



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
ESCUELA DE GRADUADOS
MAESTRÍA EN ANTROPOLOGÍA VISUAL



SOY COMO DESEO SER:

**El retrato iluminado en el Perú: ilusión, representación, vidas imaginadas
y estética popular contemporánea**

**Tesis que para optar el grado de Magister en Antropología Visual
presenta:**

Sofía Alejandra Velázquez Núñez

Asesor:

Rafael Vega-Centeno

Miembros del jurado:

Rocío Trinidad

Valeria Biffi

Rafael Vega-Centeno

Lima, 2012



SOY COMO DESEO SER:

**El retrato iluminado en el Perú: ilusión, representación, vidas imaginadas y
estética popular contemporánea**

Maestría en Antropología Visual. Sofía Alejandra Velázquez Núñez. 2012

INDICE

Prefacio	6
Introducción.....	9
.Objetivos	9
.Metodología.....	14
Capítulo 1. Marco Teórico.....	17
1.1. Imagen y representación.....	18
1.2. La vida social del objeto.....	22
1.3. La cultura popular.....	25
Capítulo 2. La Historia del retrato iluminado.....	33
2.1. La aparición del “Iluminador”.....	38
2.2. El retrato iluminado, un recorrido de puerta en puerta.....	40
Capítulo 3. Las narrativas de representación.....	43
3.1 Representación, imaginación y deseo.....	43
3.2 La casa distinguida.....	51
Capítulo 4. Identidades en tránsito.....	58
5.1 El retratista.....	59
5.2 El vendedor.....	66
5.3 El público.....	71
Capítulo 5. La provincia en Lima, la historia continúa.....	73

Capítulo 6. El Componente Visual: Diálogo entre la investigación y la

Puesta en escena.....	81
6.1. La Boda.....	87
6.2. Poética del Espacio.....	88
6.3. Iluminados.....	90
6.4. De los elementos decorativos.....	91
6.5. El espejo	92
6.6. De la esquina del pintor.....	92
6.7. Los retratos y sus dueños.....	93
6.8 El objeto retirado de su espacio natural.....	94
Conclusiones.....	95
Anexos	
Algunos comentarios del libro de visitas.....	104
Video de la muestra Memorias Visuales.....	
Bibliografía.....	109



Dedico esta investigación a mi mejor amigo de toda la vida.
Con el que he compartido tantos sueños como los que puedan caber
en un retrato iluminado.



Fig. 1. Retrato de Alicia Cabrera Alcalde y Benjamín Velázquez Pitta. Hecho durante la década del 40.

PREFACIO

Mi acercamiento al retrato iluminado fue de la manera como parecen suceder todas las cosas, por casualidad. Hace más de cinco años inicié la investigación para un largometraje documental – junto a Carlos Sánchez Giraldo, con quien posteriormente y al lado de Javier Becerra y Silvana Manco formamos el colectivo Mercado Central -. Queríamos decir todo en ese documental, pero a la vez, no sabíamos que queríamos comunicar. Incluimos escenas sobre identidad, sobre la ciudad de Lima como espacio de migrantes, historias cotidianas y personales... la idea era hablar de Lima y del Perú. Pero frente a esta premisa tan pretenciosa no había nada claro, solo muchas ideas, energía y muy poca experiencia. Fuimos conociendo gente y dimos con un estudiante de arte – que ahora es muy amigo nuestro – cuyo trabajo nos pareció peculiar: pintaba caras en un taller ubicado en San Juan de Lurigancho. Solo caras. Nos contó que alguien más hacía la ropa y otra persona los fondos. Nos enamoramos de esa imagen: Un distrito enorme que comienza en una zona urbana y crece hasta las faldas y cimas de los cerros. Ahí, en esos cerros, dentro de una construcción mitad urbana, mitad rural un grupo de jóvenes pinta retratos y cada uno se especializa en una parte de este: fondos, caras, ropas, cuerpo. ¡Una fábrica! Producción seriada de retratos personalizados y a pedido, pintados con óleos sobre una tela.

A partir de ello el documental fue transformándose, mil veces. Los personajes aparecían y desaparecían. Conocimos más gente, hicimos muy buenos amigos.

Nos sumergimos en la búsqueda de un vendedor – los más esquivos de la industria -. Entendimos de qué se trataba, de donde venía esta “tradición” y sobre todo fuimos comprendiendo porque nos cautivó su descubrimiento. Empezamos a escribir y recaudar fondos, hasta que emprendimos la realización de la película.

Pero mi primera aproximación al retrato iluminado fue muchos años antes. En la casa de mi infancia el retrato de mis abuelos paternos colgaba de la pared sin que tuviera mayor significado para mí que el de la costumbre. Era un foto – óleo; una fotografía en blanco y negro, impresa sobre bromuro y posteriormente retocada con colores. (Fig. 1) Fui creciendo y esos rostros empezaron a cobrar importancia: ¿Quiénes eran esas dos personas que yo nunca conocí así? Las visitas que llegaban a la casa me encontraban siempre un parecido con mi abuela.

Yo me alegraba. Me gustaba pensar que podía parecerme a esa mujer tan elegante y distinguida. Tan fascinante, vestida de azul, con el pelo corto y por lo tanto moderno para la década del cuarenta. Ese cuadro parecía venir de otra época, de otro tiempo y otro espacio.

Y en cierto sentido, así era. El retrato colgado en las paredes descoloridas de una casa en el Callao tenía una historia detrás. Era la historia de un matrimonio joven – mi abuela se casó al cumplir catorce años - con cinco hijos y un pasado hacendado y cajamarquino. Era la historia de una mujer que por temas políticos fue perdiendo la herencia y las tierras que le hubieran correspondido y tuvo que asentarse en el puerto siguiendo a su esposo – mi abuelo – enfrentándose a una vida que parecía no pertenecerle, en un lugar que le fue ajeno por mucho tiempo; en donde según mis tíos paternos, “la familia tuvo que arrimarse en una pequeña casita donde no había espacio ni para hacer las tareas”. Pienso que este recuerdo de pobreza está tan teñido de nostalgia como el propio retrato que mi abuela mandó a hacer y cargó consigo por muchos años. Es la misma nostalgia que me produce a mí verlo e imaginar a esos personajes moviéndose, hablando y actuando en una ciudad diferente y lejana.

Percibo que la historia de mi familia está incluida en ese retrato. Lo miro y creo que todo significa. Todo cuenta. La medalla dorada que cuelga del cuello de mi abuela que quien sabe si la tenía realmente o la colocaron sobre el retrato porque nunca debía faltar la referencia piadosa y religiosa en una dama. El pañuelo en el bolsillo de mi abuelo – una franja de pintura blanca que lo insinúa y que no trata

de ser sutil – pues debió ser sinónimo de útil elegancia. El cutis pálido en ambos, con un ligero toque de rubor en el rostro de mi abuela aún cuando la herencia serrana nos tiñe la piel de color mate. Y los ojos. Tan expresivos y perdidos a la vez. ¿Así era la foto original? ¿Con esa tristeza? ¿Con esa serenidad? ¿Con esa ausencia? Creo que mi abuela intentó traerse consigo – en ese cuadro – el pasado aristócrata que había perdido. Quiso conservar en imagen su elegancia, algo de lujo y porque no, la idea de la pareja constituida formal y católicamente; la idea de los “padres de familia”.

No puedo evitar pensar que he crecido al lado de este referente. Un referente formal y simbólico del cual – seguramente – he absorbido algunas directrices. Mientras miro el retrato una vez más para intentar descubrir cuales, pienso en mí como mujer, como hija de padres divorciados, como chalaca, como cajamarquina y no encuentro nada de ello en esta imagen. O tal vez todo mezclado y superpuesto. Varias capas de significado enmarcadas en pintura dorada.

INTRODUCCION

Objetivos

Observar nuestra propia cultura, hablar de uno mismo, no es fácil. Y mucho menos mirarse para reconocerse, interpretarse y luego narrarse ante los demás. Como si miráramos nuestro reflejo en un espejo. Este proceso experimentado a lo largo de este trabajo – hablar también de mí cuando hablo de lo que sucede alrededor del retrato iluminado - es lo mismo que sucede con el retrato. La construcción de una imagen que nos construye y nos relata para otros.

Decidí hacer esta investigación porque consideré que el tema traspasaba el documental realizado -mencionada en el prefacio- o cualquier otro ejercicio de recopilación visual. La película intenta esbozar historias de vida, sensaciones de una generación a partir de sensibilidades muy concretas que tienen como punto en común girar alrededor del retrato iluminado. Con esta investigación escrita y su respectivo componente visual –al que me referiré más adelante- intento acercarme a los procesos de representación y autorepresentación de varias generaciones de peruanos a través de una técnica subalterna cuyas características permiten conservar un discurso propio y transgresor a la vez que dejan entrever deseos de todo tipo: personales, comunales, aspiracionales.

El retrato iluminado puede ser mirado de diferentes maneras. Para mis abuelos era la huella, la prueba de una vida desarrollada en ciertas condiciones. Era traerse consigo algo de la distinción social que habían perdido. El retrato iluminado también es la memoria, la mirada al pasado. Es un objeto que se expone - en la sala, el comedor, la habitación – y por lo tanto también cumple funciones decorativas o estéticas.

A ojos de un limeño tradicional por ejemplo, de origen y costumbres conservadoras; la exposición de este objeto podría resultar una práctica que no corresponde con sus referentes estéticos de arte o de belleza. En efecto, si partimos desde la perspectiva en que nuestros referentes de arte y belleza son los propuestos por una élite en principio occidental, muchas veces extranjera, dominante en muchos sentidos; queda claro que cual otra propuesta estética

diferente a la fomentada por la academia o por hegemonía política y cultural será rechazada. Así, surgen adjetivos como kitsch, huachafo o cholo¹. Términos que hacen referencia a la imitación, a la baja calidad o a la falta de armonía desde una perspectiva tradicional. Es pertinente esta reflexión de García Canclini:

“Si consiguiéramos librar al concepto de su carga elitista y eurocéntrica, si lo extendiéramos a las formas de esteticidad no occidentales, por ejemplo las indígenas, podríamos incluir bajo el nombre de arte manifestaciones que trabajan de otro modo las relaciones sensibles e imaginarias de los hombres con los otros hombres y con su medio”.²

Propongo entonces, un acercamiento estético y sensible a la fotografía iluminada que se aleje de estas visiones y convenciones obtusas y que más bien inscriba su existencia y consumo dentro de un marco que no solo explique su estética sino también sus roles y movilidad en el sistema económico y cultural actual.

Ciertamente su uso, producción y consumo se circunscribe a un espacio popular, provinciano, con referentes estéticos o ideas de lo bello diferenciadas o por lo menos reconocibles.³ El tema se complejiza al reconocer que este objeto es capaz de contener toda esta información que nos relata la historia de familias, de personas, pero también de grupos sociales. Que es capaz de narrar identidades, costumbres, gustos y sobre todo formas de representarse.

Creo que es justo en este complejo nudo que está a punto de formarse - un nudo que navega entre la carga significativa y emocional de este objeto y sus características concretas y tangibles; entre referentes, usos y costumbres, entre relatos familiares y grupales - en donde radica la importancia de este objeto como espacio de desarrollo, contención y construcción de identidades.

Entonces, este trabajo es un acercamiento al circuito de producción y consumo de la fotografía iluminada con la intención de comprender, por medio de estos usos y costumbres, las identidades y relatos que representan. En el Perú, a pesar de la

¹ “A raíz de la Conquista, no solo nació el nuevo nombre – el cholo – que sintetiza la unión de los Partiendo de la definición de Varallanos, podemos decir que lo “cholo” representa lo mestizo, la mezcla. Esta definición se opone a la de pureza. Así se relaciones con lo “más bajo de una casta”, con lo inferior. Si bien a nueva constitución racial y social de Lima ha reformulado este concepto y su acepción negativa ha disminuido y por el contrario se está logrando establecer una identidad positiva a su alrededor; esta palabra aún se usa despectivamente, como insulto. Es en este sentido en el que ha sido usada en esta cita.

² GARCÍA CANCLINI, Néstor. Las Culturas Populares en el Capitalismo. Siglo XXI, México, 1979

³ Este tema será explicado en el capítulo segundo, dedicado a la historia del Retrato Iluminado en el Perú.

existencia de técnicas como la fotografía digital y el *photoshop* se sigue consumiendo el retrato “pictórico” o, podría decirse, de *look* pictórico. Esto responde a fenómenos y necesidades significativas, en tanto que visibilizar esta práctica artística y cultural nos permitirá entender y conocer un poco más de procesos emocionales como el del recuerdo, la nostalgia, la existencia aparente de alguien que ya no existe; emociones que se imprimen en el retrato y que permiten – eventualmente – que el pensamiento mágico aparezca y se impregne en un objeto.

La fotografía iluminada – como técnica y práctica – existe casi desde que se inventó el daguerrotipo. Pero la verdadera historia, la situada detrás de la de la fotografía o retrato iluminado; es la historia de la representación y esta es tan antigua como la de la humanidad. En el Perú, hoy y durante el último siglo, esta representación fotográfica y pictórica ha cobrado una identidad propia y particular que involucra mostrarse, construirse, narrarse, inventarse y reafirmarse a través de la imagen.

Esta idea es muy importante y está presente en todos los casos. La construcción de la imagen a futuro, la producción de “algo” que quedará y sobrevivirá en el tiempo, y a la vez la oportunidad de permanencia, de sobrevivir, trascender; pero hacerlo de la forma como uno quiere. La técnica de la iluminación da esta oportunidad. Es decir, por un lado permite convertirse, transformarse, diferenciarse y darse un estatus y una identidad única y por otro lado permite que la imagen que permanecerá en el tiempo se asemeje siempre a ese referente inicial, a ese cuadro casi aristocrático que ha quedado en la memoria colectiva de nuestro país, que es finalmente una herencia republicana.⁴ Así, el recuerdo legado se singulariza y también se funde con el común de lo que se quiere ser.

Pero si bien todos construimos una imagen de nosotros mismos y hoy más que nunca con las posibilidades tecnológicas - redes sociales, herramientas digitales, etc. - esta capacidad se ha potenciado, surgen algunas preguntas nuevas:

⁴ Este punto será explicado en el capítulo II: La Historia del Retrato Iluminado.

¿Por qué a pesar de contar con nuevas tecnologías y nuevas formas de mostrarnos al mundo y de inventarnos o crearnos una vida para el mundo; sigue vigente el objeto material, el retrato como pieza?

¿Es posible, tomando en cuenta un contexto de migraciones, construir una identidad y encontrar un lugar o espacio propio cuando se mira a la vez al pasado (el lugar de origen, los ancestros y los referentes ancestrales nacionales) y se construye y proyecta hacia el futuro (para el recuerdo de las nuevas generaciones, “para los que están por llegar”)?

La investigación aborda estas interrogantes. Por un lado, está el tema de la auto representación, del mostrarse uno mismo para uno mismo y para los demás; tema que se enlaza con la idea de imaginarios e identidades populares y memoria familiar y social. Por otro lado, el tema de la cultura popular urbana es un eje central pues es este marco el que permite el desarrollo de prácticas sociales, económicas y estéticas particulares en donde la fotografía iluminada está inserta; tanto en el universo popular originado por la migración realizada desde las provincias hacia la capital, como por la realizada desde la capital hacia el extranjero. Finalmente, estas ideas cobran mayor sentido relacionadas con los conceptos teóricos desarrollados sobre economías visuales, vida social de objetos y estética.

Es así que el objetivo de esta investigación es el de evaluar, a través de un estudio antropológico y visual, la importancia social y cultural de la fotografía iluminada; un producto cuyo consumo es marginal (lo tienen las clases populares y migrantes) su estética es poco tradicional (algunas esferas sociales lo consideran de mal gusto) y su fabricación es casi a escondidas (los propios vendedores creen estar estafando a los clientes al ofrecer una fotografía bajo el título de “pintura”, estableciendo jerarquías en su trabajo y menospreciando la fotografía iluminada como técnica), dejando claro que alrededor de este trabajo están involucradas personas que no pertenecen al circuito oficial de arte. Es una actividad que, siendo considerada subalterna por su producción y consumo, tiene el potencial de relatar la historia y el testimonio de grupos sociales excluidos de la historia oficial.

Este tema cobra más importancia cuando encontramos rastros del uso de esta técnica – la fotografía iluminada – en los trabajos de artistas plásticos y visuales urbanos, reconocidos por su trayectoria. Artistas que – algunos de forma abierta, otros sin revelarlo – hacen uso de una técnica popular y la llevan bajo su nombre y revestida de otros elementos, a ser difundida entre las élites artísticas y culturales. Este proceso – nada novedoso si no por el contrario, muy común entre artistas que exploran constantemente nuevas propuestas y discursos – de valerse de elementos populares constituye la otra cara de la moneda en la historia de la fotografía iluminada y por lo tanto, un elemento importante a investigar; un espacio en donde las representaciones e identidades que caracterizan a la fotografía iluminada se resignifican. En esa misma línea el componente visual de esta investigación - referido en el capítulo 6 - pretendió descontextualizar el retrato iluminado, recontextualizar el circuito de circulación y consumo e incluir nuevos actores y nuevos formatos de representación en base a la misma técnica. De este modo, la observación y análisis del retrato permitió explicar características de los procesos y progresos creativos del arte popular en el Perú y así acercarnos al conocimiento de mentalidades o imaginarios que contiene estas características estéticas y estilísticas.

La técnica del retrato iluminado siempre está en movimiento. El mercado cambia, los gustos cambian, la técnica se renueva constantemente. El público cambia de lugar (porque migra) y de gustos (porque los referentes cambian con la movilidad). En la técnica y el soporte del retrato iluminado se expresa la idea de la migración. El circuito migratorio del campo a la ciudad es el mismo circuito migratorio del retrato iluminado. Y por otro lado, el circuito migratorio en búsqueda de trabajo hacia el extranjero, es el mismo que recorre el retrato iluminado de dos maneras: por un lado, la clientela se esparce por otros países y la distancia refuerza la necesidad de nexos. Además el “vendedor” también migra por trabajo, pues aquí en el Perú el mercado se va agotando o saturando. Con la migración la estética va cambiando, se va acomodando y las identidades representadas tienen ese elemento: son identidades de tránsito, que han salido de un lugar y están en otro. El retrato iluminado es uno de los objetos que los une con el pasado, a la vez que es un espacio de representación que mira hacia el futuro. La migración se convierte entonces en un concepto transversal.

Por último, con esta investigación fue posible realizar un mapeo y construir un pequeño archivo – inexistente hasta hoy – de retratos hechos en fotografía iluminada, sus historias, antecedentes y espacios (geográficos y emocionales) en los que se encuentran ubicados. Sus características en común o sus variantes dan información de los grandes temas que involucra esta investigación: representaciones e identidades.

Metodología

El trabajo de campo de esta investigación ha tenido varias fases. Por un lado, el contacto y acercamiento con personas y familias que posean retratos o fotografías iluminadas; una búsqueda que se inició en el ámbito familiar y cercano – buscando entre conocidos – y que derivó en el mapeo de una cantidad de retratos en las provincias de Lima, Iquitos y Huaraz. La elección de estos lugares ha respondido a mis actividades; viajes de investigación documental, visitas a conocidos, etc. Encontrar retratos en estas zonas y tener información sobre la existencia de estos retratos en otras partes del país y también de Latinoamérica (concretamente Brasil y México), confirma mi primera propuesta de acercamiento al tema: los retratos iluminados están por todos lados. Están por todo el Perú y quienes los poseen son familias de extracción popular.

Cabe resaltar que como estrategia metodológica escogí la ampliación de casos. Es decir, gran parte de esta investigación se dedica a relatar casos concretos, historias de vida que se convierte en casos tipo que tienen la posibilidad de ser ampliados.

Por otro lado, si bien la parte del consumo estaba cubierto, era necesario el contacto con la parte productiva: los hacedores y vendedores de retratos. A los hacedores los encontré a través de amigos estudiantes y egresados de la Escuela Nacional de Bellas Artes. El trabajo de retratista utilizando la técnica de la fotografía iluminada resultó ser una opción económica con mucha popularidad entre los artistas de la Escuela. No sin recelo, pues por un lado existen muchos

prejuicios respecto a esta actividad “poco digna”⁵ para un artista; y por otro lado encontré una natural actitud de defensa del trabajo y de mantener muy bien resguardado el “secreto laboral”; es decir la técnica, que no es completamente pintura ni completamente fotografía sino que navega en un limbo entre esas dos definiciones. Finalmente, con continuidad y mostrando serio interés en su trabajo he logrado acceso, confianza e incluso amistad con algunos de estos artistas. Esto fue muy útil para el trabajo pues me ha permitido presenciar procesos completos de construcción de retrato, interacción con clientes, con vendedores, discusiones laborales e incluso teorizaciones y reflexiones sobre la fotografía iluminada. También me ha facilitado el acceso a nuevos clientes y por lo tanto nuevos retratos y nuevas historias detrás de ellos en tanto mi interés era el de registrar los relatos que estos objetos escondían y de esta manera exponer – como lo he dicho líneas arriba – narraciones íntimas y cotidianas a modo de casos tipo.

El capítulo primero de esta tesis está dedicado a establecer un marco teórico que circunscribe los conceptos desarrollados a lo largo de la investigación. En el segundo capítulo realizo una contextualización histórica y social que me permite ubicar al retrato iluminado en términos temporales y espaciales, observar sus cambios y comprender sus eventuales apariciones y desapariciones de la historia del arte y producción cultural peruana. Además, explico brevemente algunos procesos sociales dentro de los cuales se desarrolla esta industria.

El tercer capítulo está dedicado a las narrativas de representación contenidas en el retrato iluminado. Aquí me refiero concretamente a dos casos particulares que relatan por un lado, formas de vida proyectadas en la imagen y por otro, historias sobre la memoria y el recuerdo que son capaces de activar una relación particular con el tiempo y el espacio y los objetos contenidos en dicho espacio. En tanto imagen, el retrato iluminado puede vendernos la ilusión de la realidad.

El cuarto capítulo se dedica a situar el retrato iluminado hoy en día. Sus espacios de consumo y de movilidad está enmarcados en los procesos migratorios y en

⁵ Este conflicto, el de considerar la labor del pintor o retratista inferior al de un “artista profesional”, es ampliado en el capítulo V.

una Lima contemporánea, urbana y popular que silenciosamente – o tal vez no - acoge la técnica.

El siguiente capítulo - el quinto - intenta dar un esbozo del circuito de producción y consumo del retrato iluminado en la actualidad: sus fronteras de expansión, la migración geográfica y la creación colectiva. También pretende proporcionar un perfil de cada actor involucrado en el circuito de producción y consumo del retrato iluminado.

Por último, el sexto capítulo es en donde está situado el diálogo entre la investigación presente y la propuesta visual; la muestra de retratos titulada: **Memorias Visuales, el retrato iluminado y la historia cotidiana**. En este trabajo curatorial y de puesta en escena intenté volcar conceptos e ideas trabajadas a lo largo de esta investigación y colocarlas dentro de una propuesta estética y visual para que puedan ser vistas y confrontadas – fuera de su espacio natural – con el público visitante que en muchos casos es el público consumidor de los mismos. El trabajo culmina con una sección de conclusiones, donde pongo en relieve los aportes centrales de la investigación.

CAPITULO I.

Marco Teórico

En este trabajo me centro en analizar el retrato iluminado básicamente como un espacio de representaciones, representaciones que se activan en tres áreas distintas: la de la realidad, la de la ficción y la del estilo. Para ello propongo una mirada desde varias disciplinas: la antropología, - los estudios visuales y preformativos - la sociología y la estética. Mi aproximación será desde dos perspectivas: analizar el retrato iluminado como imagen (contenido) y por otro lado como objeto (continente).

Para su análisis como objeto tomo en cuenta la relación del retrato iluminado con su entorno (contexto), con el ser humano y con los procesos históricos que lo preceden. En ese sentido es importante el papel que ocupa la tecnología y el sistema de producción de éste, los actores que intervienen en su construcción y los circuitos de consumo. Un aspecto central del trabajo es considerar que los elementos anteriormente descritos están insertados dentro de un espacio de producción cultural y artística muy puntual: la cultura popular.

Para su análisis como imagen, la aproximación será reflectiva y constructorista. Esta perspectiva integrará diacrónicamente dos tiempos: el antiguo, el acto per se, la producción de la obra y el reciente, el acto in situ, la función del objeto. A lo largo del trabajo veremos ambos periodos de tiempo performan acciones y situaciones. El mundo personal, familiar, del deseo y la imaginación convergen en el retrato iluminado.

La fotografía iluminada como lugar de representación tiene sentido dentro de un contexto histórico, económico y social determinados; variables que influyen en las prácticas de producción y consumo. Puesto que el retrato iluminado es también un objeto - una pieza creada -, el estilo y la estética entran en juego. De igual manera las relaciones existentes entre gusto, propuesta estética, representación y consumo.

Imagen y representación

En el Perú existe una larga tradición en el estudio sobre identidades y sus diferentes formas de representación a través de la imagen pictórica y también fotográfica. La fotografía, como tecnología ha sido objeto de estudio y medio de conocimiento de espacios, regiones, comunidades y personas externas o no al entorno del investigador.

Deborah Poole y su trabajo sobre visualidad, raza y representación en la fotografía de principios de siglo XX en el Cusco, da una muestra de todos los elementos que se encuentran en juego en términos de representación, de representarse y ser representado por otros. Ella propone el concepto de “economía visual” para entender las relaciones en torno a una imagen en términos de intercambio, de circulación de ideas, de prácticas de representación y de discursos. Se trata de un enfoque material y social a la vez. “Tanto el acto aparentemente individual de ver, como el acto más obviamente social de representar, ocurren en redes históricamente específicas de relaciones sociales.”⁶

Poole explica que “la palabra economía sugiere que el campo de la visión está organizado de forma sistémica y que esta organización tiene mucho que ver con las relaciones sociales, desigualdad y poder así como con significados y comunidad compartida. También sugiere que esta organización lleva consigo una relación – no necesariamente directa – con la estructura política y de clase de la sociedad, así como con la producción e intercambio de bienes materiales.” Si bien en su investigación, donde analiza imágenes producidas en los siglos XIII, XIX e inicios del XX, el retrato iluminado (ya presente en el panorama social y artístico del Perú desde fines del siglo XIX) es mencionado exclusivamente en el capítulo dedicado a Figueroa Aznar,⁷ Poole no profundiza en este formato de representación. Sin embargo, a través de datos biográficos de Figueroa Aznar plantea ya los cuestionamientos que surgieron en esa época sobre las relaciones entre fotografía y la pintura.

“(…)En este telón, que Figueroa también utilizaba para trabajos ocasionales como fotógrafo comercial, había pintado en un lado una arquería colonial española y, en el otro, la mitad de un altar andino tradicional. Habiendo acomodado sus utensilios y su caballete delante de este escenario, Figueroa alistó su cámara, preparó la placa, compuso la imagen y dispuso que otra

⁶ POOLE, Deborah. Visión, raza y modernidad. Sur Casa de Estudios del Socialismo, 2000. Pág.16

⁷ *Ibid*, Pág. 207

persona apretara el disparador. Acomodó su ropa, ajustó la flor en la solapa, y posó, cigarrillo en mano y con una pierna cruzada sobre la otra, contemplando su obra de arte. (...) Una mirada a las estructuras pictóricas enmarcadas en este autorretrato peculiar sugiere que el propio Figueroa estaba planteando preguntas acerca de la relación entre fotografía, pintura y arte.”⁸

Estas relaciones serán imprescindibles para entender la importancia y la presencia del retrato iluminado en los hogares peruanos – concebir una fotografía como pintura -, para comprender los complejos circuitos de producción y consumo y para ubicar histórica y socialmente al retrato iluminado en el contexto peruano del siglo XX. Los orígenes técnicos del retrato iluminado pueden encontrarse en los estudios fotográficos del sur del Perú y antes de ello, en los estudios fotográficos europeos. Para ello, la revisión del trabajo de los hermanos Vargas y de Figueroa Aznar, entre otros, es fundamental.⁹ Poole afirma:

“El ver y el representar son actos “materiales” en la medida en que constituyen medios de intervenir el mundo. No “vemos” simplemente lo que está allí, ante nosotros. Más bien, las formas específicas como vemos – y representamos – determinan como es que actuamos frente a este. Y al hacerlo creamos lo que el mundo es.”¹⁰

En este sentido, es importante pensar la representación no solamente como una interpretación de lo real sino desde una forma mucho más crítica. El retrato iluminado es un espacio en donde se desarrollan discursos no solo sobre el contenido del retrato (quiénes están retratados), sino también sobre la forma (cómo están retratados).

Además de Poole, perspectivas contemporáneas ya no solo desde las ciencias sociales sino también desde la historia del arte y los estudios visuales, han realizado y realizan investigaciones sobre las colecciones de Martín Chambi, Los hermanos Vargas, el Archivo Courret.¹¹ Conocemos, a través de ellos no sólo los

⁸ POOLE, Deborah. Visión, raza y modernidad. Sur Casa de Estudios del Socialismo, 2000. Pág. 207

⁹ En este tema la investigación de Deborah Poole será sumamente útil, pues existe un análisis previo de los temas raciales relacionados a la identidad y a la representación. También serán revisados los archivos visuales de los propios fotógrafos, así como reseñas y materiales que aluden a su trabajo. Por ejemplo: “Arequipa de noche, el día. Los Archivos Vargas, Perú, 1912 - 1930”. En el artículo: El estudio de Arte Vargas Hnos. Portal web Virtual Museum y “López Galván”, video documental encargado por el ICPNA Arequipa. Dirección de Miguel Barreda. Arequipa 2007.

¹⁰ POOLE, Deborah. Visión, raza y modernidad. Sur Casa de Estudios del Socialismo, 2000. Pág. 16

¹¹ Tenemos la publicación “El primer siglo de la fotografía en el Perú 1842 – 1942: La recuperación de la Memoria, publicado por Fundación Telefónica y editado por Natalia Majluf. También los artículos sobre el Archivo Vargas en “Arequipa de noche, el día” <http://dcc.unilat.org/virtualemuseum/Datas/Expositions>; entre otras publicaciones.

usos y costumbres de otros tiempos sino que también podemos reconocer nuestros legados, los elementos que permanecen hasta hoy. Es un hecho innegable el que la imagen fotográfica nos sirve como documento. Un país sin archivo documental es como una familia sin álbum de fotografías, dice Patricio Guzmán, refiriéndose a la producción cinematográfica documental que él mismo propone casi como una obligación social para hacer memoria sobre todo en países ex coloniales como el nuestro, cuya historia está construida en base a medias verdades, violentas conquistas, caudillos y dictaduras. Esta misma idea bien podría aplicarse a la imagen fija.

La fotografía documental en el Perú tiene una larga tradición – inicia con la llegada del daguerrotipo a Lima y tuvo dos grandes vertientes: la paisajística, incidental, que establece una relación natural entre el objeto retratado y su entorno “natural”; la que crea atmósferas – comúnmente dentro de un estudio – para que sus retratados destaquen alguna convención social. Esta práctica, que continúa activa y creativa hasta hoy, constituye un espacio para la continua construcción de memoria colectiva, la comunicación, la protesta y la denuncia activas y por supuesto, para el retrato de una sociedad tan compleja como la nuestra; para su representación.

Armando Silva - en su etnografía sobre el Álbum de Familia - hace alusión a la fotografía como constructor de identidades y como archivo de historia y de memoria.¹² En este sentido, la fotografía iluminada puede ser pensada como una narración de historias familiares. De las historias presentes y de las pertenecientes al pasado familiar.

Sin embargo, el retrato iluminado ha permanecido fuera del interés visual tanto de investigadores como de creadores (fotógrafos o artistas plásticos). Una de las razones es que el retrato iluminado constituye una ambigüedad desde su definición o más bien una dualidad que complica su colocación como objeto de estudio dentro de un campo concreto: nace de la yuxtaposición de la pintura sobre la fotografía. Es fotografía y es pintura a la vez. Además, como veremos dentro de esta investigación, su circuito de producción y consumo ha permanecido fuera del consumo de las clases de poder.

¹² SILVA, Armando. Álbum de familia: la imagen de nosotros mismos. Ed. Universidad de Medellín. Cuarta edición, 2012.

Principalmente por estas dos razones y algunas otra secundarias que serán ampliadas en la investigación, el retrato iluminado ha permanecido fuera de cualquier estudio o análisis sobre representación y es apenas mencionado dentro de la historia de la fotografía o la pintura del siglo XX en el Perú¹³ a pesar de la que la técnica fue ampliamente usada por estudios fotográficos y artistas de renombre.

Con estos antecedentes el retrato iluminado como espacio de representación cobra no solo interés investigativo, sino también importancia social e histórica dentro de los estudios sociales y artísticos contemporáneos. Siguiendo a Stuart Hall:

“Representación significa usar el lenguaje para decir algo con sentido sobre, o para presentar de manera significativa el mundo a otras personas. (...) Representación es una parte esencial del proceso mediante el cual se produce el sentido y se intercambia entre miembros de una cultura. Eso implica el uso de lenguaje, de signos e imágenes.”¹⁴

Según Hall, la representación es la producción de sentido de los conceptos en nuestra mente mediante el lenguaje. La imagen es también un lenguaje, una forma de comunicar utilizando elementos y estrategias que apuntan al universo consciente y subconsciente. En tanto lenguaje, la imagen como representación puede ser vista desde tres diferentes aproximaciones:

- Reflectiva, en tanto refleja un sentido que ya existe afuera en el mundo de los objetos, la gente y sus eventos.
- Intencional, pues expresa lo que el comunicador (hablante, pintor, escritor) quiere decir.
- Construccionalista, donde el sentido es construido en el lenguaje y mediante él.

Así, la imagen –como medio y contenido– de representación es capaz de hablarnos sobre temas como género, clase, raza y deseos de querer ser, de pertenecer, de parecer.

¹³ El tema está mencionado en los trabajos de Poole, Majluf y Torres y Villegas.

¹⁴ HALL, Stewart. Representation: cultural representation and signifying practices.

La vida social del objeto

La fotografía iluminada es imagen, pero también es un objeto. Como objeto, ha recorrido por lo menos dos caminos importantes. El primero, el camino histórico; desde sus referentes europeos y luego en los estudios fotográficos ubicados en el sur del país, hasta las nuevas técnicas, modificaciones y referentes actuales. El segundo camino, el de su fabricación. Desde que se concreta el pedido hasta que se entrega el cuadro listo y enmarcado, el objeto ha pasado por numerosas facetas y manos: el dueño de la fotografía, el vendedor, el carista, el fondista, etc. Todos ellos han agregado o quitado elementos, y la construcción del retrato ha sido colectiva.

Para un acercamiento a este objeto – acercamiento que contemple el circuito de fabricación y el hilo histórico – ha sido útil la revisión de los trabajos de Arjun Appadurai y Kopytoff sobre la intercambiabilidad como una característica principal del objeto. Es decir, el objeto es visto por su valor de uso, pero también de cambio. En palabras de Appadurai:

“La tendencia del mundo contemporáneo es mirar el universo de las cosas como inerte o mudo. Atribuimos lo animado y lo que está en movimiento al mundo de las personas y sus palabras (...). Aún cuando nos acerquemos al estudio de las cosas desde la perspectiva de que estas no tienen otro significado aparte del de la transacción humana; el problema antropológico recae en que esta verdad formal no ayuda a esclarecer el tema de la circulación de objetos. Para ello debemos seguir las cosas en sí mismas, sus significados están inscritos en sus formas, sus usos, sus trayectorias. Es sólo a través del análisis de estas trayectorias que podremos interpretar las transacciones humanas que le dan vida a estos objetos”.¹⁵

Así, resulta pertinente iniciar el análisis de la fotografía iluminada desde la perspectiva de sus características como objeto mercantil y sus posibilidades de intercambio. Este intercambio implica relaciones sociales a su alrededor: relaciones que le proporcionarán valor económico, valor de uso, o incluso valor sentimental. Según Kopytoff “los objetos pueden tener historias de vida. La fase mercantil de la historia de vida de un objeto no escapa a su biografía”.¹⁶ Por lo tanto es pertinente analizar las relaciones sociales generadas alrededor de este objeto: relaciones de identidad que se enlazan con las ideas de desigualdad -o

¹⁵ APPADURAI, Arjun. *The social life of things*. Cambridge University Press 1988. Pág. 5

¹⁶ *Ibid*, Pág. 17

diferencia- y de poder. La fotografía iluminada además, no está eximida de ideologías en tanto es capaz de articular discursos sobre el otro o sobre uno mismo y cumple los roles de: productor o generador de historias - de vida o de anécdotas-, contenedor de memoria -usualmente familiar, pero también colectiva- y producto en sí mismo, mercancía -como lo muestra Appadurai-

Al respecto, Bordieu realiza un acercamiento hacia las prácticas de consumo a través del gusto.

“El gusto limita nuestras preferencias, nuestras actitudes, ideas, acciones, pero, ¿qué es lo que limita y da forma a nuestro gusto? En principio podríamos señalar que el gusto pertenece a un orden abstracto que conforma nuestros criterios y disposiciones hacia las cosas, y que en este orden, se definen las relaciones diferentes e incluso antagónicas con la cultura, según las condiciones en que hemos adquirido nuestro capital cultural y los mercados en los que podemos obtener de él, un mayor provecho.”¹⁷

Este orden es el hábito o la costumbre, el conjunto de prácticas realizadas por diferentes grupo sociales. Así el consumo, en este caso de un objeto artístico o decorativo, está mediado por el gusto. Este, a su vez es el resultado de prácticas o estilos de vida comunes dentro de una determinada clase social. Para Bourdieu, el consumo de obras de arte es una práctica enclasante, que sirve para, a través de la réplica de costumbres, intentar asemejarse o parecerse a una clase determinada. Esta acción es practicada inconscientemente. En ese sentido, la fotografía iluminada, en términos de su consumo, se encuentra en un espacio medio entre una clase empobrecida, una a la que se quiere pertenecer y una de la que se tienen referencias. Así, a través del consumo es posible identificar identidades que van formándose alrededor de los objetos consumidos. En esa línea, para Bourdieu:

“El sentido de la distinción, se basa en la búsqueda del máximo de “rentabilidad cultural”. Esta rentabilidad se maximiza mediante el establecimiento de una relación próxima con la cultura legítima y se encuentra representada por la clase dominante. Es precisamente esta proximidad la que provoca una relación cotidiana y por tanto despreocupada con actos como ir al teatro, conciertos de música, clásica, contemporánea etc.”¹⁸

¹⁷ BORDIEU, Pierre. La distinción: criterios y bases sociales del gusto. Madrid. Taurus, 2006. Pág.10

¹⁸ *Ibid*, Pág. 267

Así, la inversión en una producto como un retrato, no resulta fuera del lugar. Dependiendo de la clase social, se ahorra para ello, se reserva una cantidad especial e incluso “se hace el esfuerzo”.

Su concepto de *habitus* es muy útil para entender el acercamiento de las clases populares al consumo de cultura o de objetos artísticos estéticos. El *habitus* es el “conjunto de prácticas generadas por las condiciones de vida de los grupos sociales así como la forma en que estas prácticas vislumbran una relación concreta con la estructura social, esto es el espacio de los estilos de vida.”¹⁹ En palabras de García Canclini:

“El hábito es lo que hace que el conjunto de las prácticas de una persona o un grupo sea a la vez sistemático y sistemáticamente distinto de las prácticas constitutivas de otro estilo de vida. Los aparatos culturales en los que participa cada clase engendrarán hábitos estéticos, estructuras del gusto diferentes que inclinarán a unos al arte culto y a otros a las artesanías. De los hábitos surgen prácticas. Así, existe correspondencia entre las posibilidades de apreciación del capital económico y el capital cultural.”²⁰

Esta correspondencia es la que le permite a Bourdieu diferenciar las formas en que cada clase social consume. Él diferencia tres: en base a imitación de clases superiores, en base a facilidades económicas y en base a la costumbre. Esta actitud se potencia mientras más cerca se encuentre uno de la clase dominante, que es la que representa y legitima la cultura. En ese sentido, la fotografía iluminada también puede mirarse en relación a su papel diferenciador o no, imitador o no, en cuanto a la relación de las clases populares – sus gustos y elecciones – y la élite dominante. La fotografía iluminada, como producto cultural no puede desligarse entonces del panorama social y económico en el que está inserto su consumo y su difusión. Su movilidad social y geográfica también responderá al movimiento del capital económico que le suceda alrededor.

Como vemos, el consumo no es un simple acto pasivo y sin significado. Por el contrario, es una forma de identificación, una manera de afirmar nuestro “estilo de vida”²¹. Para Bourdieu, “el consumo es una práctica constituyente y no solo un

¹⁹ BORDIEU, Pierre. La distinción, criterios y bases sociales del gusto. Taurus, España 2006.

²⁰ GARCÍA CANCLINI, Néstor. Las Culturas Populares en el Capitalismo. Siglo XXI, México, 1979

²¹ Aunque para algunos, la verdadera posición de agencia la tienen las diversas fuerzas que conforman la producción. Dentro de esta perspectiva, al consumidor se le impulsa a creer que él es un actor, un

epifenómeno construido de las relaciones de producción y dominación”. Para García Canclini²² cuando consumimos estamos definiendo lo que es valioso y desarrollando un sentido de pertenencia a un grupo, al mismo tiempo que nos distinguimos del resto.

Las culturas populares

Esta investigación incluye un diálogo entre el retrato iluminado y el espacio social, geográfico y afectivo en donde se lo consume y produce. El circuito mercantil del retrato iluminado se da en este espacio etéreo y complejo de definir llamado *cultura popular*. La definición de García Canclini, que parte de las perspectivas marxista - gramsciana de ver la cultura como un “tipo particular de producción cuyo fin es comprender, reproducir y transformar la estructura social y luchar por la hegemonía ²³” es una de las perspectivas más útiles para abordar este trabajo. Así como lo describe Bordieu²⁴, el capital cultural se internaliza en los individuos generando hábitos y prácticas en nuestra vida cotidiana pues los sistemas sociales, para subsistir, deben reproducir y reformular sus condiciones de producción.

Pero incluso partiendo desde aquí, en donde las culturas populares surgen como una respuesta subalterna al poder hegemónico o a la propuesta hegemónica cultural, es complejo definir las y aún más definir qué elementos o productos culturales entran en esta clasificación. Desde el escenario académico local se han realizado intentos de mirar las culturas populares en función a aquello a lo que estas se oponen:

protagonista, cuando, en el mejor de los casos, él simplemente elige. Esta propuesta es compartida por Appadurai, Canclini y Hebdige.

²² GARCÍA – CANCLINI, Néstor Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad. Mondadori, 2009.

²³ *Ibid.*

²⁴ BORDIEU, Pierre. La Distinción: criterio y bases sociales del gusto. Madrid: Taurus, 2006.

“Lo popular es aquello que es usado y consumido por un gran número de personas, es difundido masivamente. Es aquello que no pertenece a un grupo sofisticadamente poderoso. Lo popular se construye en contraposición.”²⁵

Según Huerta, la cultura popular urbana es la que existe en ese espacio vacío entre la cultura de élite – prácticas cultas como el teatro o la ópera - y la cultura tradicional – ideas románticas sobre nuestro pasado inca o el mundo andino - y se define en contraposición a ellas. Pero la aparente libertad de la que goza esta cultura popular flotante, indefinida e híbrida, situada en un limbo entre dos definiciones, corre el riesgo de ser insuficiente para albergar a la fotografía iluminada porque la sitúa como un objeto pasivo y hasta cierto punto “inocente”, con imposibilidad de dialogar con su entorno. La fotografía iluminada como producto cultural en constante movimiento, tiene también características que la circunscriben en universos y procesos económicos, simbólicos. Es decir lo que se vende y lo que se desea. Lo que se representa y lo que se comunica.

Así, volvemos a García Canclini quien además propone que las clases dominantes – el poder formal y hegemónico – al intentar excluir al pueblo tanto de la producción como del consumo de ciertos bienes culturales, para continuar manejando el monopolio y ser dueños de los mecanismos de control y agencia, debieron:

“modificar parcialmente su ideología y sus prácticas: siguen excluyendo al pueblo del control de la producción, pero debieron admitir en el consumo de muchos productos culturales a vastos sectores para expandir las ventas. Así sustituyen en los pueblos indígenas y mestizos los objetos artesanales por los de fábrica industrial. El ascenso socioeconómico y cultural de las clases populares, sus exigencias de participación en el consumo “moderno” convergen, en un sentido, con esa necesidad de avance del mercado. La respuesta del capitalismo ha sido infinitas veces la represión. Pero la réplica más cotidiana e incisiva es la que trata de absorber las culturas populares, integrarlas, resemantizar sus mensajes y funcionalizar sus objetos.”²⁶

En esta investigación reflexionaremos sobre el papel de la fotografía iluminada como “producto cultural popular”, dentro de este esquema propuesto por García Canclini. ¿Es ésta una técnica popular –por lo artesanal de su confección, sus

²⁵ Huerta Mercado, Alex. Ciudad abierta: Lo popular en la ciudad peruana. *En publicación: Perú Hoy*, no. 6. DESCO, Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo, Lima, Perú: Perú. Diciembre. 2004

²⁶ GARCÍA CANCLINI, Néstor. Las Culturas Populares en el Capitalismo. Siglo XXI, México, 1979

espacios y lógicas de consumo— a priori, que luego fue absorbida por el sistema capitalista para intentar integrar a sus consumidores a un sistema de mercado mucho más amplio? ¿Es un producto creado, un híbrido del sistema hegemónico para, a través de él, asumir y consumir el discurso oficial, e interiorizarlo en las masas?

Estas preguntas son pertinentes pues la observación de la fotografía iluminada a través de la historia, el reconocimiento de sus características y sistemas de consumo actuales y la identificación de sus públicos nos permitirá reconocer el rol que ocupa socialmente y su función como espacio de representación, pero sobre todo nos permitirá reconocer su “función” política –si la tuviera– en tanto producto cultural capaz de contener un discurso. ¿A qué responde ese discurso? ¿A quién atiende? ¿Hasta qué punto deben incluirse a las masas en el discurso hegemónico si, como lo señala Bordieu, las costumbres, el hábito y el gusto también están presentes para establecer márgenes y diferencias sociales, culturales, raciales, de clase? García Canclini continúa en este mismo sentido:

“Las representaciones y prácticas subalternas son reestructuradas para volverlas compatibles, para que incluso contribuyan al desarrollo del sistema hegemónico. Se internaliza la cultura dominante en los hábitos populares, se reduce lo étnico a lo típico, se uniforman las diversas estrategias ensayadas para sobrevivir por las clases oprimidas a fin de subordinarlas a la organización transnacional de lo simbólico. El resultado es un cruzamiento, una interpenetración de objetos y sistemas simbólicos.”²⁷

Recién aquí puede hablarse de la hibridez que propone Huertas en su definición de cultura popular. Pero ésta es una hibridez no sólo de forma sino sobre todo una mezcla de discursos políticos, sociales, económicos, semánticos; ya nada es puro y estético sino que está en constante tensión con las definiciones de modernidad. En este sentido, García Canclini propone una mirada interdisciplinaria a las culturas populares: desde las comunicaciones, el consumo, la industria. La estética se va alejando de la idea de “bellas artes”, para acercarse a la idea de consumo. Esto, en esta investigación es relevante pues problematiza los cuestionamientos sobre la producción masiva y en serie, impregnadas sin embargo de características muy personales de representación.

²⁷ GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Las Culturas Populares en el Capitalismo. Siglo XXI*, México, 1979

Entonces, la fotografía iluminada será vista, por un lado, tomando en cuenta los materiales y los actores necesarios en sus procesos de representación. El análisis de los contextos y condiciones sociales e instituciones que enmarcan su existencia es decisivo para entenderla e interpretarla, así como también establecer relaciones sociales y de producción que la rodean: qué materiales se utilizan, qué tecnologías, dónde se las produce, quién las produce, quién las consume, etc. Por otro lado, será importante observar la fotografía iluminada desde una perspectiva global del proceso: producción, circulación y recepción. Estas ideas permitirán hablar de identidad en términos del consumo:

“No como simple escenario de gastos inútiles e impulsos irracionales, sino como lugar que sirve para pensar, donde se organiza gran parte de la racionalidad económica, sociopolítica y psicológica de las sociedades”;²⁸ sin por ello desligarse de lo que “de memoria y sedimentación hay en lo popular”.²⁹

Como mencioné líneas arriba, analizar la fotografía iluminada como técnica y tecnología nos servirá para entender procesos de apropiación y reinterpretación de esta práctica. La fotografía, tecnología proveniente del primer mundo, con capacidad de ser reproducida; ¿Aleja a la fotografía iluminada de su condición popular en tanto producto cultural subalterno? ¿Revierte la ecuación proporcionada por García Canclini en donde lo popular es absorbido por la élite para resignificar sus contenidos? Para responder estas preguntas a lo largo de esta investigación es necesario establecer un marco referencial para esta técnica.

La fotografía iluminada no ha sido mencionada dentro de las tipologías sobre arte popular descritas por teóricos del arte como Francisco Statsny o Mirko Lauer. Pero es posible rastrear algunas características que pueden colocarla dentro de la producción popular e insertarla en el imaginario popular.

Statsny menciona, por ejemplo, la influencia de lo barroco, de lo recargado como elemento de constante presencia en el arte en América Latina.

“Lo barroco como adjetivo se refiere a un estilo de ornamentación caracterizado por la profusión de volutas, roleos y otros adornos en que predomina la línea curva y que se desarrolló,

²⁸ GARCÍA – CANCLINI, Néstor Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización Grijalbo, México 1995. Pág. 2

²⁹ MARTÍN - BARBERO, Jesús. Sobre “Culturas híbridas, estrategias para entrar y salir de la modernidad” Magazin Dominical, El Espectador 1991. Pág. 5

principalmente, en los siglos XVII y XVIII.” También se dice de lo recargado de adornos en exceso.”³⁰

Este periodo de la cultura europea fue de enorme influencia en incentivó una gran cantidad de producción en América³¹ y se vincula con el desarrollo de las representaciones de santos, incluyendo los de la época virreinal peruana desarrollada en Lima, Arequipa y el Cusco; de lo cual podemos encontrar huellas en el retrato iluminado incluso hoy: tonalidades claras, fondos rojizos, el color dorado, el abigarramiento decorativo.³²

Así, es posible percibir en el retrato iluminado influencias de estilo barroco, sobre todo en los marcos que sostiene la pintura, en el uso de algunos colores, en lo “adornado” de los fondos, etc. Esta influencia – que no solo cala en la forma, sino también en el contenido, como veremos más adelante – puede ser rastreada. Pablo Macera³³ afirma que aunque es imposible establecer fechas precisas – reafirmando el carácter móvil de la cultura – en algún momento después de la llegada de los artistas españoles a la colonia:

“ (...) el arte imperial de los viejos pintores cusqueños fue desplazado para ceder su lugar al foráneo. Lo popular se definiría entonces por oposición a lo extranjero en un primer momento. Las concepciones nativas de espacio y color se mantienen gracias a la constante demanda de la aristocracia indígena, de los mestizos provincianos e inclusive de la masa indígena alentados por la iglesia; de hecho, buena parte de la producción estaba destinada a ella. Los temas tratados se asocian a las imágenes de los santos y algunas actividades agrícolas o ganaderas. Sus características más resaltantes están relacionadas con la ausencia de la perspectiva lineal y el uso de los colores planos (sin sombras) sobre fondos blancos, a su manejo del espacio y a la simplicidad de sus trazos.”³⁴

³⁰ RAE.

³¹ Amarilis en Huánuco; sor Juana Inés de la Cruz en México, el dramaturgo mexicano Ruiz de Alarcón o el Lunarejo Juan Baltasar de Espinosa Medrano entre otros.

³² WUFFARDEN, Luis Eduardo. Enciclopedia temática del Perú, Retratos y lienzos religiosos: el rococó en la pintura limeña. P64.

³³ MACERA, Pablo. Pintores Populares Andinos. Fondo del libro del banco de los Andes. Lima 1979.

³⁴ NOLTE, Rosa María Josefa. Qellcay: Arte y vida de Sarhua. Comunidades Campesinas Andinas. Terra Nuova. Centro para el Voluntariado y la Cooperación Internacional. Lima 1997.

Hablar de las influencias barrocas y religiosas de la pintura en la fotografía iluminada es importante no solo porque hay una huella formal, estética reconocible y rastreable, sino porque además lo barroco define una personalidad, un estado de ánimo, un carácter que está presente y se extiende, a través del recorrido histórico de la fotografía iluminada, a la personalidad popular del Perú hoy en día.

Cabe aclarar que al hablar de influencias barrocas en el Perú, no necesariamente se habla de la idea del vacío existencial que esta tendencia trae consigo. Efectivamente, lo barroco tiene un origen emocional, el exceso de adorno no es superficial sino que obedece a una sensación de “angustia del vacío”. Una angustia que se arrastra desde el renacimiento.³⁵ Pero, si por un lado tenemos la influencia renacentista de lo barroco en el retrato – en términos de formas y temperamento -herencia que podemos reconocer incluso en la etapa republicana; por otro lado tenemos una abstracción simbólica, que se asemeja al recargamiento barroco en cuanto forma pero que no parte de una angustia del ser sino de un mero “horror al vacío visual”. La producción artística en la sierra central se caracteriza por esta saturación de colores – los mismos que luego encontraremos en algunas versiones de la fotografía iluminada – sobre un fondo negro, que no pasan por la figura humana – como sí sucede en el barroco europeo – sino más bien por la abstracción de la naturaleza.

Luego de la conquista, el intento de desaparecer las expresiones cosmogónicas, políticas y culturales del antiguo Perú se tradujo también en el intento de homogenizar la producción artística, artesanal y visual. Así, posteriormente a la revelión de Tupac Amaru II, los trajes que nunca conocimos fueron reemplazados por trajes oscuros similares a los utilizados por los campesinos aragoneses (baturros). Pero la necesidad de expresar -que podía reprimirse pero no desaparecer- se tradujo en otras formas. Así la aparición de flores, aves, guardillas, borlas de colores cuya exageración no responde a una confrontación con el vacío – pues había contenido en exceso – sino más bien a una abstracción de lo que se quería comunicar. De hecho, al referirse a lo que denomina

³⁵ En el capítulo II: La Historia del Retrato Iluminado en el Perú, se profundizará en este tema.

“pensamiento salvaje” (o mágico) en oposición al “pensamiento domesticado” (o científico) Levi-Strauss afirma que:

“En el “pensamiento salvaje, más ligado a la sensibilidad, los conceptos están sumergidos en imágenes. En el pensamiento moderno, las imágenes, los datos inmediatos de la sensibilidad y su elaboración imaginaria, están subordinados a los conceptos”³⁶

Al respecto, Gustavo Buntix también recoge algunas ideas sobre lo barroco y las anexa a las expresiones artísticas populares contemporáneas:

“Ese bullente universo cultural donde la visualidad masiva se combina con burdas técnicas artesanales para dar expresión a la nueva cultura popular –la (post) modernidad nueva– que la migración va generando en la capital y sus barriadas. Un sincretismo violento que ciertos plásticos asumen como matriz operativa para la incorporación de estrategias discursivas cosmopolitas en función de referentes y necesidades locales.”³⁷ “Pero es en las marginalidades del Perú aún periférico, desvinculado todavía de los sistemas cosmopolitas, que esas categorías enfrentan una realización sub-vertida. Un (neo) barroco cuyo prefijo parentético cuestiona, al mismo tiempo que afirma, el carácter nuevo de una sensibilidad y de una semiótica con profundos arraigos previos en la revolución permanente de la historia cultural andina. Permanencias en la ruptura que nos permiten vislumbrar tras estas manifestaciones un arte no derivativo sino culminante. No la mera asimilación de una agenda trasnacional y de modelos supuestos sino su metabolización crítica dentro de una tradición milenaria y propia de apropiaciones múltiples, ambivalentes, sesgadas.”³⁸

Buntix habla de “nuevas” expresiones artísticas que se nutren de elementos tradicionales pero que son desarrollados por sensibilidades formadas en un contexto de migración, de influencia de la cultura andina dedicado a cuestionar de alguna manera lo “oficial” y a moverse en el mundo de lo “subalterno” respecto a esa oficialidad. En este contexto es que la estética de la fotografía iluminada se desarrolla, se alimenta y retroalimenta.

Entonces, considero que esta investigación aporta un elemento más al estudio de la cultura popular en el Perú: la fotografía iluminada como un producto cultural híbrido, que recoge características de la modernidad occidental y también de la idiosincrasia andina. Por un lado -el emocional- heredado del renacimiento y del barroco, donde la constante búsqueda del yo se refleja en la necesidad de

³⁶ LEVI – STRAUSS, Claude. El pensamiento salvaje, México, Fondo de Cultura Económica, 1964

³⁷ BUNTINX, Gustavo. Lo impuro y lo contaminado: pulsiones (neo) barrocas en las rutas del micromuseo. Lima 2007. Pág. 11

³⁸ *Ibid*, Pág. 24

representarse a través del retrato³⁹. Por otro lado -el visual- que puede ser encontrado a lo largo de los andes peruanos como respuesta a la represión de la conquista. Del primero se toma la idea de la representación y la permanencia, del segundo el color y la abstracción de las ideas. El primero nos acerca a un retrato emocional en donde los rasgos físicos nos hablan de temperamentos, belleza, personalidad; el segundo a un retrato social en donde el oficio, la función en la sociedad, la ocupación son vitales para la definición de las personas. Así, este objeto/imagen con posibilidades de cobrar vida propia al poseer valor de uso y de cambio, adquiere también un valor plástico y estético que se nutre de la cultura popular, pero que también la redibuja constantemente. En ese sentido, la estética y la representación resultan indisociables.

Así, el acercamiento multidisciplinario al estudio de la fotografía iluminada, permitirá crear diferentes relaciones en torno al objeto de estudio: relaciones entre objeto e historia; entre objeto – espacio – actores; objeto – estética – representación; y otras combinaciones similares que permitan entender la fotografía iluminada como un objeto y un espacio en donde las identidades se construyen y los actores se representan en determinados contextos sociales e históricos. Resulta importante enmarcar esta investigación dentro de las expresiones populares contemporáneas para entender cómo y a través de qué elementos, el retrato iluminado se convierte en un espacio para la representación de identidades contemporáneas con características migrantes y populares y de que manera el retrato iluminado funge como espacio de tensión y/o diálogo entre los poderes económicos, sociales y culturales.

En los capítulos siguientes, abordaremos el contexto histórico de creación del retrato iluminado para continuar con un análisis de sus implicancias a partir de las pautas expuestas líneas arriba.

³⁹ Este tema está explicado y ampliado en el capítulo II: La historia del retrato iluminado.

CAPÍTULO II

La Historia del retrato iluminado

La historia del retrato iluminado tiene como antiguo antecedente la pintura religiosa cristiana. Los iconos se muestran en los templos y narran una historia. La evolución de las imágenes religiosas promueve la iluminación de sus personajes: aureolas, halos engarzados en dorados muestran la condición divina. Transcurrirán los siglos y la pintura será el soporte ideal para eternizar un instante de vida y habrá secuencias plásticas que en el siglo XIX se conocerán como el academicismo.

En efecto, hasta antes de la aparición del daguerrotipo, la pintura era el género de representación por excelencia. En la Europa de 1600, en medio de la exaltación del conocimiento renacentista, surge la atormentada conciencia del yo. Ya la alta Edad Media se ha asentado en los burgos y guetos que preparó la Reforma protestante y la ciudad ha asumido su pleno rol de “instrumento frágil y complicado, sedimentando en los ciudadanos la angustia del primer ser consciente de serlo: El yo barroco y angustiado que parirá el yo romántico del siglo XVIII”⁴⁰. La idea de la representación, de la auto representación y de su importancia religiosa, política y social, aparecen. A partir de ello el ser humano no dejó de representarse y de representar a otros. Y lo hizo básicamente a través de la pintura. Y más específicamente, a través del retrato.

El paso de la representación a la idea de permanencia fue muy bien utilizada por reyes y gobernantes europeos que pedían ser retratados por artistas como Velázquez (Fig. 2) o Rubens (Fig. 3), en cuyas pinturas hay una toma de conciencia de la importancia de la imagen.⁴¹ El retratista, el artista encontró sus propias formas de retratar a la realeza: satisfaciendo el ego del cliente por un lado; proporcionando secretos rasgos de personalidad por otro.

⁴⁰ GOMBRICH, Ernest -Historia da Arte. São Paulo, LTC Ed.

⁴¹ FOCALUT, Michael Las Palabras y las cosas, México, Siglo veintiuno 1981.



Fig. 2 Retrato de Felipe III pintado por Diego Velázquez pintado entre 1628 y 1634.



Fig. 3 Autorretrato de Peter Paul Rubens, pintado entre 1609 – 1910.

Frente a este camino de representación y permanencia iniciado con el retrato pictórico, el daguerrotipo comienza a ganar popularidad. Es a fines del siglo XIX - cuando la fotografía y su industrialización experimentan un gran auge comercial - que entra en boga la fotografía en negativo, que tenía la posibilidad de ser positivada cuantas veces se quisiera; en reproducción masiva. Junto al negativo, el daguerrotipo comenzó a ganar popularidad ya que era sumamente útil para realizar retratos que empezaron a ponerse de moda entre la clase media burguesa de la Revolución Industrial por ser mucho más baratos que los retratos pintados. Es en ese siglo cuando la fotografía incursionará con otra propuesta estética.

En el caso del Perú, la llegada del daguerrotipo a Lima en 1842 significó un cambio tecnológico importante: parecía ser la materialización de lo real y no su representación. La idea de documento empezaba a resignificarse:

“(…) la percepción de fascinación, mezclada con una curiosidad casi esotérica (…) y sobre todo su condición de objeto único, le permitió al daguerrotipo adquirir rápidamente un status propio y guardar ciertas distancias con el hasta ahora immaculado género pictórico. Sin embargo, las consecuencias producidas por la confrontación entre los dos géneros serían inevitables. La función documental surgida de la reproducción de la realidad, privilegio adquirido a lo largo de varios siglos por la pintura, empieza a ser cuestionada. Amparada en el hálito de la ciencia, la capacidad de la fotografía de copiar exactamente lo colocado al frente, le da el derecho de ser la única poseedora de esa función.”⁴²

En pleno apogeo del retrato pictórico, con los retratistas Gil de Castro (Fig. 4) y Pablo Rojas como grandes psicólogos visuales del momento histórico y del alma romántica del momento - el ascenso de la burguesía criolla al poder de las nuevas repúblicas - llega al Perú la moda del retrato fotográfico junto al inicio de los lazos comerciales entre ciudades importantes del Perú y las grandes capitales de Europa. Ciudades como Arequipa, Cuzco y Lima se llenaron de elegantes estudios fotográficos que atendían a la alta sociedad que pretendía asemejarse a Europa en todo lo posible.

⁴² VILLEGAS, Fernando y TORRES José Enrique. Imágenes transgredidas. Retrato y fotografía en Lima: 1842 - 1920. ILLAPA, diciembre 2005. Año 2, No. 2. Lima Pág. 39.



Fig. 4 José Olaya pintado por José Gil de Castro en el siglo XIX. Este retrato idealizado es el punto de partida de todas las representaciones futuras de José Olaya.

Como ejemplo, podemos observar el crecimiento económico arequipeño en las últimas décadas del siglo XIX.

“La fuerte inversión extranjera en infraestructura y comercio en todo el país condujo a un boom de las exportaciones (...). Con el crecimiento de la economía, surgió la demanda de bienes y servicios de lujo. Las suntuosas mansiones de los nuevos ricos se llenaron de muebles y adornos importados, y sus dueños lucían la última moda europea. En Lima y las provincias aparecieron estudios fotográficos para retratar a esta nueva burguesía”.⁴³

Pero poco a poco, el panorama empieza a cambiar. Una progresiva crisis económica tambalea a la sociedad de la época. De pronto, los estudios fotográficos establecidos, con gran cantidad de personal y elevados gastos, ya no eran viables y los fotógrafos se vieron obligados a cultivar una nueva clientela de poco dinero y menos pretensiones. La fotografía, antes un lujo, ahora estaba al

⁴³En “Arequipa de noche, el día. Los Archivos Vargas, Perú, 1912 - 1930”
<http://dcc.unilat.org/virtualemuseum/Datas/Expositions>.

alcance de todos, poniendo fin a la época dorada de los estudios tradicionales.

“(…) Poco a poco desaparecieron las escenografías elaboradas, las poses inspiradas y gran parte de la creatividad que antes fueron el sello de estos estudios. En su lugar quedó un estudio moderno, más popular y comercial.”⁴⁴

Los estudios fotográficos dejan de trabajar solo con las élites y combinan técnicas para proporcionar toques de elegancia y acartonamiento a los clientes regulares. Pero mientras los cambios sociales afectaban los bolsillos de las clases más altas y exigían cambios y renovaciones; a nivel técnico la fotografía otorgó a la práctica del retrato pictórico, posibilidades infinitas. Los pintores empiezan a servirse de la captación mecánica para componer, dirigir a los modelos, tener más control sobre su propia obra. Empiezan a servirse de la fotografía para ampliar sus posibilidades creativas y compositivas.⁴⁵

Por la facilidad de mantener los parecidos y componer las posturas de los retratados, la tecnología fotográfica caló hondo en el medio de producción del retrato al óleo. La fotografía también daba la posibilidad de acelerar el ritmo de trabajo y evitar largas y tediosas sesiones de posado. Y curiosamente, la fotografía sirvió al retrato al óleo para que pueda ser capaz de competir con la fotografía en sí misma. Había que empezar a darle al cliente razones por las cuales no dejara de retratarse al óleo. Con la fotografía tenía el parecido, la inmediatez y el valor documental, real. Con el óleo conseguiría un lenguaje pictórico, una mirada de artista. A pesar de todo, el trabajo del artista no había perdido su estatus y los académicos estaban dispuestos a defender su práctica. Frente a la novedad de la tecnología, al retrato al óleo le quedaba el arma más fuerte: el aura de la obra de arte, la calidad de pieza única.

⁴⁴ En “Arequipa de noche, el día. Los Archivos Vargas, Perú, 1912 - 1930”
<http://dcc.unilat.org/virtualemuseum/Datas/Expositions>.

⁴⁵ “En el año 1937 Flores Araoz dió a conocer una serie de tomas utilizadas por el pintor Francisco Laso para la composición de su lienzo Haravicu. La elaboración de las mismas posiblemente se hizo en algún estudio fotográfico de la época hacia la década de 1860.” VILLEGAS, Fernando y TORRES José Enrique. Imágenes transgredidas. Retrato y fotografía en Lima: 1842 – 1920. ILLAPA, diciembre 2005. Año 2, No. 2. Lima Pág 39.

2.1 La aparición del “iluminador”

A fines de 1800, la demanda de retratos fotográficos aumentaba. Los estudios empezaron a crecer y aumentar y una fuerte competencia empezó.

“(…) Si la fotografía podía complacer la demanda de la veracidad visual del público, el límite se establecía en el punto en el que entraba a tallar la plasmación del color.”⁴⁶

Vemos entonces que no solo el ámbito de la pintura se vio movilizado por el ingreso de la tecnología. Esta nueva tecnología – al parecer – tenía la necesidad de asemejarse lo más posible a su antecesor y continuar así satisfaciendo los deseos de la clientela: un retrato que responda a un parecido real, que a la vez sea rápido de hacer y por ello no sea tan caro, pero que no pierda ni por un instante su condición de obra de arte...

Ante esta situación aparece la figura del “iluminador” cuyo papel se volvió indispensable en todo estudio fotográfico. Su función era la de dar color a la fotografía y además corregir sutilmente algunas imperfecciones o defectos del retrato pintando directamente sobre la impresión positivada o sobre el negativo.

“Pero los artistas iluminados irían más allá, hasta el punto de convertir las fotografías en verdaderos lienzos donde podían desarrollar todos los recursos técnicos del pintor.”⁴⁷

Con la aparición de este nuevo formato: el foto-oleo; se inicia una discusión interminable sobre la naturaleza de la fotografía, su calidad como obra de arte, su capacidad de ser reproducida y por lo tanto su capacidad mercantil. La masificación de la imagen había llegado y se convertía en un tema para académicos y teóricos quienes ya no podían seguir dándole la espalda a este fenómeno. El foto – óleo no era solo fotografía. ¿Era pintura? ¿Era una obra artística? ¿De quién, si se hacía en un estudio casi en colectivo? ¿Quién debía firmar la pieza, el fotógrafo o el iluminador? ¿Debían firmarse las piezas? El estatus de objeto único que estaba implícito en el daguerrotipo, se pierde con la fotografía y la academia de la época divide sus opiniones entre los que aceptan la masificación y opinan que la condición de objeto único no se pierde justamente

⁴⁶ VILLEGAS, Fernando y TORRES José Enrique. *Imágenes transgredidas. Retrato y fotografía en Lima: 1842 – 1920*. ILLAPA, diciembre 2005. Año 2, No. 2. Lima Pág. 43.

⁴⁷ *Ibíd.*

por la intervención del iluminador; y los que opinan que es imposible considerar el foto óleo como arte. A la fotografía se le atribuía una frialdad “(...) relacionada directamente con la ausencia de color: la sombra. Solamente el color y la presencia del artista, podrían infundir “la vida y el alma” a los retratos.”⁴⁸ El color se convierte entonces en el foco de la discusión conceptual y teórica entre los fotógrafos y los pintores.

En ese sentido, el papel de Teófilo Castillo⁴⁹ como artista y fotógrafo pero también como figura crítica se volvería fundamental en la época. Castillo tuvo la potestad de dilapidar o hacer florecer a cualquier artista con alguno de sus escritos y comentarios famosos en el medio artístico. Su posición frente al arte resultó sumamente conservadora, sin embargo a lo largo de su carrera se encontraron contradicciones entre su práctica artística (el uso de la técnica, etc.) y su discurso purista.

Él había hecho un alto en Buenos Aires – cuando regresaba desde Florencia a Lima después de sus estudios – se había instalado por unos meses y trabajado y experimentado con nuevas tecnologías tanto la fotografía como el posterior retoque. Pero al llegar a Lima se encuentra con una exposición de fotografías iluminadas organizada por Juan Manuel Figueroa Aznar⁵⁰, la primera exposición que mostraba obras realizadas con esta técnica.

“La muestra estaba conformada principalmente por retratos y paisajes realizados en fotografía iluminada y al óleo. Casi instantáneamente los comentarios llegaron. Si bien es cierto los foto óleos tenían cierta aceptación local, la polémica se originó debido a que Figueroa Aznar había señalado absolutamente todos los trabajos expuestos, óleos y fotografías, por medio del sello que lo distinguía como artista: su firma. Con ello el pictorialista había transgredido los espacios que separaban a la pintura de la fotografía.”⁵¹

⁴⁸ VILLEGAS, Fernando y TORRES José Enrique. Imágenes transgredidas. Retrato y fotografía en Lima: 1842 – 1920. ILLAPA, diciembre 2005. Año 2, No. 2. Lima Pág. 43.

⁴⁹ Teófilo Castillo nació en Huaras en 1857. Fotógrafo, pintor y crítico de arte. Su rol como crítico fue decisivo dentro de la escena artística y plástica peruana.

⁵⁰ Juan Manuel Figueroa Aznar nace en Ancash en 1878. Pintor y fotógrafo que trabajó como asistente en el estudio de los hermanos Vargas y posteriormente se convirtió en uno de los principales representantes de la Escuela de fotografía Cusqueña.

⁵¹ VILLEGAS, Fernando y TORRES José Enrique. Imágenes transgredidas. Retrato y fotografía en Lima: 1842 – 1920. ILLAPA, diciembre 2005. Año 2, No. 2. Lima Pág. 53.

Más allá de las implicancias técnicas y teóricas que tuvo la aparición y difusión de los foto-óleos en la sociedad peruana de inicios del siglo XX; es interesante notar sus repercusiones sociales. Respondiendo a la crisis que llegó a su clímax en el año 1929 y a los hechos anteriormente mencionados, el retrato se masificó. Una práctica exclusiva de elites privilegiadas se fue convirtiendo en una costumbre a tal punto que se volvió una necesidad adquirir un retrato. La representación y la reafirmación de uno mismo como necesidad. Esa representación contenía la carga social y política de aquella época: poder económico, poder social, rasgos de aristocracia. Gracias a su masificación, el nuevo público adquiriría no solo el objeto en sí, sino a la carga significativa y representacional que llevaba consigo.

A partir de 1920, el retrato iluminado hecho bajo la técnica del foto – óleo desaparece de la discusión académica y artística. Su desaparición coincide con la proletarización y empoderamiento de las clases populares, su nuevo público consumidor. Ya no es una obra de arte ni mucho menos un objeto de polémica o discusión porque su valor económico ha disminuido y también el cuidado en su manufactura. Pero desde aquella época si bien desaparece para el registro histórico y académico, inicia su vida social integrándose y formando parte de familias de distintos grupos sociales, con distintas costumbres en diferentes grupos del país. Poco a poco, su proceso de creación y consumo va cambiando. Ya no es exclusivamente necesario acudir a un estudio fotográfico pues hay un vendedor que es capaz de acudir hasta la puerta para ofrecer el trabajo y conseguir clientela.

2.2 El retrato iluminado: un recorrido de puerta en puerta

El uso y consumo del retrato iluminado empieza a expandirse y popularizarse durante la segunda mitad del siglo XX. Su desarrollo contempla el pintado con óleo-pastel sobre imágenes fotográficas reveladas en bromuro⁵², hasta la técnica utilizada actualmente; impresión litográfica en tela (lienzo) de una fotografía para el posterior retoque a mano y a color por diferentes especialistas del retrato: caristas, vestuaristas, fondistas; con el objetivo de imitar una pintura. En esta

⁵² Foto-óleo utilizado durante la primera mitad del siglo XX.

última etapa, el pintado de fotografías encontró su nicho de mercado en las principales ciudades provincianas y en poblados pequeños en las periferias de los centros en varias zonas del país. Los involucrados en el negocio empezaron a llamar “mono” a esta imagen retocada e intervenida.

“El Retrato Iluminado es una técnica tradicional de tratamiento de fotos. Iluminar es pintar con tierra de color, tiza-pastel u óleo sobre una impresión fotográfica hecha en papel o lienzo. Popularmente esta técnica se denomina MONO (técnicamente: 'monotipia'). (...) Revelar la foto e imprimirla en un papel especial llamado forte, se denomina bromurar y a su producto final, la impresión en el papel, se le llama 'bromurado'. Terminado este proceso está listo para pintar, usualmente se utilizan tiza- pasteles para los rostros y pintura al óleo para las vestimentas, fondos y cabellos. Pero hay excepciones y variaciones de acuerdo con las épocas e inclusive con los pintores, como por ejemplo pintar absolutamente todo con tiza-pastel o con pintura al óleo. (...) En los últimos años la técnica se ha renovado por completo, ahora en lugar de imprimir sobre papel, se hace sobre lienzo, con la técnica del transfer, utilizada ampliamente en el estampado de polos. La técnica se ha renovado, pero el sistema de trabajo sigue siendo el mismo, es decir, especializado entre los que hacen rostros y los que hacen la vestimenta.”⁵³

Actualmente estos retratos se producen en Lima, en talleres ubicados en distritos como San Juan de Lurigancho o Cercado de Lima con una diferencia: los pedidos ahora llegan desde México, Centro América, Estados Unidos y son hechos por peruanos, pero también por ciudadanos de otras nacionalidades.

Así, encontramos “monos”⁵⁴ en diferentes ciudades del Perú y también del extranjero. Algunos son producto de los rezagos republicanos y guardan características muy particulares simbolizando una época de bonanza que desapareció o emulando a una clase a la que nunca se pudo pertenecer, pero que se tenía como ejemplo. Son los retratos que conservan poses acartonadas y colores mucho más sobrios, las características reales de los retratados apenas si han sido alteradas y se encuentran principalmente en provincias. Otros, son de manufactura mucho más actual, en donde se puede apreciar una ruptura con la propuesta tradicional. El color es estridente, los fondos son también coloridos, a

⁵³ Entrevista con Miguel Valverde, artista y monero. Lima, setiembre 2009.

⁵⁴ Encontramos el origen de este vocablo en monotipia: Según RAE: (De *mono-* uno y el gr. τύπος, tipo, letra).1. f. *Impr.* Máquina de componer que funde los caracteres **uno a uno**. De ahí, podemos decir respecto a la pintura iluminada: **un** pintor toma el rostro, **otro** la vestimenta, otro los fondos, etc. Por otro lado, los pintores y vendedores que trabajan en el mercado de los retratos iluminados, explican este término como proveniente de la palabra “monada”. Según RAE: 5. f. Halago, zalamería.

veces son representaciones de espacios y paisajes. Las personas retratadas han cambiado el color de sus trajes, sus rasgos físicos. Estos retratos son los realizados bajo la técnica del *transfer* y se encuentran principalmente en la ciudad de Lima. Estos son los que se exportan a otros países. Al verlos y compararlos con los anteriores, se puede reconocer una “frescura” o “desfachatez” al realizar cambios y alteraciones en los retratados. Pero hay elementos que han permanecido en el tiempo. Elementos estéticos, técnicos y estilísticos que – al igual que los cambios – son capaces de hablarnos sobre contextos sociales, económicos, sobre ideologías. Sobre identidades que van formándose y expresándose en la fotografía iluminada.



CAPITULO III

Las narrativas de representación

“La palabra hábito es una palabra demasiado gastada para expresar ese enlace apasionado de nuestro cuerpo, que no olvida la casa inolvidable”.

Gastón Bachelard, Poética del espacio.

3.1 Representación, imaginación y deseo

Mirar un objeto como un producto cultural que circula dentro de una determinada economía y cuya propia existencia es capaz de crear y contextualizar narrativas de producción, intercambio o consumo es una propuesta de las ciencias histórico – sociales para entender justamente, la cultura y la sociedad como entidades móviles, en constante cambio y con actividades y costumbres cambiantes.

La materialidad y la presencia física de un objeto lo convierte en un testigo único de realidades que escapan – temporal e históricamente - a la existencia de una persona o incluso de una comunidad.⁵⁵ Los objetos sobreviven al tiempo y a la muerte y son capaces de abrirnos las puertas de un imaginario lejano, exótico o tal vez de uno muy similar al nuestro. El objeto-testigo se transforma en documento.

El universo académico ha categorizado el objeto para un mejor aprovechamiento de su potencial. Hasta el siglo pasado, un objeto podía ser o arte o artefacto.⁵⁶ En los últimos años, las clasificaciones dicotómicas han resultado poco funcionales así que al análisis del objeto se le ha añadido una nueva perspectiva que incluye no solo al objeto en si mismo sino también a quien lo hace, a quien lo compra, a quien lo usa. El objeto es ahora un producto.

⁵⁵ PHILLIPS & STEINER, Art, Authenticity and the Baggage of Cultural Encounter en *Unpacking Culture: Art and commodity in colonial and Postcolonial worlds*. University of California Press. Los Angeles, California 1999.

⁵⁶ *Ibid.* pág. 1

La categoría de producto le otorga al retrato iluminado una simbología interesante y muy útil para el estudio de éste como contenedor de relatos y representaciones. Según Elisenda Ardévol, los símbolos son:

“Representaciones sociales, formas culturales engendradas en las relaciones sociales, y que, mediante un proceso de selección ejercerían un efecto restrictivo sobre la conducta. De este modo, el pensamiento simbólico estructura y da forma a la experiencia, cumple una función dinámica para el mantenimiento y desarrollo de la estructura y de la cohesión de las sociedades”.⁵⁷

Ardévol explica también que en la tradición antropológica la simbología está básicamente relacionada con las imágenes religiosas.

Con este referente, en el caso del retrato iluminado es bastante coherente hacer una asociación entre la imaginería religiosa y la acción de “iluminar” de los pintores al intervenir con colores la imagen en blanco y negro.⁵⁸ De hecho Gustavo Buntix y Ramón Mujica se refieren a la iluminación religiosa cuando hablan el primero sobre Sarita Colonia (cuya imagen más conocida es también un retrato iluminado) y el segundo sobre Rosa de Lima.⁵⁹ Sin embargo es Mujica quien más se acerca al concepto de iluminación como técnica al referirse al “aura iluminada” que rodea las imágenes pictóricas de Rosa de Lima, sobre todo las que se desprenden de la Escuela Cusqueña, escuela artística que posee algunas características que luego veremos en el retrato iluminado: chapas rosadas en las mejillas (ciclamar), labios rojizos, iluminación de los personajes principales, etc.

Pues bien, es posible intuir y es fácil comprobar que los retratos iluminados han sido impregnados de esa “aura religiosa” en donde podemos observar al padre de familia o al abuelo retratado transmitiendo una autoridad y lejanía casi mágicas. A esto ayudan, por supuesto los lugares privilegiados – o no - en donde se

⁵⁷ ARDEVOL, Elisenda y Nora Montañola. Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea UOC, Barcelona 2004.

⁵⁸ La función del iluminador dentro del retrato iluminado, es decir el colorista, existe desde fines de 1800 y su tarea era justamente esa, iluminar la imagen, realzarla. Esto estará claramente explicado en el capítulo 1 para luego, al leer este capítulo entender claramente las referencias.

⁵⁹ MUJICA, Ramón. Rosa Limensis: mística, política e iconografía de la patrona de América. Fondo de Cultura Económica, Lima 2001 y BUNTIX, Gustavo. Sarita Iluminada: de ícono religioso a héroe cultural. Micro museo 1992.

colocarán estos cuadros dentro de la casa. El retrato iluminado se impregna de una carga simbólica tan potente para la familia y el espacio al que pertenece, como si fuera un santo. Se convierte así en objeto de un ritual colectivo. La fotografía iluminada es entonces un producto cultural con carga simbólica. A continuación ilustramos estas consideraciones con un caso de estudio.

En Padrecocha, una isla pequeña y turística ubicada a casi media hora por lancha desde la ciudad de Iquitos, hay una casa con un retrato iluminado en la sala. Padrecocha es una comunidad de pescadores y artesanos y sorprende el silencio que rodea sus calles. No hay motos ni ruido de ciudad. Tal vez la actividad más lucrativa la tengan los dueños de Pillpintuwasi -casa de las mariposas- y del pequeño zoológico que contiene un manatí, un otorongo hermoso, osos hormigueros y muchos monos. Las casitas son muy pequeñas y de madera. Por el calor, las ventanas y las puertas están casi siempre abiertas. Y no es solo un mito o un dicho; las casas están literalmente abiertas y los vecinos entran y salen de casas que no son suyas, llevando y trayendo objetos que quien sabe si son suyos o de quien. Generalmente son niños que hacen mandados o llevan encargos o corretean cuando pueden escaparse de las labores que les asignan los adultos. Caminando por una de estas calles estrechas, con veredas de asfalto recién construidos y mirando por las amplias ventanas de las casas ubicadas unas frente a otras; fue que encontré a Cecilia Vásquez y a Héctor Luján. Pero antes de conocerlos a ellos lo primero que vi fue su retrato. Un cuadro rectangular de marco dorado con relieve y una pana roja a modo de paspartú entonaban y desentonaban a la vez con la pared de franjas de madera regulares que hacían de fondo al retrato. Era el único objeto colgado. Por lo demás esa pequeña salita tenía una perezosa de mimbre, un ventilador con parante y un estante de madera de tres pisos. El estante estaba completamente vacío. Solo el último piso tenía un pequeño tapete tejido a crochet y sobre él un jarrito turquesa con flores artificiales. Supe que la familia estaba porque desde el fondo de la casa llegaba hasta mí el sonido de la radio. Pero no era música. Era un programa evangélico.

Después del marco dorado y con relieve y la pana roja hay de nuevo, un marco dorado más pequeñito y menos adornado. Después de él, viene la imagen de la pareja, en medio del cuadro. Son dos bustos, uno muy cerca del otro. No se ven las manos, pero se ve el bouquet que la mujer lleva en la suyas, y se adivina que las tiene levantadas contra su pecho. Los dos están puestos sobre un fondo que elimina todo contexto. Un fondo que los abstrae de todo espacio real y de toda referencia a la realidad. Un fondo de formas de colores. Ella lleva un traje de novia. El lleva un traje elegante, de novio.

Convencionalmente, en sociedades como la nuestra, occidentales y urbanas, el color blanco está asociado a la pureza, limpieza, la inocencia, la luz, la paz. Dependiendo del contexto y de los elementos en que este color se vea aplicado, se hará referencia a uno u otro significado. En la mayoría de los países occidentales el color blanco es para las novias. En el Oriente, es el color del luto y de los funerales. En nuestra sociedad el color blanco ha sido adoptado como el representativo de la novia o de las bodas, no sin antes haber pasado por algunas variantes. Siguiendo las modas europeas: antes del blanco se usó el púrpura, el rojo, incluso el negro.⁶⁰ El color blanco se estableció y se usó en las élites tanto como en las clases populares primero por imitación y luego, a través de un proceso de apropiación, por identificación. La imagen de la novia es entonces en sí misma un símbolo. Un símbolo del matrimonio. Pero además, la novia constituye también una figura retórica, recurrente. Se repite para sí misma y para lo que está a su alrededor. Si compartimos los códigos sociales, la imagen de la novia adquiere todo un registro de significados, como si esa imagen fuera contenedora de todo lo que puede conectarse con la idea de un matrimonio.

La puesta en escena de este retrato, implica no sólo la abstracción de los sujetos de su contexto real. También implica una actitud en los sujetos retratados, que podría haber sido reforzada por el retoque pictórico. Ellos se muestran serios, el más sereno que ella, cuya curvatura de los labios la hace verse agestada. Las miradas, fijas en el anónimo autor de la fotografía; la imagen es posada, intencional, preparada. El retrato se dispone a ocupar un lugar muy concreto en la vida de esa familia, el de recordar o perennizar el momento del casamiento.

⁶⁰ NOVIAS DE BLANCO Y NEGRO EN LIMA: SIGLO XIX ¿MODA O LUTO? Exposición fotográfica en la Biblioteca Nacional del Perú, febrero 2005.

Como dice Susan Sontag:

“Mediante las fotografías cada familia construye una crónica–retrato de sí misma, un estuche de imágenes portátiles que rinde testimonio de la firmeza de sus lazos.”⁶¹

Pero este retrato es acartonado, duro, frontal. La ausencia de sombras lo vuelve plano y le quita la sensación de realidad. La pintura con que es retocada la fotografía termina por asemejarlo a un maniquí. Salvo por cierto brillo en los ojos y un par de líneas en la cara que marcan inevitablemente un gesto notorio justamente porque significa lo contrario de lo que se espera de una foto de novios; los sujetos retratados en la imagen parecen no existir realmente. Es claro que ésta fotografía reproduce un referente anterior, de alguna manera idealizado. Pero es como si fuera un referente de una época pasada que ha logrado sobrevivir en el tiempo. Tal vez porque la carga simbólica que mantuvo en su momento continúa vigente después de varias generaciones. Tal vez porque este soporte, la fotografía iluminada, ofrece mejor que ningún otro la oportunidad de conectarnos con nuestro pasado.

Levanto la voz y pregunto si hay alguien en la casa. Sale Cecilia con actitud de estar en medio de otras actividades más importantes que mi visita. La saludo, le pregunto si es ella la del cuadro, le pido que me lo muestre. Ella saca un banquito, se sube y baja el cuadro. Antes de entregármelo entra de nuevo a las habitaciones y vuelve con un trapo húmedo. Enseguida limpia el cuadro con cariño, disculpándose por la cantidad de polvo y explicando que nunca lo bajan, que ya casi se han olvidado de él. Me lo muestra contenta. No puedo deducir si esa actitud de alegría es por su personalidad, porque le alegra que le pregunte por el tema o porque los habitantes de la Amazonía peruana son así, un poco más alegres que el resto de los peruanos. Luego de contarme historias entretenidas sobre su vida y sobre sus actividades de ese preciso instante me cuenta que tiene dos hijitos y que un poco antes que ellos nacieran paso por Padre Cocha de pura casualidad, un vendedor. No tocó la puerta pero llamó por la ventana a los dueños de casa y les ofreció la confección de ese retrato. “Un retrato que va a durar para siempre” cuenta Cecilia que dijo el vendedor. Y a

⁶¹ SONTAG, Susan. Sobre la fotografía. Santillana Ediciones, México, 2006. Pág. 23.

continuación me revela, como si fuera un secreto divertido, un dato que por alguna razón yo esperaba:

“Nosotros nunca nos casamos. Así nomás nos juntamos. Sino que cuando llegó este señor a hacer el trabajo se nos ocurrió así. Para tener pues, como todos tienen. Para que los hijos vean, para que cuando llegue la visita también vea. Jovencitos estamos ahí, más jovencitos que cuando nos conocimos de verdad.” Se ríe divertida de su ocurrencia, como si fuera una travesura.

Roland Barthes dice que uno es el único incapaz de poder verse a sí mismo si no es a través de una imagen⁶². La realidad llega entonces de la forma más creíblemente posible. Llega en forma de imagen. El retrato se convierte en la realidad. De pronto, el objeto real es considerado inferior a su propia representación.

Cecilia continúa su relato que está lleno de risas y bromas. Héctor y ella nunca se casaron, ni por civil, ni por religión alguna. No realizaron ceremonia alguna. Se “juntaron” luego de saber que su primer hijo estaba por nacer. “Y así fue nomás, así es”, me dice naturalmente.

Siguiendo la línea de Barthes, estamos acostumbrados a que la imagen llegue a nosotros como prueba, como información veraz. Pero “no hay nada intrínseco en la imagen que dé cuenta de la veracidad de lo que ella registra”.⁶³ En tanto productos culturales, las imágenes narran, relatan la realidad. Pero también pueden ser capaces de escribirla o modificarla. “Las imágenes no simplemente reflejan la realidad, sino que son constitutivas de éstas en el sentido que moldean la mirada, construyen al sujeto que mira y se realizan según cánones estéticos o de verdad legitimados socialmente.”⁶⁴

En el caso de Cecilia y Héctor, su retrato de bodas no es real y tampoco representa una situación, porque esa situación nunca sucedió. El retrato de Cecilia y Héctor está “actuando”, está ‘escenificando un hecho’. Y esa escenificación es casi una declaración. Siguiendo a Cánepa, es posible aplicar

⁶² BARTHES, Roland. Roland Barthes par Roland Barthes. Écrivains de toujours Seuil 1975.

⁶³ CANEPA, Gisella. Imágenes del mundo, imágenes en el mundo. Del archivo a los repertorios visuales.

⁶⁴ Ibid.

estructuras dramáticas a distintas acciones humanas y reconocer, en estas estructuras que las personas se convierten en actores de su propio drama. Según las definiciones de Schechner, es posible utilizar el concepto “performar” en diferentes maneras y situaciones: en rituales, en el arte, en los deportes, en el sexo, etc. Es posible por lo tanto, performar en la vida diaria, en la vida cotidiana. Esto implicaría entonces que la imagen no solo representa y relata sino que permite al sujeto ser participante activo de su relato y le permite intervenir en la construcción de lo que quiere decir. Cecilia y Héctor están casados y eso es lo real.





Fig. 5 Retrato Iluminado en Padre Cocha, Loreto. Foto: Carlos Sánchez Giraldo



Fig. 6 Cecilia y Héctor Cánepa cargando el retrato de su boda. Foto: Carlos Sánchez Giraldo.

3.2 La casa distinguida

“Cierta dosis de conservación de las cosas nos parece una cláusula *sine qua non* para aceptar el contrato de la existencia.”

Alfonso Reyes, La experiencia literaria.

Gastón Bachelard señala, en *La poética del espacio* (1989), que lo que finalmente pretende – a través de la filosofía y la fenomenología de la imagen – es “examinar imágenes muy sencillas, las imágenes del espacio feliz (...) Aspirar a determinar el valor humano de los espacios de posesión, de los espacios defendidos contra fuerzas adversas, de los espacios amados.”⁶⁵

Bachelard reconoce que los espacios son captados y reconocidos a través de la imaginación y por eso mismo se “recargan” y parcializan. Se recargan de significados otorgados por la imaginación y se subjetivaban de tal manera que “los espacios de hostilidad están apenas evocados”. Así, propone utilizar el espacio – el de la casa en este caso – como una metáfora del alma humana. Esta conjunción entre espacio geográfico y espacio emocional es útil para observar el “lugar” que acoge al retrato iluminado como objeto y resignificarlo a partir de ello. Es cierto que es fácilmente posible caer dentro de espacios tan etéreos e intangibles como la nostalgia o la sublimación; pero considero necesario este acercamiento poética al espacio y al objeto pues es esta subjetividad poética la que proporciona pautas de relación entre las personas, el espacio y los objetos en él. Si a eso le sumamos que nuestro objeto de estudio es en si mismo un soporte contenedor y disparador de memorias, relatos y recuerdos, la mirada poética facilitará el ordenamiento de la información que esos espacios proporcionen.

En Carhuaz, aproximadamente a cuarenta minutos de la ciudad de Huaraz, todavía se conservan algunas casas – quinta; con patios centrales, pasadizos largos y paredes de adobe donde el sol cae toda la tarde. Esas casas son los

⁶⁵ BACHELARD, Gastón, *La Poética del Espacio*, 1989.

rezagos de una época de familias hacendadas y bonanza provinciana que ya no existe, pero que dejó algunas huellas. Las familias grandes y más tradicionales conservan parte de ese pasado y forman parte de una élite que ya no cumple ninguna función social o política, pero que existe y se respeta. Una de esas casas les pertenece a la familia Díaz Rodríguez. Las hermanas Díaz Rodríguez son tres: Hilda, Rosa y Zoila. Tienen entre 60 y 80 años. Tienen hijos e incluso nietos, pero por alguna razón viven las tres juntas en esa casa enorme, la casa familiar. Hilda es maestra y ahora vive de su pensión de jubilación. Rosa y Zoila comparten un negocio de abarrotes dentro de la misma casa, en una de las puertas que da a una calle principal y concurrida. Esa tienda es el reflejo mismo del paso del tiempo. O de su congelamiento. En términos de Bachelard, las imágenes se convierten en pautas de intención, cobran significado. Pero es difícil saber si los elementos que hacen que ese espacio, esa tienda, se recargue de “pasado” son los objetos existentes en ese espacio o es la mirada, mi mirada que “incrustada en una tradición de significación y comunicación culturalmente determinada, otorga a un cuerpo formas simbólicas capaces de ser evocadas y reconfiguradas para expresar significados y valores”⁶⁶. Un lenguaje compartido del cual es posible apropiarse. En efecto, las imágenes no solo de la tienda sino de toda la casa, marchan en dos sentidos, están en nosotros tanto como nosotros estamos en ellas.

Dentro de la sala principal, hay tres sillones rojos, cada uno cubierto con pequeños tapetes de croché (Fig. 7). Una pequeña mesa de centro, también cubierta con croché tiene encima pequeños adornos de porcelana: una bailarina, un buda, un pequeño pastor medieval y una tapada. Hay también un cenicero de cerámica y un florero de vidrio con flores de plástico amarillas dentro. La pared donde descansan los sillones es larga y alta, al medio hay un espejo de marco dorado y a los dos extremos de la pared los retratos de los esposos Díaz Rodríguez, los padres de las tres hermanas, en dos retratos separados. Cada vez que ingresan a la sala, estos retratos son un punto de referencia para ellas. Se dirigen a sus padres como si existieran. En efecto, para ellas existen dentro del mismo retrato.

⁶⁶ MITCHEL, W.J.T Landscapes and power, Pág. 14.

Siguiendo a Bachelard, las hermanas Díaz Rodríguez han vuelto - a la vejez – al nido. El nido entendido como el contenedor de su infancia, como el lugar del que provienen, pero también entendido como el centro de su propio universo. “La casa-nido no es nunca joven. Podría decirse que es el lugar natural de la función de habitar. Se vuelve a ella, se sueña con volver a ella. Este signo del retorno señala infinitos ensueños, porque los retornos humanos se realizan sobre el gran ritmo de la vida humana, ritmo que franquea años, que lucha por el sueño contra todas las ausencias.”⁶⁷ La casa se ha convertido en el espacio de retorno a los mejores tiempos; no en vano la expresión “años dorados”. Y este espacio de retorno está comandado por la imágenes paterna y materna, los grandes contenedores de todos sus recuerdos, los timoneles del barco del pasado. La casa es entonces un nido en el mundo, nos da confianza, seguridad y nos vincula con nuestros inicios. Nos aísla del mundo y nos detiene en el tiempo. Nos ancla.

La casa funciona también, como una casa memoria. Como un museo. Como en espacio de colección que contiene pequeñas muestras de la historia de una persona o una familia. Según Nietzsche “Cerrar de vez en cuando las puertas y ventanas a la conciencia; no ser molestados por el ruido y la lucha con que nuestro mundo subterráneo de órganos serviciales desarrolla su colaboración y oposición; un poco de silencio, un poco de *tabula rasa* de la conciencia, a fin de que de nuevo haya sitio para lo nuevo (...), este es el beneficio de la activa, capacidad de olvido, una guardiana de la puerta, por así decirlo, una mantenedora del orden anímico, de la tranquilidad, de la etiqueta: con lo cual resulta visible en seguida que sin capacidad de olvido no puede haber ninguna felicidad, ninguna esperanza, ningún orgullo, ningún presente.”⁶⁸

⁶⁷ BACHELARD, Gastón, La Poética del Espacio, 1989

⁶⁸ NIETZSCHE, Friederich. Genealogía de la moral Alianza Editorial. Madrid, 1933. P66.



Fig. 7 Sala de la familia Díaz Rodríguez. *Still* de película Retrato Peruano del Perú.



Fig. 8 Hermanas Díaz Rodríguez. *Still* de película Retrato Peruano del Perú.

Pero en cosmovisiones no occidentales la perspectiva es otra, no lineal sino circular. En el mundo andino por ejemplo los tiempos y los espacios se superponen en el ahora.⁶⁹ El futuro no queda delante nuestro – como ocurre en nuestra visión occidental y moderna – sino que está detrás de nosotros. Y está detrás porque aún no lo hemos visto, aún no ha sucedido y no sabemos que es lo que sucederá. Y por el contrario el pasado está adelante. Nunca debemos perderlo de vista ni olvidarnos de él. Lo miramos y a la vez, el pasado nos mira y nos vigila todo el tiempo porque eso es lo que hemos sido y lo que nos servirá para seguir siendo. El pasado lo constituyen, entre otros elementos, nuestros ancestros. El olvido no cabe y el recuerdo nos hace lo que somos. Los tiempos se superponen y podemos convivir con los que ya no existen porque están representados en los objetos que usaron o nos dejaron.

Las hermanas Díaz Rodríguez, así como muchas otras familias más están cómodas viviendo en medio del recuerdo, de la nostalgia, del pasado. Y no es una perspectiva desalentadora. Las observo moverse en su casa – universo y son felices sin intentar mantener límites entre lo pasado, entre lo presente o lo futuro. El tiempo no es lineal para ellas. Los ausentes, los padres que ahora están muertos, siguen vivos, son parte de sus diálogos cotidianos. Aún cuando los recuerdos son dolorosos: muerte, enfermedades, ausencias, malas decisiones. La historia contenida en cada objeto que forma parte de la casa les da sentido a lo cotidiano.

Yo: ¿Cuál de los dos retratos les gusta más?

Hilda : A mi, el de mamá. Pero a ella misma no le gustaba tanto. ¡Se molestó! Era de carácter fuerte mi mamá. Este retrato lo hicieron de una foto que se tomó cuando se fueron a un matrimonio. La arreglaron a mi mamá y la pusieron linda. Pero después de la foto, ella se desarmó el moño y se hizo sus dos trenzas de siempre. Bien decidida era.

Zoila: A mi también mi mamá. Es que hemos pasado más tiempo con ella. Juntas para todos lados. Me daba consejos.

⁶⁹ YARANGA Valderrama, Abdón. La concepción de tiempo y espacio en el mundo andino. Friedrich – Alexander – Universität Erlangen – Nürnberg. Sektion Lateinamerika. Interdisziplinäres Kolloquium. Vervuert, 1991

Yo: ¿Qué le decía?

Zoila: ¡Hasta ahora me dice! Que me porte bien... que estemos todos unidos... y yo si, siempre le hago caso. A ella le gusta mucho este color (señala el vestido que lleva la madre en el retrato). Yo me parezco a ella. Solo que ella es más blanquita. (mira el retrato y pasa su mano sobre la cara de la madre, haciendo el ademán de limpiar y de acariciar).

Yo: ¿Y a usted señora Rosa, cual le gusta más?

Rosa: ¿Cómo?

Yo : Le digo que qué retrato le gusta más...

Rosa: (a sus hermanas) ¿Que dice?

Hilda y Zoila (en coro): ¡Qué retrato te gusta más!

Rosa: ... (se ríe y piensa un momento) mmm... papá, mamá, papá, mamá... mi papá pues... siempre como hombre más elegante...pero también mi mamá...los dos me gustan, papá y mamá.

Alfonso Reyes afirma que existe la necesidad de cambiar, de “mudarse para mantenerse. Este mantenerse, esto que no debe olvidarse, es la civilización. Y si la memoria es madre de las Musas, sospechamos que la enfermedad de la memoria dio el ser a otras musas menores, a las que podemos llamar las artes archivológicas.”⁷⁰ De esta manera podemos entender que la imagen como objeto, el cuadro como objeto tiene la capacidad de archivar historia. Y la necesidad de conservar este objeto es en realidad la necesidad de conservar esa memoria y defenderla frente al olvido. Las hermanas Díaz Rodríguez se repiten a si mismas, día tras día su propia historia. Para no olvidarla.

Las hermanas Díaz Rodríguez han traído de su propia tienda – mientras yo me distraía contemplando la casa y sus objetos – dulces y bocaditos para invitarme. Abren sus vitrinas empolvadas y sacan platos grandes con diseños de flores. Me sirven coca cola en vasos de vidrio opaco muy gruesos. Ponen sobre la mesa dulces que no veo muy seguido: arrocillo, pequeñas galletitas de vainilla redondas con diseños de espirales, galletas bañadas en chocolate. Zoila me sigue contando:

⁷⁰ REYES, Alfonso. La Experiencia Literaria. Fondo de Cultura Económica, México 1997. Pág. 21

“Está casa está igualita como la dejó mi mamita. Nada se ha movido. Ni la Virgen del Carmen. Porque ella nos enseñó a rezar a la virgen del Carmen y todos los años hacemos acá una parada de la procesión y una fiesta...la fiesta sale bonita, vienen todos. Todos los vecinos antiguos llegan. Prendemos nuestras velas, hacemos las oraciones...Y después ya todo el año nos quedamos nosotras nomás. Eso si a papá y mamá siempre les hacemos oraciones y les ponemos las velas para que esté contentos. Nomás que hace tiempo que no los hemos limpiado... como nunca los bajamos (descolgamos)... si tu no venías ni cuenta nos dábamos... mucha telaraña hay, mucha tierra, antes no era así. Es que al acostado están construyendo...”

Hilda: ¡No es tierra es polvo que no hemos limpiado! (ríe).

Zoila: Qué polvo va a ser si acá no hay polvo... es tierra del costado.

Hilda: Es que no hemos tocado nada porque a mi mamá no le gustaba que tocáramos, que moviéramos nada... todito en su lugar como ella lo dejaba...igualito tenía que estar... si no nos daba duro!

Zoila: Duro te daba porque eras malcriada pues, contestona.

Hilda: (En quechua) malcriada eras tu!

Las escucho y creo que solo en la inconsciencia de lo más cotidiano, de lo más familiar, las frases en quechua empiezan a salir. Mientras más cerca de la infancia están, su comportamiento, sus voces, sus dinámicas, se vuelven infantiles y así se acercan a su madre. La madre de su infancia habla quechua, las reprende, las acaricia, las castiga y las quiere en quechua. Ellas casi no lo hablan pero no lo han olvidado. Cuando su memoria se remonta, su lengua madre se activa.

CAPÍTULO IV

Identidades en tránsito

Como hemos visto en el capítulo primero, el consumo del retrato iluminado se popularizó a partir de los años cuarenta aproximadamente. Fue en esta época cuando su costo descendió mucho y pudo ser adquirido por sectores sociales de menos recursos económicos. Los estudios empezaron a enviar a vendedores que ofrecían el servicio de puerta en puerta.

A inicios de los años noventa el papel *forte* sobre el cual podía pintarse dejó de importarse desde china, los talleres tuvieron que idear un cambio en la técnica para poder sobrevivir a la ausencia de la materia prima que sostenía la industria. Así nació el retrato iluminado nuevo, el que hasta el día de hoy se produce en muchos talleres ubicados en San Juan de Lurigancho, Pueblo Libre y el centro de Lima.

Gracias a la tecnología es posible digitalizar y retocar una fotografía en la computadora, y luego imprimirla sobre el papel *transfer* para posteriormente plancharla sobre un lienzo. Este proceso, aunque cambió el estilo de los retratos antiguos, le dio más color y también la posibilidad de hacerse completamente al óleo. El nuevo retrato iluminado se parecía mucho más a una pintura. La existencia de Gamarra, el emporio textil, por un lado y del software *photoshop* por el otro, fueron componentes importantes en la nueva configuración de la industria del retrato iluminado actual.

Estos cambios en la tecnología del retrato iluminado van de la mano con la aparición de actores clave - si bien no nuevos, con perfiles mucho más definidos - en la cadena de producción del retrato.

Entonces, la cadena productiva actual es como sigue:

El vendedor es el que recorre calles de un distrito previamente delimitado y repartido entre sus colegas. Toca puertas y ofrece la posibilidad de obtener un retrato. Al hacerlo utiliza como muestra – modelo, el retrato de alguna cantante *pop* famosa o del momento. Por ejemplo Shakira o Talía.

Si es aceptado por el virtual cliente – y ello depende de sus destrezas como vendedor y encantador de clientela principalmente femenina – el vendedor solicita una foto de la persona o las personas que quieren ser retratadas. Además, elabora una pequeña ficha – cuestionario en donde apunta detalles imprescindibles: color de ojos, color de pelo, tono de piel, tipo de vestimenta, joyas o accesorios, tipo de fondo. Esta información no es solo obtenida a partir de la observación de la realidad. Esa información es el resultado de una mezcla entre lo observado por el vendedor, su propio criterio y lo solicitado por el cliente. El resultado es una creación colectiva de la imagen a retratar.

Posteriormente el vendedor hace la entrega de este y otros pedidos a un productor. Le entrega la foto de la persona a retratarse y la ficha informativa con detalles del futuro retrato. Este productor es el dueño o administrador de un taller y tiene a su mando un grupo de pintores: actualmente son académicos egresados de la Escuela de Bellas Artes del Perú, pero anteriormente solían ser pintores de oficio. El productor distribuye el trabajo entre sus pintores. Uno se encargará de elaborar el fondo del retrato. Otro es especialista en rostros. Otro en vestidos. Otro en cuerpos. La construcción colectiva se convierte en una pequeña industria.

El lienzo terminado es entregado de nuevo al vendedor para ser repartido. El vendedor, además de encargarse de mandar a enmarcar los retratos es el responsable de entregarlos y de que no sean devueltos. Eventualmente podrían ser devueltos por alguna imperfección o inconformidad del cliente.

A continuación intento esbozar un perfil de cada uno de los involucrados en la cadena productiva.

El retratista.

Miguel Valverde es artista plástico y pintor de retratos iluminados. Realizó su formación en la Escuela Nacional de Bellas Artes. A través de algunos conocidos logró contactarse con la industria del retrato iluminado y vio en ella una opción de ingresos económicos importante. De hecho, fue él mismo el que posteriormente llevó a otros compañeros de la escuela y los introdujo en el negocio.

Lo primero que aprendió fue que al retrato iluminado lo llaman cariñosamente “mono” dentro de la fotografía iluminada. El atribuye el uso de la palabra “mono” a la idea de vanidad, a las ganas del cliente de verse bien y estar satisfecho con su imagen. Por otro lado, el crítico de arte Jorge Villacorta sostiene que el origen de la palabra “mono” es el de “monotipia”. Ciertamente una observación más acertada y científica, pero menos alegre.

Para Miguel, dirigirse de lunes a viernes al taller de San Juan de Lurigancho en horarios de oficina se había convertido en una rutina. Al llegar al taller del señor Chiclla, ocupaba su puesto de trabajo y se dedicaba a hacer los acabados de rostros en los lienzos apilados a su lado. Luego, estos lienzos eran rotados por todo el taller y otros pintores eran los encargados de hacer los fondos, el pelo y por último el cuerpo, vestidos y accesorios.

Con el paso del tiempo y la experiencia ganada Miguel fue comprendiendo mejor en qué consistía la industria y qué era lo que el cliente buscaba o esperaba de cada retrato. Pero pasó mucho tiempo antes de que pudiera percibir el retrato como opción de negocio personal, convertirla en su principal fuente de ingresos y además percibir la técnica del retrato iluminado como una técnica adaptable a su línea de creación artística personal.

“He venido desde una ciudad en la sierra del Perú a la capital. A una Lima caótica, a una Lima riquísima, viene mucha gente de muchos lugares, con diferentes tipos de pensamiento, con mucho sentimiento (...) Y me gusta discurrir por todos esos lugares, por todos esos sentimientos y por todos esos ambientes... entonces esa Lima de encuentros me gusta mucho porque me permite encontrarme también. Y creo que los retratos...son una forma de representar las fantasías que cada uno tiene sobre sí mismo.”⁷¹

Así, Miguel decidió asociarse con dos compañeros de la Escuela de Bellas Artes - Marino Salas y Mario Navarro - para formar la galería El Retrato de Carmela, en donde propondrían el pintado de retratos bajo la técnica de la iluminación, pero con la seguridad de tener mejores y más artísticos acabados. Los tres habían

⁷¹ Entrevista a Miguel Valverde, Lima 2011.

trabajado en talleres iluminando retratos. Talleres que atendían básicamente pedidos recibidos desde el extranjero. Principalmente Centro América y México.

Al respecto, Mario comenta: “Nos llegan fotografías como referencia. Además recibimos una ficha en donde está la información necesaria para hacer el cuadro. Esa ficha contiene detalles como: color de cabello, que color de ojos quiere el cliente tener, si le pondremos joyas o no; aunque casi todo el mundo quiere tener sus joyas. Entonces según eso empezamos el trabajo. Todos los pedidos venían en grandes grupos, y de la misma manera teníamos que enviarlos de vuelta, muy bien enrollados para que luego los vendedores que habían sacado los pedidos, los enmarquen y los entreguen. Claro que muchas veces la calidad del acabado no era muy pareja. A veces por el apuro, a veces por la cantidad de pedido. También influye mucho la decisión del jefe de taller. Si él aprueba el trabajo, el trabajo sale nomás pues. A veces me han tocado jefes de taller que no tenían experiencia en pintura, y sacaban los pedidos así nomás, sin tener un buen acabado.”⁷²

Tal como relata Mario, los “antiguos moneros” como se les llama coloquialmente, no pertenecían a ninguna escuela o academia de arte. Aprendían el oficio en la práctica. Ya sea porque iban a heredar algún taller, porque eran “jalados” por otros conocidos a ese negocio, o porque de alguna otra forma terminaban en la industria del retrato y se veían en la necesidad de aprender. De hecho, la generación de Miguel, Mario y Marino, así como la de algunos otros pintores que combinan su producción personal con el oficio de “monero”; es la primera generación egresada de la Escuela de Bellas Artes que se ha dedicado a la iluminación de retratos. Al respecto, Miguel comenta:

“Pasar la puerta de la escuela de Bellas Artes era como entrar a otro mundo. En ese lugar he hecho grandes amigos con los cuales tenemos una extraordinaria amistad. En la época en que yo estudiaba, era una época muy movida políticamente...Hicimos una toma. Vista de lejos, solamente queríamos cambiar las cosas. Nos sentíamos mal y lo hicimos. Hasta ahora hay problemas de administración, políticas, pero la gente sigue yendo ahí. Sigue nutriéndose de algunos profesores, de la relación que tiene con otros estudiantes de arte. La

⁷² Entrevista a Mario Navarro. Lima 2012

escuela de Bellas Artes nos había preparado para que el pintor pueda entrar al circuito de arte, de las galerías, de la compra y venta de arte y viva de eso. Ese mundo ideal para el cual la Escuela nos preparó, cruzando el portón no existía. En la realidad, todos, cada uno aprendió a hacer lo necesario para poder vivir de su talento. Entonces los retratos fueron en primera instancia, chamba. Tal cual. Y así fue como fui jalando a otras personas a este mundo de los retratos. Cada uno ha ido asociándose con otros amigos y haciendo talleres y contactándose con vendedores en Estados Unidos, en México, en Centro América. Eso no impide que cada uno como artista desarrolle su propio discurso artístico en la técnica que prefiera. (...) En la escuela deberían formar al artista para que salga a este mundo real, que no es mucho menos rico que el mundo renacentista europeo, que el Pop Art norteamericano... que no es nada menos rico. Si no, que hay mucha riqueza que falta por explotar, solamente viéndonos a nosotros mismos (...) Siempre es un enriquecimiento juntarse con amigos y pintar y hacer un taller, y es como hacer una creación colectiva.”

Pasaron los años y Miguel, Marino y Mario lograron reunir el dinero necesario para alquilar un local dentro de una galería llamada Boza, en el Jirón de la Unión a unos pasos de la Plaza San Martín. Su idea inicial era abrir la galería en un distrito más acomodado, en donde pudieran cobrar un precio mayor por un trabajo de alta calidad. Habían conversado y convenido tener una galería a puertas abiertas, a donde la clientela pudiera acercarse. Esta propuesta se oponía a la propuesta original del “mono” en donde el taller era “casi escondido, casi clandestino. Nadie alrededor sabía lo que pasaba dentro, como si fuera un trabajo ilegal”.⁷³ Otro punto diferente en la propuesta era la idea de esperar la llegada de clientes, en lugar de ir a buscarlos. El Retrato de Carmela estaba apostando por una nueva forma de trabajo. Después de buscar se dieron cuenta que los alquileres en distritos como Miraflores o Barranco distaban mucho del presupuesto con el que contaban y finalmente decidieron alquilar en el Centro de Lima, con el riesgo que implicaba un nuevo negocio que ofrecía un servicio no solo no indispensable, sino también costoso para los estándares del mercado de la zona.

⁷³ Entrevista a Miguel Valverde. Lima 2011

El negocio empezó a funcionar y los clientes empezaron a llegar. Por fin Miguel pudo atravesar una barrera imaginaria que le producía intriga y curiosidad: conocer a las personas que pintaba. Anteriormente, en los talleres a los que acudía a trabajar por horas, Miguel solía imaginar e invitar vidas a las personas a las que pintaba. “Incluso, a veces te puedes llegar a enamorar de ciertos rostros. Y te das cuenta de ello cuando percibes que le estás dedicando mucho tiempo, más del que corresponde. Cuando te concentras en las líneas del rostro, de los labios, en el color de los ojos. Cuando se convierte en casi una alegría imaginar una ropa, o alguna joya que pueda adornar a la personas que está retratada”.⁷⁴

Así, respondiendo a sus intereses, Miguel adquirió una costumbre. La de preguntarle a sus clientes las razones por las cuales acudían a retratarse. Empezó a apuntar estos motivos.

“Antes, solía preguntarle a la gente de manera esquemática. Digamos que ahora lo hago de manera más cordial y lo averiguo durante el proceso. Me interesa saber un poco de la historia detrás de. Por estética, por belleza, por recuerdo, por nostalgia... quiero saber, porqué una persona se manda a hacer un retrato. Finalmente estos retratos de una manera u otra cumplen una función; a la gente le permite satisfacer algo dentro suyo. Un recuerdo, o la memoria, o la belleza simplemente. Saber eso, me emociona.”⁷⁵

Según Walter Benjamin, los pintores de la calle, los retratistas, los que retratan transeúntes no son – en definitiva – los protagonistas de los grandes debates sobre el lugar de la pintura en el arte en los últimos tiempos pues lo que ellos hacen “solo tiene que ver con la pintura en cuanto arte en la medida en que también su producción está destinada cada vez más al mercado en el sentido más amplio de la palabra. (...) Pero los pintores ambulantes nos hacen ver algo más que la pintura rebajada a su nivel más ínfimo. Muestran lo extendida que está la capacidad mediana para manejar paleta y pincel y por eso mismo resultan autorizados para participar en los debates antes mencionados”.⁷⁶

⁷⁴ Entrevista Miguel Valverde. Lima 2011.

⁷⁵ *Ibid.*

⁷⁶ BENJAMIN, Walter. Sobre la fotografía. Pre – textos 1982. Pág. 72.

El debate sobre la participación de los pintores “de la calle” a los que se refiere Benjamin, bien puede ser aplicado a los “moneros”, a los pintores de retratos iluminados. Su condición de iluminadores de fotografías los coloca en un nivel “secundario” respecto a los artistas que crean y exponen sus propias obras. Benjamin también hace hincapié sobre la condición de reproductibilidad de la obra de arte. Dice: “Generalizando, podría afirmarse que la técnica reproductiva desvincula lo reproducido desde el ámbito de la tradición. Al multiplicar las reproducciones, sustituye la ocurrencia irreplicable de lo reproducido por su ocurrencia masiva.”⁷⁷

Pero en este caso, la reproductividad, facilitada por la técnica del transfer, no anula la relación del objeto con la tradición que lo precede. Por el contrario, facilita un acercamiento a la pose, al estilo. En ese sentido, el papel del pintor es crucial: su trabajo no solo consiste en copiar o reproducir un retrato. Consiste en volverlo único, en dotarlo de detalles y características que puedan revelar la personalidad de cada retratado. En impregnarlo de un aura particular.

⁷⁷ BENJAMIN, Walter. Sobre la fotografía. Pre – textos 1982. Pág. 97.



Imágenes del circuito de producción. Taller en San Juan de Lurigancho. Lima 2008.

El vendedor.

Jhonny Álvarez es un peruano que buscó migrar a Estados Unidos en varias oportunidades. Su último intento lo hizo por tierra, cruzando fronteras con diferentes pasaportes y con ayuda de amigos y del dinero enviado por su hermana y madre. Cuando consiguió cruzar la frontera mexicana se quedó sin dinero y decidió instalarse un tiempo hasta conseguirlo. Previamente, en ese mismo viaje - estando en Centro América - se contactó con algunos peruanos que se dedicaban a “monear” ofreciendo retratos de puerta en puerta y enviando las fotografías y contratos conseguidos a los talleres en las periferias de Lima. Encontró que había moneros peruanos en el sur de México. Específicamente en el estado de Tabasco y decidió meterse al negocio pues ya sabía que se ganaba bien. Así empezó.

“Yo Nací en San Martín de Porres, Lima, Perú en el año 1963. Salí del Perú en el 2004 más o menos. Y me decidí ir por tierra hasta Estados Unidos. Aunque no lo creas, este es el primer trabajo que he tenido creo en toda mi vida que me gusta. Te conozco más de 50 trabajos, o sea, todos los que hice en Estados Unidos. He trabajado en la agricultura, he trabajado en la naranja. He trabajado en el tabaco, he trabajado en una fábrica textil, en una fábrica de cartones, he trabajado en los cines, en mantenimiento de condominio, he trabajado en pintura, he trabajado en un montón y nunca me han gustado. A trabajar diez horas allá, prefiero darle aquí en Tabasco tres o cuatro horas bien chambeadas. Con calor y con todo, es mucho mejor. Empecé a ganar billete y ya me quedé por acá.”

La madre de Jhonny nació en Ancash y el padre en Arequipa. Jhonny nació en Lima y como muchos de los hijos de parejas migrantes no tuvo nunca mayor contacto con la tierra de sus padres. A diferencia de la migración desde las provincias a la capital realizada en la década de los 20 o 30 - migraciones conformadas básicamente por mistis⁷⁸ motivadas básicamente por la necesidad de acceder a estudios superiores - la migración de los padres de Jhonny

⁷⁸ Mistis: Mestizos criollos serranos con recursos económicos. No son campesinos.

corresponde a una búsqueda de mejora económica y de oportunidades laborales.⁷⁹

Entonces Jhonny creció en el Cono Norte de la ciudad de Lima, zona emergente, que albergó y continúa albergando a migrantes del norte del país y que se ha ido transformando a medida que sus habitantes han logrado mejoras económicas y sociales. Es en este espacio urbano y bullente en donde Jhonny desarrolla su vida. Su propia migración, la que él realizará luego al extranjero, responde también a necesidades económicas y me atrevería a decir que responde también a su condición de “no enraizado”. Al hecho de no sentir apego ni por las tierras de sus padres ni por la suya. Jhonny conserva muy pocos vínculos con San Martín de Porres. Si no estuviera su madre, no tendría motivos para volver. Es interesante que la condición “nómada” la comparta con muchos otros vendedores de retratos. De hecho, su actividad de “vendedor” ha formado en él ciertas características que todos los vendedores de ‘monos’ comparten: la facilidad de moverse, el desapego por el espacio y por la gente, la dificultad para crear vínculos, la facilidad para construir discursos, casi siempre motivadores, esperanzadores. En resumen, la facilidad para construir un personaje: el mismo.

“Bueno, yo les vendo un arte. No le vendo cualquier cosa. Trato de inculcar siempre al cliente que lo que va a comprar es una obra de arte. Y eso es lo que les gusta a la gente, saber que no están comprando una ampliación, una foto ¿no? Están comprando una obra de arte. Que va a lucir su casa(...) Una vez que consigo el pedido, lo mando a pintar a los *compas* que están allá en Perú. Cuando lo tiene listo, me lo mandan desde el Perú, acá lo recibo y lo enmarco toditito. Luego lo entrego. Ahora, porque la gente se manda a pintar retratos... para recordar y para tener algo valioso creo yo. Algo bueno, algo valioso, algo en lo que está invirtiendo su dinero, para tener la imagen de un ser querido. Como quieren a esa persona, quieren tener el retrato de esa persona. Hay otros que ellos mismos se quieren, entonces se mandan a pintar. (...) Aquí en esta zona la mayoría son peruanos. Ahorita también hay panameños, chilenos, guatemaltecos, hondureños. Ya están aprendiendo y en lo que aprenden y les gusta ya saben que ya no se vuelven a salir del “mono”.

⁷⁹ RAMOS, César. Construyendo nuevos imaginarios ciudadanos. Coloquio lo Cholo en el Perú, versiones de la modernidad desde lo cholo. Lima, Biblioteca Nacional del Perú, 2009.

Cargando consigo la “muestra” y el “hacha”, Jhonny se dispone a recorrer las colonias aledañas a la capital de Tabasco. La “muestra” es un retrato modelo que los vendedores llevan consigo y que los ayuda a convencer a la clientela de aceptar la compra, es una herramienta motivadora capaz de conquistar visualmente. El “hacha” es un archivo de trabajos y pedidos anteriores colocados dentro de un estuche o folder. Se llama así porque funciona como arma de entrada a cada casa. Porque tiene la posibilidad de derribar las puertas. Los vendedores tienen un discurso preparado al momento de tocar las puertas y prefieren trabajar en zonas “provincianas”. En una gran ciudad, más parecida a Lima no sería posible vender lo mismo. “La gente es más fría, más cerrada”, afirma Jhonny.



Jhonny concretando una venta en Comalcalco, Tabasco México. Junio 2011.

Dentro de su discurso al tocar puertas está la actitud de elogiar y enamorar al comprador y además sugerir detalles para la composición. Aquí ocurre un segundo momento de la construcción colectiva. El primero se da cuando el cliente entrega su foto y especifica los detalles que requiere en su futuro retrato. El discurso elaborado va dirigido sobre todo a mujeres, a elogiar su juventud y su look y a sugerir detalles o elementos que “blanqueen” al cliente. A continuación, la reproducción de un diálogo mantenido entre Jhonny y Claritza Mendoza, cliente habitante del pueblo de Comalcalco, cercano a Villa Hermosa, capital de Tabasco.

Jhonny toca la puerta de una casa pero antes de esperar respuesta alguna se asoma por la ventana:

Jhonny: ¡Hola linda! Llama a tu mamá. Llama a tu mamá corre. Llama a tu mamita. (Sale a atenderlo la madre de familia) ¡Buenas! ¡Buenas tardes! Damita buenas tardes disculpe la molestia. Mi reina, le estamos regalando una invitación para que tenga su obra de arte aquí en su linda casita. Esto se hace en manta, en óleo y es pintura lavable.

Claritza: Buenas. Si señor ya me habían ofrecido el mes pasado pero el señor de esa vez me ofrecía muy caro.

Jhonny: Madrecita, conmigo usted tiene la oportunidad de no pagar si no le gusta su pedido. Por eso mismo vengo ahora a ofrecerle y le puedo apuntar todito lo que usted necesita, su pedido completo. Tráigame una fotito, esa que tiene ahí sobre su televisor.

A estas alturas del diálogo Jhonny está casi dentro de la casa, mirando lo que contiene la sala. Así ha podido identificar, entre otros objetos, una fotografía colocada sobre el televisor que se encuentra prendido. La señora trae la fotografía, la saca del marco y se la entrega.

Jhonny: A ver, su esposo tiene los ojos café claros.. O los tiene así como usted...

Claritza: Así claros los tiene.

Jhonny: (mientras escribe) Camisa blanca. Corbata que combine ¿ya?

Claritza: Ajá.

Jhonny: Ahora viene la reina de la casa, la señora de la casa. Usted con ese traje ahí... está bonito. A usted no hay que quitarle nada porque está guapa aquí ya reina. Le vamos a poner el mismo vestido. Le vamos a poner acá que le faltó su cadenita. Cadena y aretes para que combine. Aretes y cadena.

Una de las hijas de Claritza se ha acercado a la puerta y se involucra en el pedido.

Jhonny: Como quieren el cabello ustedes son damas. Si quieren le podemos poner los cabellos oscuros... un poquito castaño... o les gusta así como lo tienen...

Claritza: Que se vea clarito, ándale.

Jhonny: Si. Castaño mejor.

Parece particular que los pedidos realizados en México continuaran manufacturándose en Lima. ¿Por qué no abrir un taller en la misma ciudad donde se trabaja? He logrado entender que aun contabilizando los precios de envío de ida y vuelta, pintar en el Perú resulta más barato. La mano de obra es en general más barata. Resulta difícil imaginar que esta industria peruana, exportadora, que ha creado un circuito comercial y económico en Latinoamérica se base simplemente en los bajos costos. Considero que también están relacionados elementos como la tradición y de alguna manera a que la industria de la fotografía iluminada ha respondido a una necesidad de mirarse y permanecer.

Al preguntarle sobre el uso del término “mono”, Jhonny comenta: “Viene de “Monalisa. Todos quieren tener un buen retrato, una buena imagen, como la de Monalisa”⁸⁰ Incluso en esa apreciación divertida y hasta ingenua, está implícita la idea de la representación. El retrato iluminado es un espacio para ello. Esta es producto de lo real (la referencia documental fotográfica), de la imaginación del consumidor y del (los) pintor (es). Las características técnicas y estilísticas del retrato iluminado dan la posibilidad de imaginar y construir una “vida deseada”.

Según afirman algunos autores como Deborah Poole, Fernando Villegas o Natalia Majluf, el foto - óleo proporcionaba tanto el “aura” de una obra de arte original,

⁸⁰ Entrevista con Jhonny Alvarez, vendedor y monero. Tabasco – México, junio 2011.

como la fascinación de modernidad propia de la fotografía. Hoy, la fascinación ante “la obra de arte” permanece. Los vendedores no explican la técnica y venden el retrato como una “pintura”. Esta fascinación replica la idea de estatus y distinción que otorgaba la fotografía iluminada en sus inicios.

Hoy en día, el papel del vendedor es fundamental. Este personaje ha creado su propio nicho de trabajo en el mercado y se ha vuelto indispensable para el funcionamiento de la cadena de producción de la fotografía iluminada.

Quino Cabassa, un peruano de 56 años, relata que fue vendedor de monos durante los años ochenta y sus espacios de venta eran Bolivia, Ecuador, Colombia y Panamá. “La dinámica era muy divertida, la pasábamos bien. Además, se ganaba muy buen billete. (...) Luego que pasa que te vas aburguesando, vas ganando, vas ganando y te acostumbras... ya te casas, ya tienes hijos, ya no puedes ir por ahí flotando por el mundo”⁸¹

Existen vendedores peruanos en muchos países de América del Centro y Sur e incluso en Europa ofreciendo retratos nuevos. Son este tipo de retratos los que hemos podido ubicar fuera del país, la industria actual satisface decenas de pedidos de retratos que vienen desde muchos países, principalmente desde Centro América, Guatemala, Honduras y sobre todo México.

El público.

En la actualidad el principal público consumidor de retratos iluminados está en el extranjero. Son compradores pasivos que eventualmente le abren las puertas a un insistente vendedor. Jhonny Álvarez explica que de cada diez puertas que toca en Tabasco, sale de siete u ocho de ellas con un contrato. Es la misma dinámica que todavía se da en el interior del Perú, aunque en mucha menor medida que en el extranjero. Pero en Lima, la propuesta del Retrato de Carmela - mencionada líneas arriba – a reacomodado un poco este orden de mercantil.

⁸¹ Entrevista a Quino Cavassa, ex vendedor de retratos iluminados. Lima 2010

Situado dentro de una de las galerías más bullentes que tuvo Lima en los años ochenta, el taller del Retrato de Carmela va haciéndose de mayor público cada vez. “El centro de Lima ya no significa lo mismo que antes, pero yo sí creo que hay cosas que se están volviendo a definir. No es un público enorme, no es un público adinerado pero sí es un público que consume productos decorativos o artísticos.” Relata Miguel. Las personas que transitan por la galería Boza trabajan cerca – en oficinas, bancos, *call centers* – o tienen sus negocios cerca – tiendas de libros, de juguetes, restaurantes -. “La mayor parte de las personas que cruzan delante de la galería se detienen a preguntar o por lo menos a mirar. Creo que nuestra propuesta de puertas abiertas hace eso, que sea visualmente atractivo tener un retrato.” Además, el Retrato de Carmela también se vale de muestras de famosos que coloca a la vista del público y que va rotando cada cierto tiempo. Tiene a Jessica Alva, Obama, Gianmarco, María Julia Mantilla. De hecho, a veces recibe pedidos del tipo: “Quiero mi cara, y el resto del cuerpo que sea el de María Julia Mantilla”. En el capítulo que sigue a continuación se hará un esbozo más amplio de los públicos consumidores de retratos iluminados hoy en día.

CAPITULO V.

La provincia en Lima. La historia continúa.

En 1975 se le otorgó el Premio Nacional de Cultura al artista popular Joaquín López Antay y la designación causó polémica entre los artistas “cultos” que se valieron de todos los medios de comunicación posibles para protestar y deslegitimar con argumentos falaces: “se desvió la discusión aduciendo que el retablo era una forma importada de España y por tanto colonialista. Se contestó que el cincuenta por ciento de nuestra cultura es importada y lo que vale es el uso y la significación que se le dé a los objetos importados. El Sanmarcos, nombre originario del retablo, es una caja donde gravita vivo el mundo andino.”⁸² Toda esta polémica no logró sino reafirmar el inmenso abismo y las pocas intenciones de entendimiento y diálogo, de apertura de parte de la hegemonía cultural de la época. Para muchos, fue incluir por primera vez en su imaginario el hecho de que el interior del país no solo produce *souvenirs* turísticos o adornos para las salas de las casas de las urbes peruanas o del extranjero. Para otros, los menos, era la mediatización de una discusión que ya existía y que no tenía que ver solamente con los actores puntuales involucrados en este caso. Tampoco tenía que ver – exclusivamente - con el arte o la artesanía. Este caso era una nueva metáfora de la división existente entre las elites y el pueblo. Entre la cultura oficial y la producción popular. Entre lo indígena y lo urbano. Entre lo provinciano y la capital. Ponía en evidencia – una vez más – la forma como los limeños miraban al resto del país y las complejas relaciones que se tejían entre las múltiples identidades que habitan el Perú.

Pero la premiación se dio y el precedente fue sentado. Se visibilizó oficialmente una discusión que siempre existió⁸³ y que existe hasta hoy, que atañe también al retrato iluminado y se vincula con la “reivindicación” del arte popular pues actualmente, diversos actores y gestores trabajan –consciente e

⁸² CASTRILLON, Alfonso.

⁸³ Recordemos las discusiones iniciadas por Teófilo Castillo acerca de la técnica de la iluminación a principios del siglo XX relatadas en el capítulo II: La historia del Retrato Iluminado en el Perú.

inconscientemente; en pos de otros beneficios o sin ellos – “contra esa rigurosa distinción entre sistemas simbólicos”⁸⁴ que se opone a la revaloración de otras expresiones culturales diferentes a las propuestas por la élite.

Martín Barbero describe una década de los ochenta en donde el panorama de las urbes de América Latina estaba cambiando y se convertía en un espacio compuesto por nuevos imaginarios, distintos entre sí y entremezclados. Imaginarios que aparecen como consecuencia de la migración:

“Hoy el mapa es otro. La mayoría de América Latina vive un desplazamiento del peso poblacional del campo a la ciudad que no es meramente cuantitativo sino el indicio de la aparición de una cultura urbana heterogénea, eso es, compuesta por una diversidad de formas y de prácticas, de estilos de vivir, de estructuras del sentir, de modos de narrar; pero muy fuertes y densamente comunicados. Una trama cultural que desafía nuestras nociones de cultura y de ciudad, los marcos de referencia y comprensión forjados sobre la base de identidades nítidas, de arraigos fuertes y deslindes claros.”⁸⁵

Es en este contexto de híbrides cultural, de múltiples imaginarios, nuevas ideas del progreso, del trabajo, del placer; en donde empiezan a construirse las nuevas identidades urbanas. El cambio social y económico de Lima que inició con las migraciones de los años sesenta y sigue en proceso de transformación hasta hoy, formó la base para el consecuente desarrollo de nuevos espacios de socialización, económicos y políticos. Para Degregori, la migración a la ciudad constituye un acto de modernidad:

“Por lo general no migra el resignado a su suerte, sino aquel que se rebela contra ella y busca cambiarla en el mundo exterior. La migración expresa por tanto, tendencialmente, un cierto ánimo, una cierta actitud psicológica que acentúa la apertura a lo nuevo y la orientación al futuro. Por lo demás, aunque muchas veces se perciban ellos mismos como los más pobres y oprimidos, los que tienden a migrar son los más jóvenes, los más educados y no los más pobres entre los pobres de una comunidad.(...) Así, la migración masiva y la subsecuente transformación de Lima, que desde el punto de vista oligárquico y burgués es percibida únicamente como un proceso de

⁸⁴ GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Las Culturas Populares en el Capitalismo*. Siglo XXI, México, 1979

⁸⁵ MARTIN BARBERO, Jesús. *Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación*. Sociedad, No. 5 1994. Pág. 36

descomposición y deterioro, constituye en realidad principalmente un proceso singular de *modernización*.⁸⁶

Entonces, la ciudad de Lima se activa culturalmente en términos de mestizaje. El mestizaje entendido no solo como mezcla sino como multiplicidad. Varias generaciones después de las primeras olas migratorias, los hijos, nietos y bisnietos de la provincia encuentran un espacio en donde – y desde donde – exponer su discurso. La idea del Perú como nación se reacomoda. Los discursos ya no son solo “costeños” o “andinos” ni – en mucha menor medida – “amazónicos”. Son discursos superpuestos y complejos.

Según Alfredo Villar - curador de la muestra: *A mí que Chicha: más que un arte una lucha* que será montada en febrero del 2013 en el Centro Cultural de España en donde se incluirán trabajos bajo la técnica de la iluminación de fotografías – a mediados de los años noventa al público promedio le era difícil entender que podía existir una mirada reflexiva sobre el arte y cultura populares pues no era un fenómeno que haya sido puesto en agenda por los medios de comunicación masiva. Eran los años post dictadura fuji-montesinista y el régimen dictatorial había tenido como marco musical a la tecno-cumbia. Si se entiende lo popular como producto cultural con un discurso contra hegemónico, entonces el género de la tecno-cumbia había sido desprovisto de toda carga política y social, se había convertido en un producto impersonal y masivo y había sido utilizado para acompañar, festejar y distraer a los ciudadanos. Para hacerlos parte de la política. En este contexto, lo popular no se analizaba, solo era consumido por las masas.

El panorama posterior al término de la dictadura reveló lo poco que se había producido, en términos culturales y académicos. Pero a la vez se vislumbró un nuevo comienzo. Empezó la reactivación y surgimiento de espacios formales – como galerías, centros culturales, algunos municipios, gestores y curadores independientes – que recibieron y promovieron las expresiones artísticas y culturales populares en el escenario limeño. Así, se proponen nuevas formas de representación y autorepresentación. Potenciando una voz propia, nuevas narrativas y novedosas estrategias en donde el discurso ya no es desde la

⁸⁶ DEGREGORI, Carlos Iván. *Conquistadores de un Nuevo Mundo: de invasores a ciudadanos en San Martín de Porres*, IEP, Lima 1986.

hegemonía necesariamente. Empieza a ser desde “el otro” sobre sí mismo. A lo largo de este proceso se van derrumbando estereotipos discursivos y estéticos que solían diferenciar el arte elitista, el arte de masas, el arte popular.

En este sentido, es importante resaltar la facilidad de apropiación que existió y existe aún hoy respecto a la música y gráfica llamadas populares. Si en los noventa se utilizó la tecno-cumbia para que el gobierno pudiera llegar a las masas, hoy la cumbia y la chicha facilitan que el mercado llegue a las masas. Con el objetivo de vender, la publicidad ha integrado estos elementos en su discurso no sin antes despojarlos de su contenido político y social y redefinir sus significados. De igual manera ha sucedido con el estilo gráfico proveniente de los afiches utilizados para promover conciertos populares. Según Villar “es mucho más fácil resignificar productos como la música o la gráfica “chicha” pues tienen alcance masivo y pueden entrar fácilmente a los medios de comunicación. Ya se han convertido en fetiches y eso permite que sean rápidamente apropiados por la hegemonía”.

Al respecto del arte “culto”, popular y masivo García Canclini opina:

“Estos tres sistemas de representación funcionaban con bastante independencia y cada uno correspondía a clases sociales distintas: el arte culto a los intereses de la burguesía y de sectores cultivados de la pequeña burguesía, el arte de masas – que sería mejor llamar para las masas – a sectores medios y proletarios urbanos, y las artesanías a los campesinos. Las distancias entre los patrones estéticos elitistas y la competencia artística de las clases subalternas expresaba, y reaseguraba, la separación entre las clases sociales. Los sectores dominantes controlaban exclusivamente los códigos del “buen gusto” consagrados por ellos mismos, y esto les servía como signo de distinción frente a la masificación cultural. El arte para las masas y el folclor, a la vez que transmitían a las clases populares una concepción del mundo que legitimaba su opresión, reivindicaban sus tradiciones y hábitos en un espacio diferenciado, donde la ignorancia de “la gran cultura”, la incapacidad de comprenderla y disfrutarla, ratificaban el alejamiento entre el pueblo y las élites.”⁸⁷

En este contexto, el retrato iluminado, considerado como un producto de arte popular, se diferencia de otros productos artísticos populares pues posee algunas características que evitan su masiva apropiación. Si - en los casos principalmente de la música y la gráfica - las élites y el mercado han sabido aprovechar sus

⁸⁷ GARCÍA CANCLINI, Néstor. Las Culturas Populares en el Capitalismo. Siglo XXI, México, 1979

características populares y masificar estos productos despojándolos de todo discurso político comprometido y han logrado incluirlas en su estética, bajos sus condiciones y con un discurso impersonal con el objetivo de convertirlos en un fetiche y vender (otros productos, otras ideas); con la fotografía iluminada no pasa lo mismo.

Al ser un objeto creado para el consumo personal y en base a características particulares pertenecientes a personas con nombre y apellido y al tener como destino final – en la mayoría de los casos – las paredes de las salas o comedores de las casas de los propios retratados o de los familiares de los retratados (nadie o casi nadie desea colocar en la pared principal de la sala o la habitación el retrato de un desconocido); el retrato iluminado se constituye en un objeto que se sigue haciendo, produciendo y consumiendo más allá del mercado mediático, de esta “moda” de utilización de lo popular para beneficio del mercado de masas. La fotografía iluminada – al igual que las expresiones subculturales – es capaz de expresarse en oposición a una cultura dominante a pesar de que su estilo y estética sigan los mandatos de una cultura tradicional pues no ha perdido un elemento que no es útil al consumo de masas: no ha perdido la característica aureática.

En el año 2012, en el que está terminando de escribirse este texto, Lima Metropolitana tiene aproximadamente 8 millones y medio de personas, el 28% de la población nacional.

Este mismo año, en el mes de marzo, se inauguró la muestra “Memorias visuales: el retrato iluminado y la historia cotidiana” – componente visual de esta investigación – como parte de la Primera Bienal de Fotografía de Lima. Este proyecto, junto con el largometraje documental mencionado en el prefacio,⁸⁸ Se estaba gestando desde el año 2010 y empezó como una idea etérea y muy lejana por varios motivos. Primero, videastas desconocidos⁸⁹ pretenden organizar una muestra artística en un medio poco amable incluso para los propios artistas. Sin

⁸⁸ El largometraje documental Retrato Peruano del Perú se encuentra en etapa de postproducción y a punto de estrenarse.

⁸⁹ Como he mencionado anteriormente, la muestra “Memorias visuales” y el documental “Retrato Peruano del Perú” han sido proyectos co-curados y co-dirigidos respectivamente por Carlos Sánchez Giraldo y Sofía Velázquez Núñez, ambos miembros del colectivo Mercado central.

contactos, sin conocimiento del medio y muy lejos del *main stream* artístico limeño. Segundo, la falta de presupuesto para auto solventar un ansiado rastreo y mapeo visual del Perú, pretenciosa idea inicial que pudo ser conseguida solo a medias. Tercero y más importante, ¿Cómo incluir a la fotografía iluminada, una técnica ambigua, casi invisible y anónima, dentro del circuito de arte limeño? ¿Cómo insertar en una galería una práctica subalterna, una costumbre popular?? ¿En qué contexto, con qué pretexto, a través de que discurso?

Si la época colonial - contexto en donde se crea la cultura popular cuando artistas indígenas echan mano de técnicas occidentales – es el momento de la historia en el cual la élite realiza mayores negociaciones con este sector; la época republicana, los siglos diecinueve y veinte constituyen etapas silenciosas. Es paradójico que la siguiente etapa de valorización sea ésta. Además de los antecedentes mencionados a lo largo de este capítulo, a esta valorización se le une el elemento coyuntural de los gobiernos de turno.

A nivel municipal, la elección de Susana Villarán como alcaldesa terminó con una racha de mandatos alejados de la gestión y promoción cultural. Es en este contexto en donde se da la Primera Bienal de fotografía de Lima que permite llevar la fotografía iluminada a una galería por segunda vez en la historia –la primera fue la exposición de Juan Manuel Figueroa Aznar, relatada en el capítulo II-. Es curioso entonces, más no descabellado, encontrar en el libro de visitas de la muestra Memorias Visuales, textos como este:

“Genial y la sala está bella. Lima necesita esto. ¡Buena Susana!”

“Arte del pueblo pa’ el pueblo a precio de pueblo. El Perú avanza!”

Por un lado, esto demuestra que la percepción del público le atribuye directamente a su gestión varios de los espacios y actividades culturales que vienen sucediendo en los últimos meses. Por otro, la satisfacción de encontrar “algo” que normalmente no es posible encontrar: productos culturales identificados con “el pueblo”. Productos populares.

Estos niveles de identificación y acoso de la muestra dicen mucho de las necesidades de consumo cultural y artístico de la ciudad. Dicen mucho también de los productos culturales que estamos acostumbrados a encontrar y de lo que “desearíamos” encontrar. También, de lo nos “sorprende” encontrar.

“Me parece una buena muestra que nos retrotrae a épocas pasadas de la pintura al óleo en los retratos sobre todo de personas provincianas que en su casa son la única evidencia de su pasado familiar, lo que es muy importante para ellos.”

“Las fotografías tienen las mismas expresiones que las que encuentro en casa de mis abuelos en su pueblo, las encuentro muchas de ellas absolutamente familiares.”

Estas voces anónimas son dos formas, dos puntos de vista desde donde es experimentada la provincia en Lima. En el primer texto, constituye una identidad escindida, es uno y es el otro a la vez. Es interesante que esta división pueda estar representada en el retrato iluminado que, así como este visitante, habla de sí mismo y del otro a la vez. En este caso el otro es el provinciano. Y el otro está dentro de uno mismo. El segundo texto alude a un pasado familiar, tal vez idealizado por la lejanía geográfica y temporal a la que hace referencia. La provincia, en este caso, es el recuerdo y la distancia.

Encontramos también que los retratos iluminados no funcionan solo como objetos de identificación cultural, sino que también mueven emociones.

“Perdonen la tristeza (C. Vallejo). Lima es la unión de todos los contrarios y esta muestra de fotografía es una prueba. Perú: país más diverso (J.M. Arguedas) y maravilloso.”

“Le dieron un lugar a estos retratos tan pintorescos. Quien no ha visto uno o tiene uno.” J. Rivas

“Para obtener la conjunción genética familiar, es muy útil y gratificante”

“Cuadros que reflejan alegría, tristeza en cada hogar.”

La idea que propongo es, entonces, que el retrato iluminado demora en visibilizarse dentro del espacio ganado por la cultura popular por ser un producto de carácter personal. Pero esto, si bien retarda su estudio y demora la aparición de miradas que reflexionen sobre esta técnica, también lo convierte en un espacio de resistencia. De resistencia de la memoria y también de la identidad pues el camino del retrato iluminado es el camino de la migración de la provincia a la capital. Además, su visibilidad en la coyuntura actual responde no solo al contexto político, sino principalmente a una necesidad de reconocimiento que se percibe tácitamente en la ciudad y que ha sido demostrado con la asistencia a la muestra y los comentarios dejados en el libro de visitas.

Esto implica que, si bien los habitantes de Lima – con sus distintas y respectivas proveniencias – tienen agencias suficientes para la autorepresentación; los espacios de visibilidad de estas representaciones son pocos y poco frecuentes. En el siguiente capítulo, que deconstruye el componente visual para profundizar en sus características, analizaremos lo antes mencionado.

CAPÍTULO VI.

El componente visual:

Diálogo entre la investigación y la puesta en escena.

“No hay mejor memoria que un hermoso retrato impregnado de
tu rostro en mi corazón”

Texto escrito por visitante anónimo en el
libro de visitas de la muestra Memorias Visuales.

El componente visual de este trabajo de tesis consistió en una muestra sobre retrato iluminado llamada: **MEMORIAS VISUALES: EL RETRATO ILUMINADO Y LA HISTORIA COTIDIANA**. Fue realizado como parte de la Primera Bienal de fotografía de Lima⁹⁰ y tuvo lugar en la casa de las 13 puertas, ubicado en el jirón Ancash, frente a la iglesia San Francisco en el Cercado de Lima durante dos meses aproximadamente: desde el 19 de marzo hasta el 28 de mayo del 2012. Mi papel fue el de curadora e investigadora de la muestra, en colaboración con Carlos Sánchez Giraldo.

La propuesta consistía en crear un espacio que permita sacar de contexto a los retratos iluminados y poder observarlos fuera de las casas a las que pertenecen, mirarlos como objeto contenedor de historias e información pero también como piezas de arte. Además, propusimos replicar ciertas características comunes de algunos de los espacios reales visitados con el fin de trasladar al espacio de la muestra algunos elementos constantes en los espacios reales observados: algunos elementos decorativos, espejos, consolas, papel de diseño en las paredes. La idea era recrear sensaciones y confrontar al espectador con sus propias emociones respecto a este retrato y su contenido. Esto pudo ser “medible” gracias al cuaderno de apreciaciones que se colocó en la puerta de la exposición. Este cuaderno sirvió también para conocer la forma en que la exposición fue

⁹⁰ <http://www.bienalfotolima.com/exposiciones/listado/index.html>

recibida, ¿Causando qué sensaciones?, ¿Generando qué comentarios? ¿Cómo reaccionaron los visitantes?⁹¹

La muestra fue estructurada de la siguiente manera:

Se utilizaron 2 salas que fueron cubiertas con *drywall* para obtener un total de ocho muros, en lugar de los seis que normalmente existen en la sala. El primer espacio (sala 1) fue destinado para los retratos realizados con la técnica contemporánea (óleo sobre lienzo). Un muro completo con retratos realizados en el taller El retrato de Carmela, retratos que implicaban una transición entre la técnica tradicional y la contemporánea (ya sea en términos de colores, de formas o de marcos) y una instalación en donde podía verse el espacio del pintor y el proceso de realización de retrato iluminado. Además, en esta sala se encontraba el texto curatorial, un texto a modo de resumen del proceso histórico del retrato iluminado, otro que explicaba el concepto de iluminación, y un último que sugiere las posibilidades de representación que proporciona el retrato iluminado.



Muro en proceso con retratos Producidos en el taller Retrato de Carmela

⁹¹ La muestra tuvo un promedio de 180 visitas por día el primer mes de su exhibición. De lunes a viernes alcanzó un promedio de 60 visitas diarias y los sábados las cifras rodearon los 200 asistentes. Fuente: Diana Lavalle, coordinadora de la Bienal.



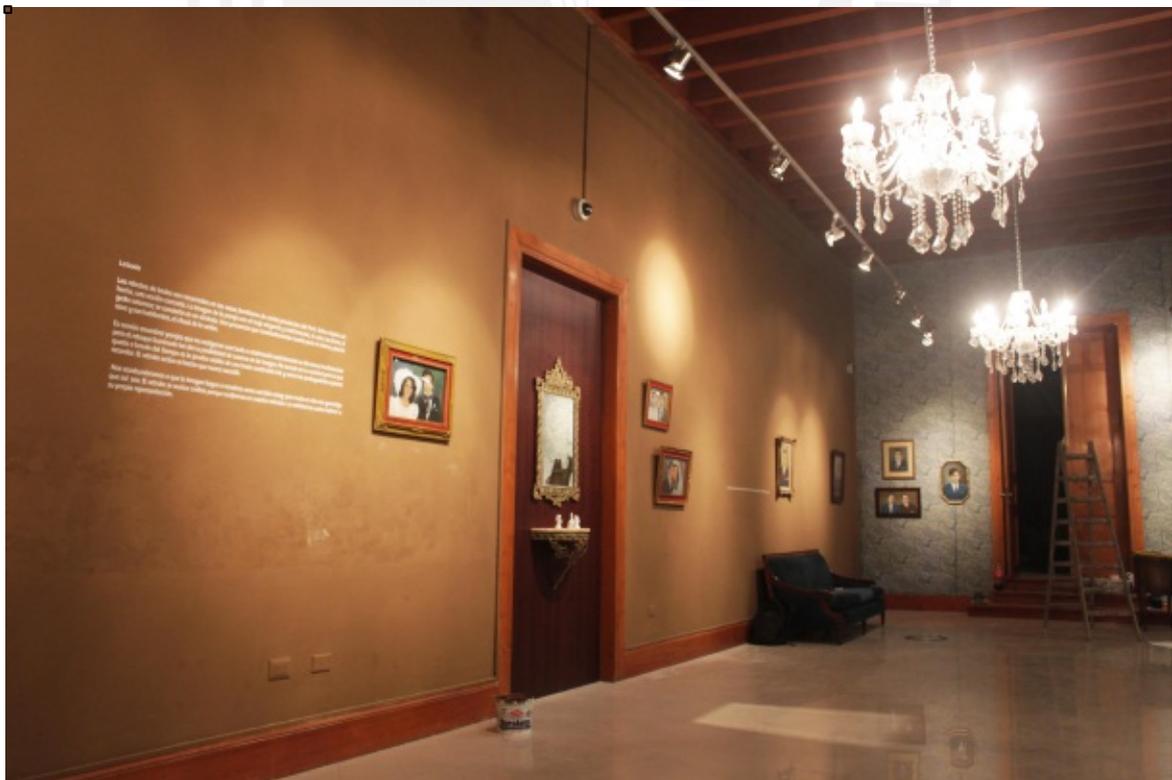
Etapa de montaje en Casa 13 Puertas.



Sala 1. Texto Curatorial



Sala 2.



Sala 2.

El segundo espacio (sala 2) fue destinado al retrato iluminado realizado con la técnica tradicional. Este espacio contiene los retratos realizados hasta la década del setenta aproximadamente. Son los intervenidos con tizas pastel sobre papel forte (papel de bromuro). Una esquina fue dedicada a los retratos iluminados de forma oval, otra a los retratos tradicionales que de alguna manera (ya sea con nuevo marco, nuevo vidrio, etc.) fueron intervenidos en años posteriores, una pared dedicada a los patriarcas de la casa, otra a diferentes generaciones de mujeres, otra a la boda y una última, la más grande, a la reunión de retratos de grupo, de pajera, de familia o en solitario cuya característica común era la pana roja colocada entre el marco principal y el marco pequeño, bañados en simulado pan de oro. Estas clasificaciones son por un lado, basadas en características estéticas pero no por ello dejan de ser fundamentales en términos de representación en el retrato iluminado. Por otro lado están basadas en conceptos compartidos. En ese sentido, la función que cumplen los textos es fundamental.

En efecto, la propuesta de la muestra incluye el texto como una pieza más, con sus propios niveles de relevancia, contenido, función estética y conceptual y no como una mera leyenda informativa que acompaña o apoya al objeto exhibido. El contenido del texto va de la mano con el espacio y dialoga con el contenido de cada retrato iluminado. En ese sentido, los temas destacados en los textos han sido escogidos en función al rol que dichas ideas – también reflejadas en los retratos – juegan en torno a la representación.

Como ya me he referido a todos estos temas a lo largo de este trabajo de tesis, transcribiré, a modo de cita, las ideas y conceptos que fueron destacados en la muestra.

La boda

Los retratos de bodas son recurrentes en las casas familiares de varias provincias del Perú. Estos relatan un hecho, una acción concreta. La imagen de la pareja con el traje elegante y matrimonial, el velo, las flores, el gesto solemne; se convierte en un símbolo. Una presencia que constantemente cuenta para sí misma, para la casa y sus habitantes, el ritual de la unión.

Es común encontrar parejas que no realigaron una boda o celebración matrimonial en términos tradicionales pero el retoque iluminado les dio la posibilidad de casarse en la imagen. No sucede en la realidad pero lo que queda a través del tiempo es la prueba visible de una boda construida tal y como los protagonistas quieren recordar. El retrato actúa un hecho que nunca sucedió.

Nos acostumbramos a que la imagen llegue a nosotros como versión uera; pero nada en ella nos garantiza que así sea. El retrato se vuelve creible porque confiamos en nuestra mirada. La realidad se vuelve inferior a su propia representación.



6.1. La boda

Los retratos de bodas son recurrentes en las casas familiares de varias provincias del Perú. Estos, a diferencia del resto de los retratos iluminados, relatan un hecho, una acción concreta. La imagen de la pareja con el traje elegante y matrimonial, el velo, las flores, el gesto solemne; se convierte en un símbolo. Una presencia que constantemente cuenta para sí misma, para la casa y sus habitantes, el ritual de la unión.

La técnica de la iluminación ofrece mejor que ninguna otra la oportunidad de “construir”, de “inventar” narraciones dentro del retrato. Es común encontrar parejas que no realizaron una boda o celebración matrimonial en términos tradicionales pero el retoque iluminado les dio la posibilidad de casarse en la imagen. La boda no sucede en la realidad, pero lo que queda a través del tiempo es la prueba tangible y visible de una boda construida tal y como los protagonistas quieren recordar. El retrato “actúa” un hecho que nunca sucedió.

Nos acostumbramos a que la imagen llegue a nosotros como prueba, como versión veraz; pero nada en ella nos garantiza que así sea. El retrato se vuelve creíble porque confiamos en nuestra mirada. La realidad se vuelve inferior a su propia representación.

Este texto junto con los retratos que complementa, hacen referencia al capítulo de esta tesis llamado: **Imaginación, representación y deseo**. Tal como lo hago en el capítulo, me acerco al tema de los retratos como espacio no solo de representación, sino de actuación, de performance. Escojo el caso de la boda pues es el más común y porque además, como explico, hay una acción que está siendo relatada, la acción de casarse. Mi intención fue tomar elementos, ideas e investigación producida en este trabajo de tesis y volcarlo en un espacio en el que todas estas ideas y conceptos puedan ser “mostrables” y capaces de dialogar con los objetos, con el espacio y con las personas asistentes a la muestra. Puesto que estos retratos, como hemos visto a lo largo de esta investigación, son comunes en las casas de muchos peruanos; el público asistente se vio involucrado en las historias que relataban y se confrontó con las propuestas y discursos que, como curadores, le otorgamos a la muestra y los propios objetos.

6.2. Poética del espacio

Los padres principales, los abuelos, los jefes de familia tienen un lugar determinado y especial dentro de casa. Como si el espacio de nuestro cariño conjugara con el espacio geográfico, la importancia emocional es reflejada con la presencia concreta de los objetos, de los retratos. Una casa que recuerda y que no es joven, una casa a la que se retorna siempre. Las imágenes de los patriarcas comandan este espacio y son contenedores de todos los recuerdos. Con ellos se conversa, sobre ellos se cuentan anécdotas, como si estuvieran.



La idea del espacio poético hace referencia al texto de Gastón Bachelard⁹² en donde se refiere a la casa y los espacios de la misma como espacios con vida propia, con memoria propia. Toda esta carga simbólica otorgada al espacio sirve para proponer una analogía entre el lugar habitable y las emociones. Esta idea está desarrollada en mi capítulo llamado **La casa distinguida**, en donde los casos que presento giran en torno a la casa como espacio de nostalgia, de

⁹² BACHELARD. Gastón. La Poética del Espacio, 1989

memoria y de mirada hacia el pasado.⁹³ Es importante hacer hincapié en como este espacio en particular ha funcionado respecto al público de la muestra. Todos los visitantes – todos los que contaban con cámara fotográfica o con teléfono celular con cámara – se tomaron por lo menos una foto en este lugar. Por supuesto que los sillones colocados eran una invitación a sentarse, pero llamó la atención las posturas adoptadas en este espacio, poses que al parecer, los asistentes consideraban que correspondían al lugar en donde se encontraban y con lugar no me refiero a la muestra en general, me refiero a esa esquina decorada con papel con diseño, dos enormes retratos de una pareja de esposos y dos sillones de un cuerpo cada uno.



Asistentes posando

⁹³ Los casos presentados en esta tesis no son los mismos utilizados en la muestra. Esto por un lado, se debe a la dificultad logística y económica de traer de provincias los retratos que ya habíamos identificado con anterioridad, pero por otro lado permite subrayar la idea de que estos no son casos únicos, que hay constantes que se repiten en varias familias y casos.

Es interesante observar esta dinámica y comprobar, esta vez fuera del espacio “real” de la casa, que efectivamente los elementos utilizados en la escenificación de este lugar activan referentes, ideas preconcebidas, costumbres y actitudes que están ubicadas en nuestro subconsciente y que se expresan en la manera como nos comportamos en determinados lugares y ante determinados estímulos. Aquí cabe hacer referencia a las reflexiones que realiza Bourdieu acerca de la relación entre distintos grupos sociales con las prácticas sociales. Estas relaciones, que conforman los estilos de vida, corresponden a prácticas y hábitos determinados. El comportamiento observado en este particular lugar de la muestra refleja la idea que el asistente tiene de cómo debe comportarse en determinado lugar. A pesar de que este sea solo una puesta en escena, genera actitudes, posturas y acciones que creemos deben darse en ciertos lugares.⁹⁴

6.3 Iluminados

Iluminar es dar color. Es pintar con colores pasteles u óleos la imagen en blanco y negro. Iluminar es dar vida, encender la mirada o ruborizar el rostro. El iluminador es desde siempre el pintor. Cuando aparece la fotografía y llega Lima – fines de 1800 e inicios de 1900; se ponen de moda los estudios fotográficos que retratarían a los principales personajes de la sociedad limeña, cusqueña, arequipeña – en primera instancia – y de otras ciudades de importancia social y económica del país. Los estudios fotográficos empezaron a contratar a pintores, cuyo oficio sería el de decorar, hacer pequeños detalles, alegrar, iluminar la fotografía. El retrato pictórico no podía competir con la calidad documental de la fotografía; pero la imagen fotográfica sin color, sin el toque dado por la pintura, sin el “aura” proporcionada por el artista; no era suficiente.

Hay una interesante influencia de la pintura religiosa cristiana en la cual se promueve la iluminación de los personajes: aureolas o halos engarzados en dorados muestran la condición divina. El pensamiento simbólico orienta nuestra mirada y nos permite impregnar de ese “aura religiosa” los retratos iluminados en donde podemos observar a los retratados transmitiendo una autoridad y lejanía casa mágicas.

⁹⁴ BORDIEU, Pierre. La Distinción: Criterio y bases sociales del gusto. Madrid: Taurus, 2006

Este texto, si bien está compuesto por datos concretos e informativos, pretende poner énfasis en el concepto de “iluminar” en donde – de alguna manera – se encuentra la clave de la técnica y en tal sentido, la clave de este tipo de representación. En el capítulo titulado: **La Historia del Retrato Iluminado en el Perú** describo con más detalle esta técnica y su participación en los modos de representación a lo largo de toda la historia de la fotografía iluminada.

6. 4 De los elementos decorativos

Los elementos que componen la muestra fueron escogidos para replicar espacios que ya habíamos visto con anterioridad en casas que habíamos visitado. La idea no era copiarlos, pero si incluir elementos que insinuaran y que remitieran a esos espacios. Así, el uso de los adornos de bromuro, el papel tapiz con diseño, el espejo, la consola, los pequeños adornos de porcelana, los muebles de estilo republicano intentar reflejar un espacio urbano, con ciertos visos tradicionales, que conserva un gusto o un estilo que ya no pertenece a esta época, pero que alguna vez gozó de prestigio. Un lujo antiguo, una elegancia venida a menos. Una clase media empobrecida. Estos son los espacios que si bien no son los únicos, son los que suelen contener a los retratos iluminados.



6.5 El espejo

El espejo colocado en uno de los muros de la sala de retratos tradicionales tiene un rol más importante que el de solamente decorar y emular un espacio familiar. El espejo es también la continuación de nosotros, es nuestra representación. Es lo que queremos y lo que no queremos ser. Lo que queremos y lo que no queremos ver. Dentro de la muestra el espejo funcionó como un espacio final al cual la gente llegaba para mirar su reflejo. A veces entre bromas, a veces en soledad y seriamente, los asistentes construyeron imaginariamente su propio retrato al mirarse al espejo. De alguna manera esta acción nos remitió al concepto del estadio del espejo de Lacán o al trabajo documental de Víctor Kosakovsky titulado Svyato, en donde juega con esta palabra que a la vez que significa felicidad es también el nombre de su hijo. La película documenta el primer encuentro de el niño con un espejo. El espejo entonces, parece decir, “tú eres ese, reconóctete, ahora invéntate”. Al respecto, en el libro de visitas -adjunto como anexo- encontramos el siguiente comentario:

“La fotografía es mágica, nos lleva a épocas pasadas y a vivir nuevamente acontecimientos importantes. El espejo, me encanta el espejo. (Cely Luján)

6.6 De la esquina del pintor

Este espacio fue concebido para visualizar el proceso de realización de un retrato iluminado bajo la técnica contemporánea. Por un lado, un espacio del taller real ha sido extraído y descontextualizado para que pueda ser observado y analizado. Por otro, el caballete escogido contiene, a medio hacer, un retrato particular, que ya ha sido analizado anteriormente; las cuatro generaciones de una misma familia cuya conjunción es capaz de romper con el tiempo y espacio “reales”. Así, en esta pequeña instalación se explica de forma visual y con un texto muy corto los pasos utilizados. En base a que fotografías está hecho, utilizando que referentes, atendiendo a qué pedidos etc.



Instalación: El proceso.

6.6 Los retratos y sus dueños

Si bien la causa principal fue la logística y las limitaciones económicas – no fue posible conseguir presupuesto para viajar más y traer a la galería retratos de diversos puntos del país. Por ese motivo se echó mano de familiares, conocidos y amistades que pudieran “prestarnos” sus retratos para ser exhibidos durante un período específico de tiempo y a cambio de ello ofrecimos un seguro para las piezas que fue proporcionado por la Bienal de Fotografía. La recolección de retratos se hizo en Lima y Huaraz, espacios a los que pudimos acudir por ser cercanos y por tener contactos. Lo que al principio parecía una limitación se tornó en una ventaja. Al contar con retratos de personas conocidas o cercanas tuvimos mayor acceso a las historias detrás de los retratos y se estableció una relación en la que los dueños de los cuadros sentían la muestra como suya: llamaban para confirmar que ya estaba colgada la pieza, acudían repetidas veces llevando

amistades o invitados para mostrarles las imágenes de sus familiares, se tomaban fotos con los cuadros, etc. Una interacción que permitía entrever sentimientos como el orgullo, la nostalgia, las ganas de mostrarse, de decir. Este elemento, el de la retroalimentación proporcionada por las actitudes y reacciones de los dueños de los retratos exhibidos, fue inesperado, fue un elemento que no se había tomado en cuenta. Este diálogo entre la propuesta curatorial, los objetos expuestos, el punto de vista y la participación activa de los dueños de los objetos expuestos se vio enriquecido con la participación del público que acudió a visitar la muestra. Después de todo, para quien estaba hecha esta exhibición sino para que los retratos sean vistos y podamos reconocernos en ellos.

6.7 El objeto retirado de su espacio natural

¿Por qué llevar el retrato a una sala de exposición? Es una pregunta que ha surgido no solo de parte del equipo curatorial de la muestra sino también de parte de los visitantes, de los que asistieron a los conversatorios que se organizaron como parte de la Bienal y de los que participaron en la visita guiada que se realizó el 28 de abril del 2012. Existen varios motivos. Por un lado, la investigación sobre un objeto, sobre una imagen con estas características, capaz de representar no solamente identidades particulares sino también conjuntas, no podía limitarse al formato del texto académico escrito. Era necesaria una propuesta que incluyera su exhibición pero además su contacto con el público, que es en muchos casos el público consumidor de estos retratos. Exhibirlos en un espacio que le correspondería normalmente a una pieza de arte es, de alguna manera, una forma de reivindicar su condición de creación artística y de reivindicar por la tanto al oficio que ha permanecido en medio de la discusión sobre lo que es considerado arte y aquello que no. La propuesta incluye colocar un objeto que pertenece al mundo del arte popular dentro de una galería que corresponde por definición al arte tradicional -producto de la cultura tradicional, romántica o andina – o al arte de élite – el producido por las estructuras de poder.⁹⁵ El objetivo es, finalmente, visibilizar la práctica y el objeto.

⁹⁵ HUERTAS. Alex, Ciudad Abierta: Lo popular en la ciudad peruana.

Conclusiones

Entonces, ¿Qué es la fotografía iluminada? ¿Para qué nos sirve? ¿Qué significa? ¿Cuál es su importancia? ¿Hacia dónde va? A través de los capítulos de este trabajo de investigación he llegado a diferentes conclusiones que retomaré y complementaré en este capítulo.

El retrato iluminado ha estado siempre, durante toda su existencia, en medio de la discusión entre el arte culto y el arte popular. Esta discusión no ha hecho más que reflejar las divisiones de clases en nuestra sociedad. El ingreso de la fotografía iluminada - como técnica - a espacios como galerías o museos - aunque se está dando de manera muy lenta e incipiente - es una tentativa de crear diálogos entre ambas expresiones. Esto nos lleva a reflexionar sobre si la fotografía iluminada como técnica, correrá la misma suerte y el mismo camino de apropiación que han recorrido otras expresiones de la cultura popular: la música o la gráfica por ejemplo.

Para entender esto, haremos un recuento de la vida social del retrato iluminado en el Perú, mirándolo de la forma como lo propusimos al iniciar esta investigación. La vida de un producto popular está marcada por procesos de apropiación. El camino común es que las élites, en determinado momento de la historia se apropian de estos para –a través de los mismos- acceder a las masas y a las clases populares con un discurso muy puntual que tiene como fin principal la perpetuación del sistema y la conservación del poder político, social y cultural dentro del mismo grupo.

Podemos concluir que con la fotografía iluminada sucedió lo siguiente:

La técnica de la iluminación de fotografías se desprende de la técnica fotográfica. Como tal, -y como sucede siempre con los avances tecnológicos- los que tuvieron el control de la técnica y el formato, fueron las élites europeas primero y luego las locales. Al Perú, la fotografía iluminada llegó como una actividad exclusiva de la aristocracia, por sus altos precios y por sus referencias al estilo y modas

europeas. Poco a poco, el empobrecimiento de las clases altas, la crisis económica y la proletarización y empoderamiento de las clases populares hace que la práctica de retratarse sea asimilada por la masas bajo la premisa principal de asemejarse, en cuando estilo y estética, a las élites. Así, el retrato iluminado empieza a ser consumido en cada vez más espacios, pero continúa conservando las características que posee desde el inicio: poses acartonadas, aire de alcurnia, trajes y accesorios que denotan potencial económico, blanqueamiento de rostros, peinados de moda, etc. Los colores son sobrios y las líneas muy rectas. Esta situación se mantiene desde inicios de los años veinte aproximadamente hasta entrados los años ochenta. El universo popular se apropia de los recursos, usos y técnicas hegemónicas con un mensaje resemantizado a favor de la cultura popular. No es necesariamente una reivindicación cultural, es más bien una cuestión de mercado. Un mercado que se amplía, apropia y resignifica pero que continúa afirmando una necesidad de estatus.

Es a fines de los años noventa cuando la popularización de la técnica llega a su máxima expresión: los retratos iluminados ya no se fabrican en estudios renombrados –como en sus inicios- sino que aparecen talleres anónimos en la periferia de Lima y en los distritos más populares: San Juan de Lurigancho, Cercado de Lima. Su consumo se incrementa y los nuevos clientes provienen de clases populares en provincias pero también en Lima. El retrato iluminado se vuelve un fetiche propio de los grupos emergentes. Es en este momento –recién- en donde podemos observar como sus formas iniciales se ven transgredidas: la paleta de colores es más fuerte e intensa, los fondos se vuelven más osados y empiezan a dibujarse paisajes, escenarios exóticos o idílicos, los juegos de representación se vuelven más arriesgados. Si hay algo en el retrato iluminado de hegemónico, de elitista, será la constante referencia aspiracional impregnada en el objeto mismo. Pero los discursos ya son otros. Los “querer ser”, “querer parecer” son definitivamente otros. Así, el retrato iluminado nace en la élite y es apropiado por un universo popular – que consume y asume el discurso hegemónico que trae consigo- que posteriormente resignificará ese discurso, convirtiéndolo en suyo propio y afirmando su condición popular por el circuito en donde está inserto. Así, podemos parafrasear a García Canclini:

“Lo popular no puede designar un conjunto de objetos sino una posición y una acción. No podemos fijarlo en un tipo particular de productos o mensajes, porque el sentido de uno y otro es constantemente alterado por los conflictos sociales. Ningún objeto tiene garantizado eternamente su carácter popular porque haya sido producido por el pueblo o éste lo consuma con avidez; el sentido y el valor populares se van conquistando en las relaciones sociales. Es el uso y no el origen, la posición y la capacidad de suscitar actos o representaciones populares, lo que confiere esa identidad.”

La segunda conclusión se desprende de la primera:

El retrato iluminado se encuentra en un constante estado migratorio. Por un lado, es producto de la migración de Europa a América, es hijo de las alta sociedad peruana que ansiosamente imitaba a la aristocracia europea en gustos y costumbres. Luego, su movilidad social y geográfica coincidió con la primeras migraciones de la provincia hacia la capital. El retrato iluminado acompañó, a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, a las familias campesinas, proletarias y de clase media durante sus movilizaciones. El retrato fue viajando con ellas, fue mudándose con esas familias. También fue empobreciéndose junto con las familias, abaratando sus costo de producción y cambiando sus referentes de representación a la par que cambiaban las características geográficas, económicas y sociales. Años más tarde, con la fortificación de las clases provincianas y emergentes en Lima, el retrato se adaptó también a esas nuevas características. Sus contenidos se volvieron más complejos, con más capas de significado. Los colores cambiaron también al mismo tiempo que los ánimos dentro de la clase emergente cambiaban también. El cambio de soporte (de bromuro a *transfer* en tela) responde también a esta coyuntura de reflote económico reflejado en Gamarra, espacio comercial en donde se populariza la técnica del *transfer* para ser usada en la impresión de polos.

A inicios de los años ochenta la escasez de trabajo y los conflictos sociales y políticos hacen que la clase media, la clase media empobrecida y las clases populares emergentes empiecen a mirar al extranjero; el éxodo hacia el exterior del país también implica cargar consigo los recuerdos, la memoria, los seres queridos. Aunque sea en forma de retratos. Pronto, el mercado se da cuenta que la nostalgia es rentable y se amplía la industria del retrato iluminado. Los peruanos ya no solo están en las urbes del Perú, en el campo o en la selva. Están

también es Estados Unidos, en México, en Europa. Desde sus nuevas vidas, también querrán el retrato que los haga recordar a su familia, a su barrio, a los familiares que se quedaron. Pero el fenómeno se vuelve más interesante aún cuando son los mismos migrantes al extranjero los que ven en el retrato iluminado un producto capaz de tener éxito entre sus compatriotas en el exterior. Entonces el retrato iluminado no solo migra al ser llevado con las familias que viajan. Migra la industria, porque empezará a producirse para un nuevo mercado, con características y necesidades de representación muy específicas y diferentes a las encontradas en la urbe limeña. Un modo de representación que da cuenta de sus condiciones de peruanos viviendo fuera -otras ropas, otros estilos de peinado- pero también de sus necesidades de añoranza -los fondos contienen paisajes peruanos, se incluyen elementos de la zona de origen de cada cliente, etc-.

Así, el objeto -el retrato iluminado- se convierte en un termómetro de los grupos populares peruanos que habitan la provincia, la capital o el extranjero. Es capaz de expresar, a través de sus formas y contenido, el estado anímico y económico de un determinado momento histórico, y una determinada comunidad. Además, el retrato constituye la mimesis simbólica de los procesos y cadenas migratorias que afectan a nuestra sociedad y que se han convertido en un grupo identitario en sí mismo, en donde convergen la tradición y la modernidad. Retomando la referencia hecha páginas atrás a Degregori:

“Por lo general no migra el resignado a su suerte, sino aquel que se rebela contra ella y busca cambiarla en el mundo exterior. La migración expresa por tanto, tendencialmente, un cierto ánimo, una cierta actitud psicológica que acentúa la apertura a lo nuevo y la orientación al futuro. (...) Así, la migración masiva y la subsecuente transformación de Lima, que desde el punto de vista oligárquico y burgués es percibida únicamente como un proceso de descomposición y deterioro, constituye en realidad principalmente un proceso singular de *modernización*.⁹⁶

En tercer lugar y retomando las ideas anteriores, tenemos que -al estar la vida social e histórica de la fotografía iluminada está vinculada al desarrollo de identidades sociales y urbanas de las principales ciudades del Perú- esta investigación aporta un elemento más al estudio de la cultura popular en el Perú: mirar a la fotografía iluminada como un producto cultural híbrido, que recoge

⁹⁶ DEGREGORI, Carlos Iván. Conquistadores de un Nuevo Mundo: de invasores a ciudadanos en San Martín de Porres,

características de la modernidad occidental y también de la idiosincrasia andina. Desde sus inicios encontramos esta ambigüedad en la fotografía iluminada. Desde el punto de vista emocional, la constante búsqueda de la identidad se refleja en la necesidad de representarse a través del retrato que se heredó desde el renacimiento. Desde el punto de vista visual una intensa y constante referencia a lo andino en las formas y colores y sobre todo en la abstracción de las ideas y conceptos. Por un lado tenemos un retrato personal donde los rasgos físicos nos hablan de temperamentos, belleza, personalidad. Por otro lado, un retrato social donde el oficio, la función en la comunidad a la que se pertenece, la ocupación son vitales para la definición de las personas.

En este sentido, podemos utilizar un término ya acuñado por diferentes autores – entre ellos el semiólogo Omar Calabrese- y retomado localmente por artistas e historiadores del arte. La época contemporánea, en donde se mezclan muchos tiempos históricos, y muchas capas de sentidos y significados, las expresiones artísticas están marcadas por la exhuberancia, la desestructuración y muchas veces por la trasgresión. Estas expresiones artísticas pueden calificar dentro del concepto de lo “neo-barroco”. En el Perú contemporáneo los artistas e intelectuales –hijos del postmodernismo- dan cuenta y empiezan a asumir que las expresiones de arte popular también posee las características del “neo-barroco”. Según Alfredo Villar:

“La cultura popular, al ser una cultura promiscua, se apropia de elementos de todos lados, superpone capas de color, de pintura, de acrílico. El arte popular no le tiene miedo a la mezcla.”

El retrato iluminado, sin bien es más sencillo que otras expresiones plásticas, también tiene elementos barrocos, mestizos, híbridos dentro de su propuesta. Una propuesta que avanza -como una línea de tiempo- desde la república hasta la actualidad. Tal vez, la característica más saltante que encontramos en la fotografía iluminada en relación al “neo-barroco” sea la imposibilidad de distinguir de donde proviene cada elemento: no se puede saber qué cosa es indígena, qué lo mestizo o lo de élite. Separar los elementos es imposible y además inútil.

En cuarto lugar, queda claro que el retrato iluminado es un espacio para la representación. Es producto de lo real (la referencia documental fotográfica), de la imaginación del consumidor y la del (los) pintor (es). Las características

técnicas y estilísticas del retrato iluminado dan la posibilidad de imaginar y construir una “vida deseada”. El retrato iluminado - por su contenido, su historia como objeto, su atemporalidad - posee la capacidad de evocar nostalgia y construir una memoria familiar. También constituye un testigo – histórico y temporal – de realidades y experiencias que escapan a la existencia de personas, familias o comunidades. Hemos observado, a lo largo de la investigación, como es posible que un retrato sea capaz de relatar una realidad, una cantidad de hechos y situaciones “reales”. Pero ese mismo retrato contiene también relatos ficticios: deseos, anhelos, fantasías, que se mezclan con lo “real” se interponen a ello e incluso se fusionan con ello. Y en tercer término, ese mismo retrato acoge también relatos simbólicos y abstractos expresados a través del estilo: relatos aspiracionales, estéticos, de clase, relatos expresados en el color en las formas, en los marcos.

El retrato iluminado también es capaz de contener, alrededor suyo, una historia familiar y colectiva que permite identificarse no solo con los familiares, también con el pasado y con los pares. Dentro de una casa y colocado en una pared, el retrato se convierte en un objeto de valor no solo mercantil. El retrato se impregna de significación social y de status en tanto hace referencia a sus antiguos usos y sus antiguos dueños, las clases altas limeñas. El retrato iluminado como espacio para relatar vidas e incluso actuarlas lo asemeja a los espacios de representación contemporáneos cuyo objetivo es ese: construirse una historia alrededor y mostrarla (imágenes en las redes sociales, etc.), pero se aleja en tanto el valor como objeto físico y concreto. Esta doble característica, esta doble función, lo convierte en un producto con muchas funciones y roles familiares y comunales. Los roles que cumple el retrato iluminado son los de relator de historias y memoria familiar; sacralización de un espacio – en el hogar – parecido a un altar en donde se rinde culto u homenaje a un pariente importante y ya fallecido; establece la importancia social de una familia o persona en función a los demás integrantes del mismo grupo social; adorna y compone estéticamente un espacio.

Una quinta conclusión a la que podemos llegar sobre el retrato iluminado es que se ha convertido -claramente- en una construcción colectiva, un producto de varios imaginarios e imaginaciones. A lo largo del siglo XX, su manufactura ha

cambiado. Se pueden encontrar variaciones técnicas, de soporte, de formato e incluso diferencias en la manera de narrar los contenidos y en los consumidores. Identificar los cambios permite establecer una historia sobre gustos, preferencias e ideas sobre lo estético. Sin embargo, hay elementos y características que permanecen en el tiempo: lo que se encuentra dentro del retrato, los actores que forman parte de él. Identificarlos permite reconocer identidades y necesidades de representación transversales a la historia del retrato iluminado en el Perú. Este objeto podría ser considerado un producto artístico, sin embargo, su condición de anonimato impide ver trabajos de autor. Esta situación, que va de la mano con una generación de artistas que incursionan en este oficio por necesidad de trabajar, ha puesto sobre la mesa – una vez más – la discusión teórica sobre el significado del arte en el Perú. Dentro del imaginario circuito de producción y consumo del retrato iluminado, la pintura sigue manteniendo un estatus superior frente a la fotografía –las dos artes con las que el retrato iluminado se compone- y por ese motivo a pesar de la aparición y abaratamiento de costos de diferentes tecnologías, la industria del retrato iluminado no ha perdido su vigencia. Por el contrario, se sirve de las tecnologías para acelerar sus procesos de creación. Así, en vez de ser reemplazado por el *photoshop* se sirve de él para realizar sus composiciones. A pesar de los cuestionamientos más académicos sobre las definiciones de la pieza, el valor que tiene como pieza, capaz de ser tocada o cambiada de lugar le asegura una larga permanencia en el imaginario de los consumidores.

Finalmente tenemos que en el retrato iluminado contemporáneo, el realizado bajo la técnica del *transfer* las posibilidades de composición y representación son más arriesgadas. Se aleja cada vez más de la composición clásica y acartonada y se decide por fondos de paisajes, playas, selva, etc. Los colores son más vivos y las poses o posiciones de los retratados son más variadas. Esto se debe no solo a las posibilidades que brinda la tecnología (de hacer composiciones con variados fondos y trajes o vestidos tomados de otros lado. Además se debe a que el retrato iluminado, por su condición de producto cultural popular actualiza constantemente sus referentes. Hoy, los principales provienen de figuras mediáticas o de ideas estereotipadas de los espacios idílicos.

Por otro lado, de la evaluación del componente visual: **Memorias visuales, el retrato iluminado y la historia cotidiana**, se desprenden las siguientes conclusiones.

1. El descontextualizar el retrato como objeto y llevarlo a una galería de arte a permitido al público asistente observarlo como pieza artística y reconocer en él características y constantes que de otra manera no hubieran podido reconocer, por tenerlo a la mano dentro de la rutina cotidiana.

2. Confrontar al espectador con imágenes similares a las que ellos tienen o podrían tener en sus casas ha permitido que se reconozca en el retrato iluminado identidades e imaginarios peruanos contemporáneos y tradicionales que pertenecen a nuestro entorno cultural y social. El cadete militar, el bisabuelo aristócrata, las bodas elegantes, los quince años, etc. Los resultados de esta confrontación están plasmados en los comentarios hechos por los propios visitantes en el cuaderno de visitas. De estos comentarios⁹⁷ se desprende que los sentimientos como la nostalgia y la añoranza están de alguna manera impregnados en el formato, en la técnica o en el referente que es evocado en el imaginario de cada visitante.

3. A partir de la muestra se puede concluir también que el juego entre lo real y lo que no es – pero que permanece en el retrato como si lo fuera – es una constante que produce diversión e interés en los espectadores. La posibilidad de inventar su historia dentro de un retrato emociona y activa la imaginación de todos los visitantes, el público general, artistas u estudiantes que visitaron la muestra.

4. Las características raciales y de clase contenidas en los retratos, son difíciles de asumir. En las visitas guiadas y en eventuales visitas que he observado, la pregunta salta a modo de duda. No consideran creíble que pueda desprenderse de la observación de un retrato, este tipo de información.

5. En general, la realización de la muestra ha permitido construir narrativas a partir del retrato iluminado. Estas narrativas han logrado crear vínculos con el espectador, han logrado niveles de identificación y han conseguido, de alguna manera revalorar esta práctica y volver a mirarla no solo como un objeto

⁹⁷ Al terminar la muestra, una copia de este cuaderno formará parte de los anexos de la tesis.

perteneciente al pasado; también como un objeto contenedor de información sobre el pasado (no solo el familiar sino también el histórico) que puede volver a ser vigente y activarse en el presente en tanto existe un diálogo entre los modos de representar, las identidades representadas y las historias familiares, personales y grupales contenidas en los retratos.

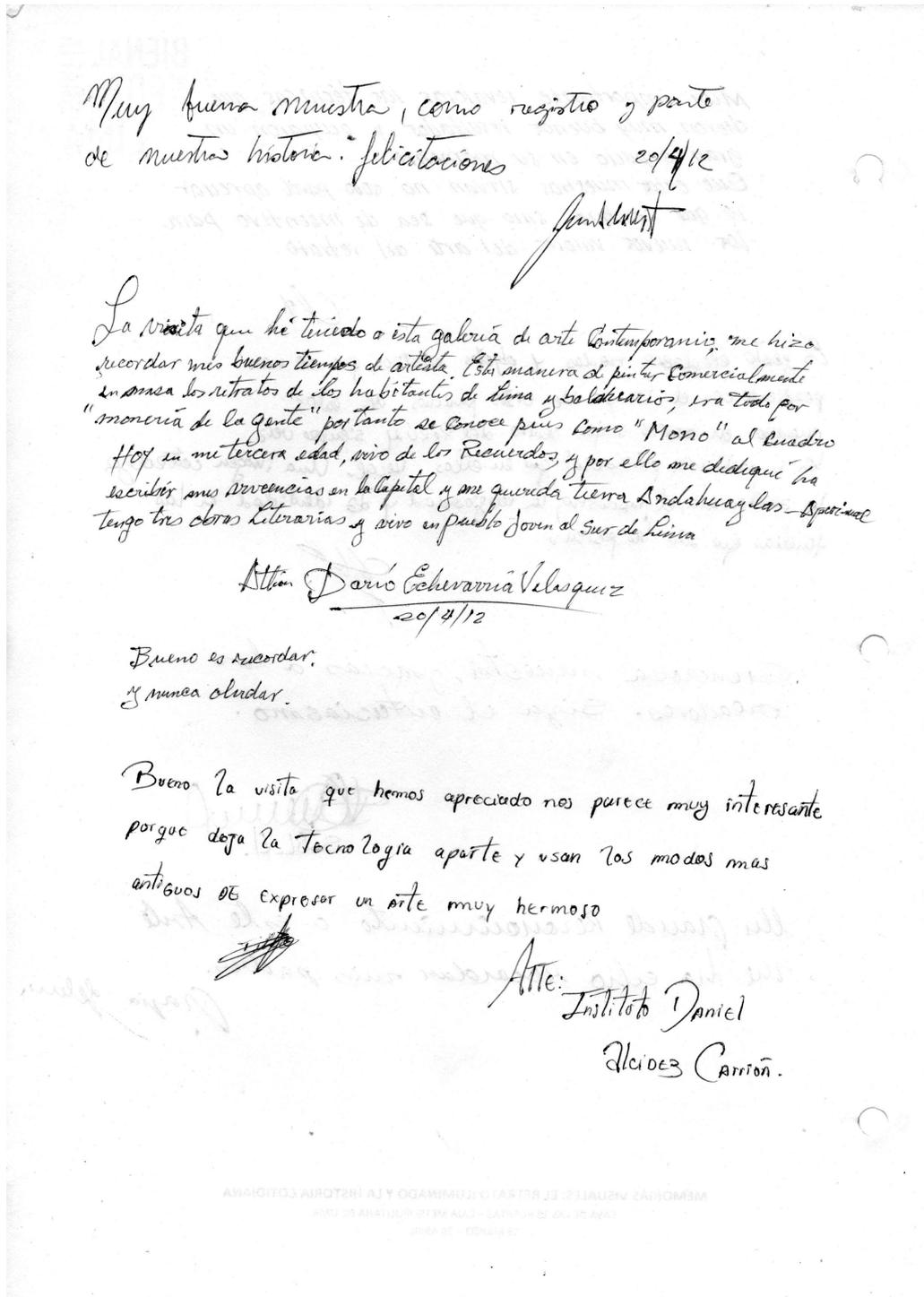
En resumen, considero que esta investigación es útil sobre todo para volver a mirar los rincones olvidados que ya casi no miramos. El rincón olvidado de la pared, donde cuelga –empolvado- el retrato de mis abuelos o de cualquier otro abuelo. El rincón olvidado de nuestra memoria, donde descansan nuestros sueños y fantasías que se mezclan con nuestro pasado activo y vital, con la imagen de los que vivieron antes que nosotros. El rincón olvidado en donde estuvo situado durante mucho tiempo el arte popular, el arte que no fue producido por la academia, por la escuela o por la élite. El arte de la calle y del oficio que sirvió sobretodo para dar de que vivir a los que lo practicaban. Hoy, el arte popular tiene espacios de difusión y tiene público, pero no debemos esperar a que esta “moda” acabe para decir que sí, que como todo en la historia, esta revalorización también fue cíclica y que cuando hubo la oportunidad, ni siquiera en ese momento miramos aquellos productos con justicia y con confianza, como lo que son: productos nuestros, hijos de la mezcla, la duda y la esperanza.

Ese rincón olvidado, ese que casi nunca miramos porque nos angustia o nos da pena; es también el rincón desde el cual se cuenta la historia no oficial. La historia que nunca estará en los libros de texto. Ni en la prensa –a menos que sea revestida de morbo-. Ni en la tele. Ni el discurso ni en la agenda de nadie. Son historias exclusivas, personales, sentimentales, íntimas.

En ese mismo rincón olvidado también habita la frustración. Pero si somos cuidadosos y observamos con calma, podemos darnos cuenta que existe la magia. La magia en su definición más lúdica y menos occidental. Aquella que sostiene los deseos, la imaginación, las emociones o la tradición. Aquella que hace que un hombre viejo regrese la cabeza, mire al pasado y encuentre alegría, dolor, historias duras, ternura, aventura... y no pueda diferenciar que es real y que no. Y que finalmente no importe. Porque en ese rincón olvidado que es el retrato iluminado, lo real es lo que uno quiere que sea real.

ANEXOS

Algunos comentarios del libro de visitas



La Muestra Muy Interesante, esfuerzos como
 este son plausibles y muy admirados por mi
 persona.

16-04-12. *Edy*

Para la lectura de los
 cuadros de las Regentas
 las letras sea mas
 grande para la lectura de
 todas las personas de edad
 sobre todo que no ha podido
 traer sus lentes

Muchas Gracias

Enrigelando

DNI 06679699

* 16/4/2012 *

Muy interesante el vivo de los retratos dando muestra
 de viveza dentro del cuadro.

Edy

MEMORIAS VIVALES: EL RETRATO LUMINOSO Y LA HISTORIA COTIDIANA
 CASA DE LAS VIVALES - CASA DE LA HISTORIA DE ENRI
 17 MARZO - 28 MARZO

La fotografía es mágica, nos lleva
 a épocas pasadas ya vivir nuevamente
 a acontecimientos importantes,
 El Espejo me encanta el espejo

Cely Lupán

- La fotografía capta momentos de la vida tan importante refleja la pintura la vida de las personas me encanta mucho la ambientación. ☺

Irani.

Mágico el momento realice una
 regresión automática a mi niñez
 recordando esas casas. donde pase
 mi infancia. increíblemente también
 me di cuenta que en mi propia casa.
 nunca tuve una foto de esas. ☺

Enika y Erik 07/05/12.

mi nombre es Juan Ramón en verdad esta exposición
de dichas pinturas es algo muy importante para
nuestros hijos y pueden algún día llegar a ser
muy Buenos Artistas y futuros por ellos
En verdad que esta exposición me ha dejado
alberto y muy maravillado de dichos OBRAS
A la S Juan Ramón

Es un momento de haber ingresado y
poder llevar esta Basio que tengo en
mi corazón y poder traer a mis hijos
y observar dichas OBRAS de Arte Susceal
Muchas gracias de todo corazón
Juan Ramón Vilches Vilches
23/5/2012

Me encanto la muestra, me
hizo recordar lo cosa de
mis abuelos. Gracias x los recuerdos
Cintia Miranda U

La cultura del peru me recuerda lo grande en
America la fine Artus Arts Villa
53/22-05-12 / FJ
23/5/2012

BUENAS
A DEJAR
EN EL DETALLE
ES MIS ABUELOS
DEBIDO DICE

Muy lindas photos,
la combinación entre
photo & pintura es muy interesante
¡Gracias! Sam, CAMARA

BIENAL
DE FOTOGRAFIA
LIMA

Muy bonito y
emotivo,
TOMAR LOS
RECUERDOS PERSONALES
Y PLANTARLOS
EN PINTURA by.

ESPACIOS
Y TIEMPOS
INFINITOS.
29-07-12

¡Muy bueno!
Sigamos fomentando
la cultura
fotografica!!!

Bueno
que haga una
exposición como
esta que ayude
a ver la fotografía
de un modo
muy bien!!

yo y tu
:)
excelente!
y
gracias.....

Super Pajar (4)
:)

Bueno me gusta
ya que las pinturas
reflejan mucho
sentimiento
Elizabeth

Bueno me gusta
mucho ya que
llama mucho la
atención! implementen
más! se verá mejor!

MEMORIAS VISUALES: EL RETRATO ILUMINADO Y LA HISTORIA COTIDIANA
CASA DE LAS 13 PUERTAS - CAJA METROPOLITANA DE LIMA
19 MARZO - 28 ABRIL

Bibliografía

APPADURAI & BRECKENSRIDGE. Consuming modernity: public culture in a South Asian world. Univ. Of Minnesota Press; 1 edition (September 19, 1995).

ARDEVOL, Elisenda y Nora Montañola. Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea UOC, Barcelona 2004.

- ARELLANO, Rolando. Las nuevas clases medias del Perú. Le monde diplomatique, Año III, no. 29, set. 2009
- Arequipa de noche, el día. Los Archivos Vargas, Perú, 1912 - 1930". En el artículo: Los Retratos de Estudio. Portal web Virtual Museum.
<http://dcc.unilat.org/virtualemuseum/Datas/Expositions>.

MARTIN BARBERO, Jesús. Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación. Sociedad, No. 5 1994.

BACHELARD, Gastón, Poética del espacio, 1989

- BARTHES, Roland. La cámara lúcida: nota sobre la fotografía. Barcelona: Paidós, 1990.
- BARTHES, Roland. Roland Barthes par Roland Barthes. Écrivains de toujours / Seuil 1975.
- BECKER, Howard. La historia de vida en ciencias sociales. Teoría y técnica. ed. Nueva Vida. 1974.

- BEDOYA, Susana. Coloquio lo Cholo en el Perú, versiones de la modernidad desde lo cholo. Lima, Biblioteca Nacional del Perú, 2009.
- BENJAMIN, Walter. Sobre la fotografía. Pre - textos, Valencia 2005.
-
- BORDIEU, Pierre. La Distinción: criterio y bases sociales del gusto. Madrid: Taurus, 2006.
-
- BUNTIX, Gustavo. Sarita Iluminada: de ícono religioso a héroe cultural. Micro museo 1992.
- BUTLER, Judith. Bodies that matter. On discursive limits of sex. Routledge, New York 1993.
- CASTRILLON, Alfonso. La generación del 68. Entre la agonía y la fiesta de la modernidad.
- CASTRILLÓN, Alfonso. ¿Arte Popular o artesanía? Separata de Historia y cultura, Num. 10, Lima 1978.
- Coloquio Lo Cholo en el Perú: Modernidad, Poscolonialidad y Ciudadanía 2006 – 2008. Biblioteca Nacional del Perú, 2009.
- CUMMINGS, Thomas B.F.. "We Are the Other': Peruvian Portraits of Colonial Kurakakuna." In Transatlantic Encounters: Europeans and Andeans in the Sixteenth Century. 1991
- DEGREGORI, Carlos Iván, BLONDET Cecilia. LYNCH, Nicolás. Conquistadores de un Nuevo mundo. De invasores a ciudadanos en San Martín de Porres. IEP, Lima 1986.
- Estudio de Arte Vargas Hnos. Benavente Adelma / Yenne Peter. Edición Cervesur, Lima 2004.

- FOCAULT, Michel. Las Palabras y las cosas. Siglo veintiuno editores s.a. México 1968.
- GARCIA CANCLINI, Néstor. Las Culturas Populares en el capitalismo. Ediciones Casa de las Américas, La Habana 1982.
- GARCÍA CANCLINI, Nestor. La producción simbólica: teoría y método en sociología del arte. México, D.F.: Siglo Veintiuno, 1988.
- GARCÍA CANCLINI, Nestor. Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad, México, siglo XXI 1979
- GEERTZ, Clifford, Visión del mundo y análisis de símbolos sagrados. Lima: PUCP, Área de Antropología 1973.
- GOLTE, Jurgen. Los caballos de Troya de los invasores: estrategias campesinas en la conquista de la gran Lima. IEP, 1990
- GOTTSCHALK, Louis y PRITCHARD, Earl. El mundo moderno II.
- GUBER Rosana, La etnografía. Método, campo y reflexividad. Bogotá, Ed. Norma, 2001
- HALL, Stewart. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. London, Sage publications, 1995.
- HARVEY, David. The condition of postmodernity: enquiry into the origins of cultural change. Cambridge, Mass: Blackwell 1990
- HEBDIGE, Dick. Subcultura: el significado del estilo. Paidós, Barcelona 2004

- LAUER, Mirko. Andes imaginarios, discursos del indigenismo 2. CBC; Sur Casa de Estudios del Socialismo, Cusco 1997.

- MACERA, Pablo. Pintores populares andinos, Fondo del libro del Banco de los Andes. Lima 1979

MACERA, Pablo. Los Retablos de Joaquín Lopez Antay en Historia Andina No. 9 Junio 1981

- MALLON, Florencia. Constructing mestizaje in Latin América: Authenticity, marginality and gender in the claiming of ethnic identities. Journal of Latin American Anthropology 1996.

- MATOS MAR, José. Desborde popular y crisis del estado: el nuevo rostro del Perú en la década de 1980. IEP 1984.

MITCHEL, W.J.T Landscapes and power.

MUJICA, Ramón. Rosa Limensis: mística, política e iconografía de la patrona de América. Fondo de Cultura Económica, Lima 2001

NIETZSCHE, Friederich. Genealogía de la moral Alianza Editorial. Madrid, 1933.

- NOLTE, Rosa María Josefa. Qellcay: Arte y vida de Sarhua. Comunidades Campesinas Andinas. Terra Nuova. Centro para el Voluntariado y la Cooperación Internacional. Lima 1997.

- LAUER, Mirko. La mutación andina. En Sociedades y política num 8 Lima febrero 1980

- LÉVI – STRAUSS. El pensamiento salvaje,

- PARR, Martin. Retratos Pintados, the collection of Titus Readl. Nazraeli Press, Portland 2010.
- PHILLIPS, Ruth & STEINER, Christopher. Unpacking Culture, art and commodity in Colonial and Postcolonial worlds. Cap 1: Art, authenticity and the baggage of cultural encounter. Cap 6: Authenticity, Repetition and the aesthetics of serility. Univeristy of California Press. 1999
- PINNEY, Christopher. Camera Indica. The social Life of Indian Photographs. The University of Chicago Press. Reaktion books Ltd, London 1997
- POOLE, Deborah. Visión, raza y modernidad : una economía visual del mundo andino de imágenes. Lima: Sur Casa de Estudios del Socialismo, 2000.
- REYES, Alfonso. La Experiencia Literaria. Fondo de Cultura Económica, México 1997. Pág. 21
- SCHIFFER, Michael. People and things: A Behavioral Approach to Material Culture (Manuals in Archaeological Method, Theory and Technique) (Hardcover). Springer, 2008.
- SCHIFFER, Michael. Social Theory in archeeology. 1 edition, 2000
- SONTAG, Susan. Sobre la fotografía. Santillana Ediciones, México 2006.
- STASTNY, Francisco. Las Artes populares del Perú. Madrid Ediciones Edubanco 1981.

- TOKESHI, Juan. Arquitectura Híbrida, el paisaje de la ciudad popular.
www.interculturalidad.org/numero05.
- TURNER, Victor. La selva de los símbolos. Siglo XXI de España Editores, Madrid 1980.
- VICH, Victor. El discurso de la calle: los cómicos ambulantes y las tensiones de la modernidad en el Perú. Lima, Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, 2001.
- WUFFARDEN, Luis Eduardo. Arte y arquitectura: las últimas corrientes. Enciclopedia temática del Perú.
- YARANGA Valderrama, Abdón. La concepción de tiempo y espacio en el mundo andino. Friedrich – Alexander – Universitat Erlangen – Nurnberg. Sektion Lateinamerika. Interdisziplinäres Kolloquium. Vervuert, 1991
- ZUIDEMA, Tom. El Calendario Inca. Tiempo y espacio en la organización ritual del Cuzco - La idea del pasado. Fondo Editorial del Congreso del Perú: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima 2010.