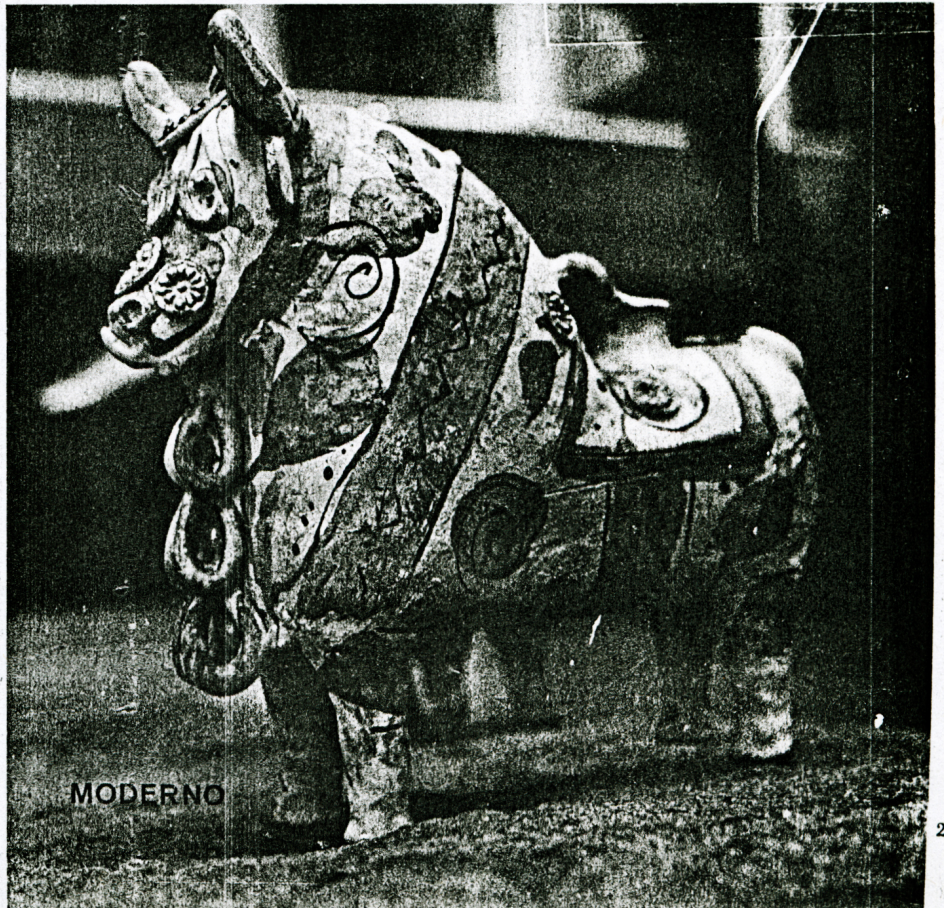




ANTIGUO

# LA DEGENERACION

DEL TORITO  
DE PUCARA



MODERNO

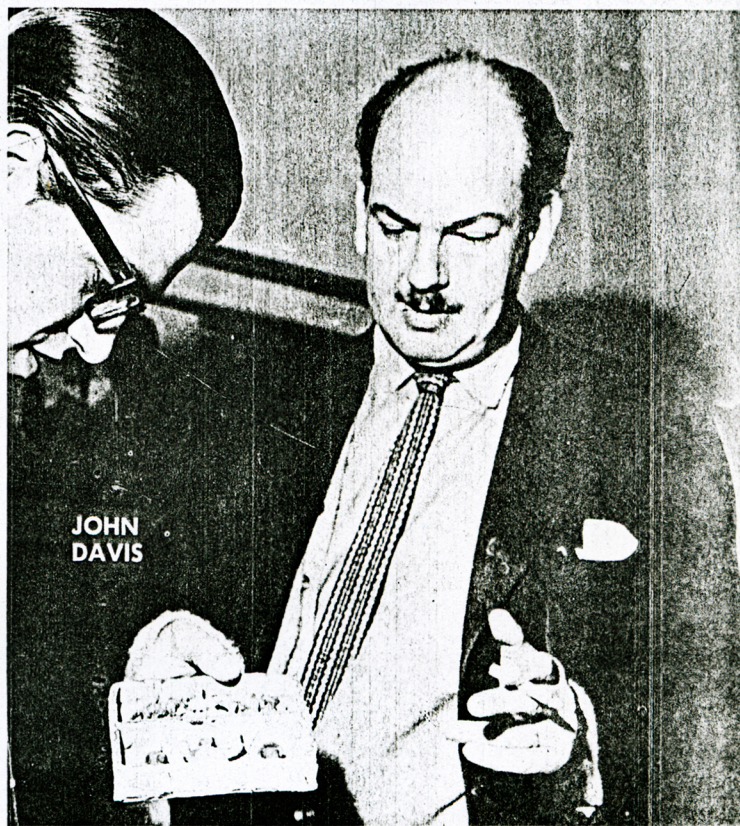
VOLTEE LA PAGINA

# ESTA EN CRISIS EL ARTE POPULAR

Victima de la popularidad, el torito de Pucará, cuya fama ha trascendido las fronteras del país, ha comenzado a ser desnaturalizado. El fenómeno que se registra afecta hasta al artista popular que está desvirtuando su obra acuciado por las exigencias del comerciante nacional y extranjero y la expansión de sus mercados que tienen su sede, lo mismo en la plaza del Porvenir, en Lima, que en la Quinta Avenida, en Nueva York, o en cualquier



JOSE MARIA ARGUEDAS



JOHN DAVIS

JOSE MARIA ARGUEDAS, Ex-Director de la Casa de la Cultura, autor de obras con profunda raíz nativa como "Yawar Fiesta" "La Agonia de Rasu Nit'i", "Rios Profundos" y trabajos etnológicos y sobre folklore de Ayacucho y Apurimac.

—¿Se encuentra en decadencia el arte popular? ¿Por qué?

—El arte popular peruano atraviesa por un periodo de transformación determinada por los cambios sociales que afectan a todo el país. Las muestras tradicionales más notables de nuestras artes eran de producción indígena y destinadas a su consumo; estaban, por tanto, vinculadas a las necesidades de orden material y religioso de la población mestiza e india; correspondían a la concepción que el artifice indio y su comunidad tenían del mundo y de las relaciones sociales. Casi violentamente estas mismas muestras que se encontraban en un periodo de debilitamiento, fueron muy bien acogidas en el mercado urbano que las tomó como objetos artísticos de ornato. La demanda se explica por su belleza proveniente no sólo de su forma sino de su contenido. No podría calificarse de **decadente** al arte popular peruano que ha entrado en un periodo de adaptación a un tipo de clientela muy diferente de la tradicional y para cumplir fines asimismo distintos. Diríamos que se encuentra en crisis debido a las causas que tan apresuradamente hemos intentado se-

ñalar. Se trata de un cambio de lo mágico hacia lo mercantil, de lo indígena rural a lo urbano cosmopolita. De ahí que el retablo ayacuchano y que el toro llamado de Pucará y toda la cerámica de Ayacucho se muestren en Lima, cada feria de Fiestas Patrias, con formas novedosas. El productor tradicional se encuentra algo perplejo ante el conflicto de satisfacer las preferencias de una clientela con la cual no ha estado tradicionalmente vinculada y a la cual no conoce bien. Este problema lo hace vulnerable, pues él mismo, el artifice, atraviesa por el conflicto inevitable de un desgarramiento de las propias fuentes tradicionales que le inspiraban antes sin vacilaciones.

—¿Qué se puede hacer para conservar su pureza? ¿Su autenticidad?

—Resulta siendo otro problema, ahora, el de la "pureza" de nuestras artes así conmovidas en su propia entraña. Deberíamos llamar "puro", provisionalmente, a todo aquello que el artista indígena crea "libremente", meditando en las preferencias de su nueva clientela y "forzado", lo que hace por "recomendación", por "imposición" o por cualquier otro medio de compulsión que lo convierte de **creador** en simple copista.

El Estado debía proteger esa "libertad". Propusimos a la Corporación de Turismo un plan en que la propia Corporación había pensado. Abrir tiendas en las que

JOHN DAVIS, Director del Art Center de Miraflores y comprador y expositor en varias ocasiones de muestras de arte popular de Cuzco, Puno y Ayacucho, así como en dicha galería y tienda.

—¿Se encuentra en decadencia el arte popular? ¿Por qué?

—El arte popular se va desvirtuando, sí, pero solo, sin influencias, ya que no es estático; va reflejando un tiempo. En Huancaayo se ve a campesinos fabricando aviones y helicópteros. Lo que se está perdiendo es la calidad de otras épocas.

Hay una evidente pobreza en artesanía actual. Además los tiempos actuales van diluyendo el sentido práctico que tenía antiguamente el arte popular. En la campaña resulta más barato tener un balde de plástico que una vasija de barro. El arte es una necesidad del hombre, pero su creación responde también a motivos económicos. Quinua es un famoso centro artesanal, pero por necesidad, porque su tierra es poco fértil. En Pucará hay más de 300 personas que se dedican a la artesanía y ella soporta toda la economía del pueblo.

Es muy difícil mecanizar o estandarizar este tipo de producción sin que pierda autenticidad. Hay que contar con profesionales que dicten cursos de decoración, de diseño y de técnicas para mejorar la calidad, pero no fabricar en serie. Hay una diferencia entre arte popular y pequeña

industria. Esta sí puede incrementarse en algo productivo para una gran cantidad de gente. En Art Center tenemos unas sillas muy bien hechas o algunos artículos cotillón que se importaban del Japón que pueden servir de ejemplo.

—¿Qué se puede hacer para mantener la autenticidad del arte popular?

—Hace poco tiempo estuve en un Congreso Internacional de Arte Popular en el que participaron 52 países y comprobé que muchas naciones pasaban por los mismos problemas del Perú, entre ellas Grecia y Etiopía. Hay en ellas una pérdida esencial de este arte. Pero en estos países se cuenta con apoyo de todo tipo para colocarlo en los mercados. México recibe 140 millones de dólares de ingresos por este concepto y lleva toda su mercadería directamente a Nueva York.

Al Perú se le pone trabas aduaneras e impositivas dentro y fuera de sus fronteras para exportar. Hay que buscar mercados y facilitarles la salida. Los plateros peruanos tienen dificultades para conseguir el metal. México les concede créditos para que compren. Hay que vender más dentro del Perú. Muchos artistas populares tienen que vender al Art Center el sobrante de su producción, para la Feria del Porvenir, porque de lo contrario tendrían que alquilar un camión y perderían plata.

PASA A LA PAG. 28