

[E.P.S. HUAYCO: ENCUESTA SOBRE PREFERENCIAS ESTÉTICAS DE UN PÚBLICO URBANO]
[DISCUSIÓN INTERNA]

RECOMENDACIONES PARA EL PROYECTO DE:
UNA EXPLORACIÓN DEL GUSTO ARTÍSTICO DE LA POBLACIÓN
TRANSEÚNTE DEL PARQUE UNIVERSITARIO DE LIMA*

FRANCISCO STASTNY

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
DIRECCIÓN UNIVERSITARIA DE PROYECCIÓN SOCIAL
MUSEO DE ARTE Y DE HISTORIA
Av. Nicolás de Piérola 1245 - Tel.: 274870
Lima 1 - Perú

RECOMENDACIONES PARA EL PROYECTO DE: UNA EXPLORACIÓN DEL GUSTO
ARTÍSTICO DE LA POBLACIÓN TRANSEÚNTE DEL PARQUE UNIVERSITARIO
DE LIMA

Consideraciones previas

Para que tenga validez científica una encuesta diseñada con el propósito de conducir un sondeo de opinión en un sector de la población se requiere cumplir con ciertas condiciones.

1°.- Las alternativas que se planteen deben ser lo más claras y definidas posible. Si no lo son, las respuestas serán confusas y las conclusiones serán engañosas.

2°.- Las alternativas propuestas deben ser limitadas. Mientras mayor sea el número [de] cuestiones que se desee investigar, mayor será el número de piezas que deberán ser puestas a la consideración de los sujetos y mayor será el número de preguntas que extenderán considerablemente el cuestionario. De otro modo

* Francisco Stastny. *Recomendaciones para el proyecto de: Una exploración del gusto artístico de la población transeúnte del Parque Universitario de Lima*. Lima: 9 de noviembre de 1980. 6 pp. (Documento mecanografiado. Archivo Luy / Mariotti). (Membrete: Museo de Arte e Historia, Dirección Universitaria de Proyección Social, Universidad Nacional Mayor de San Marcos).

los resultados estarán confundidos, cruzados entre sí, y no habrá manera de saber cuál factor se está midiendo, ni a qué se deben las respuestas obtenidas.

3°.- El público a que se dirija la encuesta debe ser definido de la manera más clara posible y los sujetos identificados según los criterios que se desee explorar.

4°.- Es necesario contar con un grupo de control a fin de que los resultados de la encuesta puedan compararse con otros considerados como «standard».

5°.- La encuesta debe cubrir un número suficiente de sujetos para tener valor estadístico en relación al conjunto de la población de la cual se ha extraído el muestreo.

Antes de considerar la manera de aplicar estos requisitos a una investigación en el área de las artes plásticas, es necesario recordar que las artes ofrecen dificultades adicionales para someterlas a tales análisis. Primeramente, porque los valores a medirse no son cuantitativos o de simples preferencias computables con un «sí» o un «no». Se trata más bien de valores cualitativos de especial complejidad. A la pregunta ¿qué prefiere Ud.: un Tiziano o una cerámica Mochica?; ¿un Rafael o un Leonardo?, no hay respuestas sencillas. Y si se es obligado a darlas, las conclusiones que se pueden extraer de ellas serán muy efímeras.

Y segundo, porque la obra de arte es, por naturaleza, un objeto extremadamente complejo compuesto de múltiples factores los cuales ejercen efectos afectivos e intelectuales muy variables sobre diferentes sujetos. A eso se debe que será siempre muy difícil conocer la causa real por la cual un individuo o un grupo de personas responde positivamente a ciertos estímulos artísticos.

Propósito original del experimento

La idea inicial fue organizar una exposición al aire libre en un lugar populoso con el objeto de procurar interesar en el arte contemporáneo a un público de nivel popular, y simultáneamente se propuso medir las reacciones del público por medio de una encuesta que revelara las preferencias estéticas de aquellos sectores sociales y que permitiera explorar el lenguaje visual de los espectadores.

Opciones

En las conversaciones sostenidas se han barajado esencialmente dos opciones metodológicas para conducir esta experiencia.

- A. Presentar obras de un número determinado de «estilos» seleccionados entre las modalidades más frecuentes entre los artistas contemporáneos peruanos y observar por medio de la encuesta cuáles recibirán preferencia del público asistente.
- B. Organizar un «experimento en comunicación con el público popular», sobre la base de crear un conjunto de obras según ciertos lineamientos formales establecidos *a priori* y sobre temas determinados; y enseguida medir la reacción del público por medio de la encuesta.

Comentarios a la opción A

Ésta es sin duda la manera más simple y rápida de enfocar el problema. Pero para que tenga algún valor tendrían que limitarse las propuestas a no más de tres estilos y presentar en cada uno de ellos un número igual de obras (unas 10 a lo menos) con características semejantes en cuanto a temas, formatos, tratamiento cromático. De esa manera quedaría variable tan sólo el factor del estilo y el efecto de éste sería el que se mediría en la encuesta.

Sino se hiciera con ese rigor, no habría ninguna seguridad de qué factor es el que determina las preferencias del público y no se podría extraer ninguna conclusión útil de valor general. Tan sólo se sabría que un porcentaje del público ha preferido tal o cual obra, pero no habría ningún indicio del por qué de esas preferencias.

Comentarios a la opción B

Este experimento sería más complejo. Implicaría las siguientes etapas:

1º.- Establecer una hipótesis acerca de las preferencias del lenguaje visual del público popular. Habría que tabular esas hipótesis en la definición de ciertos criterios formales concretos, tales como: concepción espacial - sistemas de composición - preferencias cromáticas - lo gráfico o lo pictórico - unidad o multiplicidad de temas - tendencia al volumen plástico o al plano - tratamiento realista o estilizado de las figuras - lo grotesco o lo elegante - etc.

Para establecer estas hipótesis acerca de las preferencias de los sectores populares, se podría recurrir al análisis de obras de arte popular actuales o del pasado, como Pancho Fierro, Martínez Compañón, decoración de mates, de tejidos, retablos, cerámica, las tablas de Sarhua, pinturas cuzqueñas campesinas del siglo XIX, etc.

2º.- Seleccionar algunos temas de interés universal que servirían de inspiración para todas las obras de la muestra. Deberían ser tan sólo dos o tres temas. De

esa manera, al establecer como común denominador los contenidos se aseguraría que no fue simplemente la preferencia por lo anecdótico lo que guió al espectador en su selección.

Se sugirieron los siguientes temas para escoger: amor (Eros), religión-magia (los misterios), muerte (Tanatos), política y lo social (Polis), comida (lo crudo y lo cocido).

Es necesario recordar aquí que para un público «no preparado» el tema es determinante en una obra de arte. Es una expectativa perfectamente lógica y correcta que el espectador se pregunta primero «¿esto qué significa». En el arte popular campesino los objetos tienen básicamente valores y contenidos («temas») mágico-religiosos. Incluso el mero ornamento de un objeto utilitario (flores, arabescos, diseños geométricos) tiene casi siempre un sentido propiciatorio. El arte popular urbano también es, por lo común, anecdótico o simbólico.

3°.- Preparar las obras según los criterios establecidos en el punto 1°.

4°.- Para establecer una alternativa, se podría invitar a algunos artistas que trabajen en otros estilos para que preparen obras sobre algunos de los temas predeterminados.

5°.- La encuesta debería estar formulada de tal manera que se procure medir si las obras fueron entendidas, además de gustadas. O sea comprobar si se había logrado establecer alguna forma de comunicación real con los espectadores, ya que el establecimiento de simples prioridades en las preferencias no es necesariamente un indicio significativo. Una persona puede, si se le exige, establecer prioridades de preferencias puramente caprichosas acerca de objetos que en el fondo le son totalmente indiferentes.

6°.- Antes o después del experimento en el Parque Universitario habría que hacer la misma experiencia en Miraflores con un público habituado a concurrir a exposiciones del arte actual a fin de que se puedan comparar los datos y medir si los resultados reflejan algunos rasgos peculiares al público popular.

Lima, 9 de noviembre de 1980

Francisco Stastny