida.

Sin embargo, sí se guardó algunos afiches para su colección.

Siempre guardo algo de todo lo que hago. Yo imprimo, tengo la ventaja de manipular todo y tener todos los archivos y manejar el tiraje. De todo lo que imprimo separo unos 40, 100, 200, depende si me gusta o no para mi propia colección. Sé que me van a pedir, sé que me van a comprar. Cuando no tengo plata no sé cómo hacen, me tocan la puerta y un señor librero del Cusco me dice “señor hemos venido a comprar su libro, sé que lo tiene todavía”. Es el libro de iconografía de una edición agotada ya hace 4 años y se lo llevan.

¿En cuánto están valorizados sus afiches?

Depende. Desde cinco mil a mil dólares. Depende de quién viene y de qué institución está detrás.

¿Usted cree que hubo una política artística, estética, del gobierno de Velasco impulsada desde estos generales?

Impulsada no, eso nunca ha habido. En SINAMOS se quiso hacer eso. Hubo estos festivales de arte total Inkari, pero esas cosas nunca funcionan. Simplemente son festivales de la mediocridad, pero hay mucha gente que para bien o para mal considera que tener una actitud positiva hacia el arte, de ejercer cualquier tipo de arte espontáneamente así sea un adfesio es bueno. Claro que es bueno, pero de ahí a que eso se generalice y se convierta en la única manifestación de la mediocridad, sin cultivar

la parte más fina de la manifestación, es absurdo. Lo único que se está haciendo es hacer oficial un tipo de ejercicio irresponsable, no cuidado, con toda la desfachatez de una impronta irresponsable. No hay calidad y la falta de calidad se convierte en una especie de paradigma. No puede ser. No están los mejores ni en el arte, ni en la artesanía. Son los que pueden ir, los que tienen tiempo para asistir, pero la gente de calidad no tiene tiempo para perder e esas cosas, está muy ocupada en lo que quiera hacer y que esté bien hecho y lo que hacen ahí está mal hecho. Es muy divertido, muy democrático pero la calidad está ausente y la calidad no se obtiene con un acercamiento frívolo, se obtiene con un trabajo diario, perseverancia, con una seriedad, un método de acercamiento a un trabajo profesional. Esas manifestaciones ‘espontaneístas’ son muy poco valiosas.

¿Y el gesto del premio a Joaquín López Antay?

Eso fue una circunstancia feliz que sacó a flote esta polémica entre el arte y la artesanía. Aparentemente son opuestos pero son totalmente fusionados porque tanto la artesanía como el arte tienen sus partes negativas y positivas. La artesanía es la repetición es cierto pero también es la oportunidad para la creatividad nueva. En el arte se hace artesanía. La gente que tiene un estilo lo que hace es artesanía porque tiene que repetir su estilo para que pueda vender, entonces en vez de ser creativos está amarrado por su propio estilo y lo que hacen es artesanía. Pueden ser buenísimos pintores pero están obligados a repetirse para poder vender. Así como hay artesanos creativos que no pueden con su genio y que siempre están innovando, hay artistas muy bien cotizados y considerados que se han convertido en artesanos porque están repitiendo sus fórmulas, ya no buscan nada.

Velasco interviene la Escuela Nacional de Bellas Artes cuando el director era de Juan Manuel Ugarte y desde ahí hubo una crisis. ¿Por qué cree que se metió con Bellas Artes?

Velasco no se metió con nada, fueron sus asesores, los sobones que estaban cerca de él. Yo jamás he estado cerca de Bellas Artes porque era un nido de avispas desde la época que estuve ahí. Había un núcleo de apristas que estaban incubando todo tipo de enjuagues feos, sucios. Desde La Cantuta he percibido esto, la presencia funesta de los apristas. Luego viene San Marcos y en Bellas Artes se comenzó a enquistar un grupo de profesores y alumnos que eran incomprensibles totalmente. Ni siquiera pintaban bien, ni siquiera tenían una calidad estética, ni una formación intelectual, nada. Eran

simplemente políticos que estaban tratando de capturar un espacio para sus propios fines políticos.

¿Y Contacta 72?

No sé de eso. Estaba en el extranjero, no sé qué pasó.



Entrevista con Antonio Zapata

29 de marzo de 2016

¿Cómo era el Perú en 1968?

Era un país donde había una clase social que sus pares en América Latina habían desaparecido en los 30 y 40. Esa clase social venía del pasado, con familias enriquecidas en la época del guano y de la época agroexportadora con un entronque en el capital financiero y social de Lima en términos culturales. Se sentían blancos en el sentido de cultura occidental cristiana: ciertos colegios, matrimonios dentro de esa misma élite y mecanismos de socialización exclusivos y segregados. Esa élite no era muy numerosa pero controlaba todos los resortes del poder, del económico y, de alguna manera, del poder político puesto que había manejado el país con los militares. Los gobiernos de Sánchez Cerro y Odría ya expresaban esa alianza. Los componentes se fueron diversificando. Desde los cuarenta ya hay una élite más preocupada por el mercado interno y por ciertos sectores productivos ligados a él, liderados por los Prado desde el poder político. Mientras tanto el ejército se fue modernizado, y la alianza con la oligarquía se fue cuestionada. Además se generaron aspectos como la creación del CAEM, la aparición de las Escuelas de inteligencia y surge una nueva concepción de la seguridad interna, que supone que el mayor problema es interno: las guerrillas. Esa visión rompe con la oligarquía para evitar así una revolución en el Perú, a partir de la presencia de guerrillas en el Perú. El golpe del 62 y 63 ya adelanta lo que sería el gobierno de Velasco: por ejemplo, en ese tiempo se crea una ley de reforma agraria pequeña. Entonces tiene una orientación desarrollista que va expresando la orientación. El 65 hubo guerrillas y estas terminan de convencer a una cúpula de militares en que era imprescindible “tomar el toro por las astas” y hacer un conjunto de reformas sino esas guerrillas que habías derrotado podrían volver.

¿Cómo estaba configurado el panorama de los partidos políticos en el velasquismo?

Los militares tuvieron su proyecto como cooperativismo militar. No obstante, recolectan apoyos: el Partido Comunista apoya el gobierno militar en los sindicatos y va a trata de controlar las demandas, las reivindicaciones de los trabajadores. Era un apoyo no era

que vaya a influir mucho en el gobierno. En realidad Velasco, y el núcleo de militares, no eran comunistas. Eran terceristas: el grupo de los 77, los no alineados. Es decir, encontrar un camino intermedio entre Moscú y Washington. Estaba fuerte la influencia de Nasser, Yugoslavia, la India.

¿Cómo era el Perú en las regiones?

Las demandas eran dos: la reforma agraria, es una época en el que el sistema tradicional de haciendas había quebrado desde los cincuenta y sesenta. El sistema no ofrecía mayor atractivo para el joven campesino que nace, crece en una hacienda pero que a cierta edad la abandona para ocupar las ciudades. Se produce una gran migración a la ciudad: chicas y chicos jóvenes abandonan las haciendas hacia las ciudades. Los jóvenes revolucionarios se quedan en las haciendas y las asaltan. Es un proceso gigantesco que ocurre en la sierra a finales de los sesenta. Existen luchas campesinas intensas en la década que precede a la reforma agraria. La consigna era muy fuerte, involucraba a la comunidad campesina que la ley trata de encauzar de una demanda que viene de atrás. Luego Velasco trata de guiar ese proceso con cierto orden, con mano militar. La segunda demanda tenía que venir con los recursos naturales: sobre todo con la Internacional Petroleum Company (IPC) y la nacionalización del petróleo. Si hay el golpe es por el fiasco del gobierno de Belaúnde con la IPC. Ambas demandas son asumidas por Velasco casi inmediatamente, en el primer año dio las leyes fundamentales de su gobierno.

¿Por eso su aprobación?

La gente quería eso, pero quizá la salida no fue la más adecuada. Una cosa es la demanda y la otra la salida utópica que fue un fracaso.

¿Este fracaso fue evidente desde el comienzo?

Las cooperativas son bien ilusorias. El día anterior éramos campesinos, sabíamos sembrar; y ahora le decíamos que tenía que gerenciar. Tienes que ir a los bancos, lograr descuentos, vender producción. No había capacidad técnica de los campesinos para manejar las cooperativas. En algunos casos caminó más que otros; sin embargo, había muchas contradicciones. Luego ocurrió que los beneficiarios de la reforma agraria fueron unos cuantos, un sector reducido y el sector relativamente mejor acomodado. Y

los sectores más pobres siguieron trabajando para los cooperativistas quienes reemplazaron la cadena de explotación.

¿Y cuáles eran los referentes de Velasco?

Había sido agregado militar en Francia. Velasco era de clase media, entró a la escuela de soldados porque llegó tarde a la Escuela de Cadetes. Hijo de una familia de clase media en Piura, educado en el Miguel Grau, su padre era repartidor médico. Sus referentes fueron militares desarrollistas de época: los generales Perón, de Gaulle, Nasser, militares todos nacionales que realizaron programas liberación nacional frente al imperialismo.

¿Cómo entender que la intelectualidad se sumó al proyecto?

En ese entonces era más importante la reforma que la democracia. Había la idea de que esas reformas no podían generarse en democracia por culpa de las fuerzas *retardadistas*. El valor esencial en esa época era la reforma social no la democracia.

¿El tema del campesino peruano se pone en el centro de la discusión?

Había cosas que venían de atrás: el día del Indio era de Leguía. Velasco cambia el nombre. Luego el debate del tema de indio es un debate anterior también, luego de la Guerra contra Chile. Velasco no abre un debate, trata de resolver un viejo debate que no tenía salida política. Velasco no es un creador es alguien que busca resolver con mando militar una serie de conflictos y demandas que flotaban en la sociedad y tenían fuerte consenso. Es un ejecutor, no un creador de ideas.

¿La imagen de Túpac Amaru también es una apropiación?

Ese ese Velasco, la utilización política de temas que vienen de atrás, la decisión y la fuerza para hacerlas. El mismo Túpac Amaru viene de atrás. Si piensas en la Independencia de América Latina: ellos combaten contra Perú para liberarse. La narrativa de las independencias americanas es una lucha contra el virreinato del Perú, es una conquista del Perú. Si tu lees la independencia de otros países el enemigo es el Perú. Desde el Perú siempre se dijo que nosotros también somos patriotas y así se inventa la figura de Túpac Amaru, como el primer libertador peruano. Cuando Velasco llega, la historia ya estaba fijada, Velasco solo la emplea, la recrea.

Entrevista con Víctor Escalante

21 de abril de 2016

¿Cómo se inició en el diseño?

Me inicié como diseñador por casualidad, a los veinte años, en 1961. No había ingresado a la Universidad y en vacaciones mi papá me dijo que un suizo estaba buscando un ayudante en su estudio. Este señor era Barandun, un diseñador. Me recibió en su oficina en la calle Ica y me contó que necesitaba alguien que llevara y trajera cosas. Me llamó la atención de que tenía una biblioteca al costado: vi libros de artes y varias revistas. Me dejó el primer día viendo las revistas y me parecieron una maravilla de diseño: anuarios, *Art Direction*. Para mí que siempre dibujé desde niño, me pareció increíble ese lugar. Entré a trabajar con él, sentí que era lo mío.

¿Recuerda cómo empezó?

Con mi primer sueldo compré lápices, una cartulina y una escuadra y lo primero que hice fueron letras. Me tomó un año, hacer una familia de letras. Me di cuenta que hacer una letra es una cosa bien complicada. Paralelamente trabajé en *Última Hora* necesitaban un dibujante en la noche. Así que por varios años trabajé todo el día, ahí hacía caricaturas, ilustraciones. Ahí conocí a periodistas que hacían revistas, periódicos. En el 67, empecé a trabajar también con la revista *Dinners*.

Cómo era visto el afiche en esa época.

Como un arte menor. Es recién a partir de Lichtenstein y Warhol, y de sus obras, que el diseño empieza a cobrar importancia y el afiche reconocido como arte. Sin embargo, eran conceptos no tan familiares. Muchos artistas tuvimos que optar por el diseño gráfico como una manera de generarnos recursos

Qué opina de los afiches de la reforma agraria.

Técnicamente eran muy buenos, a todo el mundo le encantaba, todos querían sus copias. Se conseguían, muchos de los afiches se arrancaban de las calles. De hecho a cualquier diseñador de esa época hubiera querido tener las facilidades que brindaba el aparato administrativo de la oficialidad. Es interesante observar los afiches de Bracamonte porque aludían más al valor funcional de los mismos.

Entrevista con Ciro Palacios

21 de abril de 2016

¿Cómo se inició en el diseño?

En la secundaria hacía servicios de imprenta. Aún no conocía mucho el ámbito de la comunicación gráfica, y era como un ejercicio en el que empecé a descubrir un mundo nuevo. Y me di cuenta que no solo era una cuestión de técnica. En esa época llegaron cuatro famosos diseñadores suizos porque las empresas con inversiones en el Perú requerían su oficio. Cuando entré a la universidad tuve la suerte de trabajar con Claude Dietrich, un diseñador gráfico francés. Con él, me atreví más con la gráfica que seducía.

¿Eran conceptos contrarios la gráfica y el arte?

Eran dos caminos distintos. Ambos me inquietaban: uno me daba el sustento económico y el otro no tanto. Ahí hay una discusión entre lo que es el arte y el diseño. Para mí son dos cosas distintas: el campo del diseño es una cosa es comunicación, no la considero arte. Hay una distinción entre el arte plástico y el diseño gráfico, en el último se prioriza la función. Es decir, sobre todo el mensaje tiene que quedar claro. Luego alguna de estas obras podría desligarse de ese objetivo para que el fue diseñado –resolver un problema de comunicación-. Más adelante, estas piezas se puede convertir en una pieza de arte como pasó con el mundo de la magia o de la religión. Y así también encontramos en el mundo del arte se desarrolla una gran cantidad de arte católica que no tiene autoría y, al pasar el tiempo, se les considera una obra de arte.

¿Cómo hacía para estar en ambos lugares?

Yo me movía en esos dos espacios porque a mí siempre me interesó la gráfica pero también sabía que era un espacio distinto. Sabía diferenciarlo. El arte me fascinaba y lo elaboraba sin ningún encargo, en cambio lo otro sí.

Su generación era muy cosmopolita, siempre a la vanguardia.

Hubo un personaje crucial que movilizó a toda una generación de artistas, Juan Acha. Era otra época, había mucha conexión con lo que se hacía afuera. Sabíamos del abstraccionismo, del pop. En el grupo Arte Nuevo, por ejemplo, escogió el pop y lo desarrolló. Yo no estuve en ese grupo, pero los veía, los miraba con mucha atención.

En qué consistió su proyecto.

Yo encontré otro modo de trabajar. Mi investigación tiene que ver con la geometría, la luz, luz reflejada. Funcionaba casi como un satélite, lo que desarrollaba era que mi propuesta tenía que ver con algo novedoso.

Cómo lo tomó el gobierno de Velasco

Me entusiasmé como muchos: sobre todo por la reforma agraria que ponía fin al sistema feudal en el que muchas de nuestras ciudades vivían.

Qué opina de los afiches de la reforma agraria

Todo lo que sirviera a ese cambio esperanzador, entusiasmo a todos. Pero ya después uno mira las cosas y ve que no cumplieron ninguna función. Si esos afiches iban a ser para mover la masa campesina hubiera estado bien, pero dichos afiches no fueron pensados para la masa campesina que encima estaban todos en castellano. Los carteles de Ruiz Durand son hermosos pero han dejado de cumplir su función primaria y se han convertido en piezas de arte. Lo que sí, había mucha premura y en un proyecto de comunicación había que investigar sobre todo en relación al público.

Recuerda el circuito de los afiches

Salían en los periódicos, en las revistas de la prensa, mucha de ella expropiada la cual difundía permanentemente los logros del gobierno. Aparte de que era amigo de Pepe Bracamonte, tanto así que fuimos a la Habana, en el año 1973.

AFICHES



Figura 59: Zhang Ruji, Sheng and Tian Yuwen. *Long live the Chinese Communist Party*, People's Art Publishing House, 1964



Figura 60: Wen Gegui and Sun Weipin. *People of the lower class are the most intelligent*, Beijing People's Publishing House, 1974.



Figura 61: Zhang Yuejin. *A rich harvest. Book I, for early primary school*. Publicado: Shangai Educational Publishing House, 1962.



Figura 62: Raul Ramírez. *Long Live the Revolution* (1968) EP (for ICL) 49 X 34 cm. impression en offset.

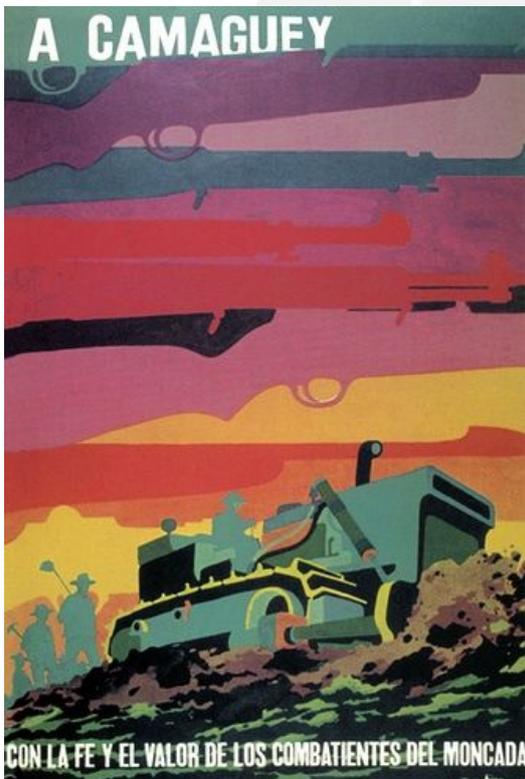


Figura 63: René Mederos. *To Camaguey- With the Faith and Valor of the Attackers of the Moncada* 1971(?) EP (for UJC), 71x46 offset



Figura 64: José Papiol. *Clear the way for sugar from the Mill!* 1972, EP (COR) 71 X 44 cm. offset