

E.P.S. HUAYCO

ARTE AL PASO

8

EDIZIONI FLAVIANA LOCARNO

Arte al Paso, es el intento de un grupo de artistas plásticos peruanos que buscan a través de sus obras un acercamiento y diálogo con un público popular urbano en contraposición con el público "culto" que frecuenta las galerías de arte y que controla los sistemas económicos, políticos y culturales del país.

El video documenta las dificultades y los logros de este intento de comprensión y de comunicación con la cultura popular.

Incluye una encuesta realizada en dos plazas públicas donde el público se manifiesta sobre sus preferencias estéticas, entre el arte foráneo y el arte nativo.

Los comentarios críticos a este trabajo, son de Mirko Lauer, conocido poeta y crítico de arte latinoamericano.

Arte al Paso ist der Versuch einer Gruppe peruanischer Künstler, die mittels ihrer Arbeit einen Dialog mit einem populären Publikum der Hauptstadt von Peru, Lima, suchen, im Gegensatz zum "gebildeten" Publikum, welches die Kunstmuseen besucht und das die wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Systeme des Landes kontrolliert.

Das Video zeigt die Schwierigkeiten aber auch die Erfolge dieses Versuches eines Verständnisses und einer Kommunikation mit der Kultur des Volkes. Es beinhaltet eine Meinungsumfrage die in zwei Sektoren der Stadt durchgeführt wurde, wobei das befragte Publikum seine Bevorzugung zwischen einheimischer und auswärtiger Kunst äußerte.

Die kritischen Kommentare zu dieser Arbeit sind von Mirko Lauer, bekannter Lateinamerikanischer Dichter und Kunstkritiker.



EDIZIONI FLAVIANA LOCARNO

**MANIFIESTO DEL FESTIVAL DE ARTE TOTAL
CONTACTA 79 REALIZADO EN BARRANCO
JULIO-1979 LIMA-PERU.**

Las artes tradicionales, la evolución de nuestras expresiones artísticas populares, Las artes aplicadas, las técnicas modernas de masificación integradas como acto conceptual con los rituales de la vida diaria, solo se justifican si logran dinamizar las relaciones del desarrollo histórico rompiendo la inercia de una creatividad tolerada y controlada, buscando soluciones innovadoras que se opongan a la neutralización de la cultura.

Las experiencias de grupos y talleres colectivos son un aporte importante para lograr expresiones artísticas masivas, basadas en los rasgos auténticos de la cultura y la vida material nacional y latinoamericana hacia la autodeterminación y por el ascenso de las luchas de liberación en favor del progreso social, como contrapartida al sub-desarrollo, la represión y la dominación.

Finalmente declaramos nuestra satisfacción porque este Encuentro coincide con el triunfo del Frente Sandinista de Liberación Nacional de Nicaragua sobre la dictadura imperialista volviendo a encender dramáticamente e inevitablemente las discusiones sobre la función del arte.

**MANIFEST VOM FESTIVAL DER TOTALEN KUNST
CONTACTA 79 IN BARRANCO
JULI 1979, LIMA, PERU.**

Die traditionelle Kunst, die Entwicklung und Ausdrücke unserer Volkskunst, die angewandten Künste, die modernen Techniken der Massifikation als konzeptueller Akt in die alltäglichen Rituale des Lebens integriert sind nur sinnvoll, wenn sie die historische Entwicklung ankurbeln indem sie den Stillstand einer tolerierten und kontrollierten Schaffenskraft durchbrechen, erneuernde Resultate suchend die sich der Neutralsierung der Kultur wiedersetzen.

Die Erfahrungen in Gruppen und Gemeinschaftsateliers sind ein wichtiger Beitrag, um massive Kunstausdrücke zu erreichen, die auf den autentischen nationalen Grundzügen der Kultur im materiellen Leben basieren und in Latein-Amerika zur Selbstbestimmung und zur Förderung der Befreiungskämpfe für einen sozialen Fortschritt gegen Unterentwicklung, Unterdrückung und Dominierung.

Schliesslich geben wir unserer Befriedigung Ausdruck, weil diese Begegnung mit dem Triumph der sandinistischen nationalen-Befreiungsfront von Nikaragua über die imperialistische Diktatur zusammentrifft, und so auf dramatische Weise erneut die Diskussion über die Funktion der Kunst entfacht.

Transnacionales y alimentación en el Perú.

EL CASO DE LA LECHE.

Manuel Lajo L.

La producción de leche en el Perú es insuficiente para atender los requerimientos de lácteos de la población (aún considerando que la dieta de la mayoría de los peruanos es deficitaria en productos lácteos). En la actual década, cada año se ha importado entre 33 y 40 por ciento de los productos lácteos consumidos en el Perú.

Prácticamente el total de los productos lácteos importados llega en forma de insumos para la industria, principalmente grasa anhidra de leche y leche en polvo descremada. Leche Gloria absorbe casi el 50% de esos insumos provenientes principalmente de Nueva Zelanda.

En 1943, a poco de iniciada la producción de las plantas procesadoras de Carnation y Nestlé, la importación cubría apenas el 3% del consumo nacional de leche. Como puede observarse en el cuadro, de 1943 a 1974 la producción nacional de leche aumentó 2.5 veces pero la importación 60.3 veces. De allí que el **índice de dependencia alimentaria** (Importación/consumo) **haya saltado de 3 a 40 por ciento**. Se debe profundizar en las causas de este deterioro. No basta comprobar el estancamiento de la ganadería y de la agricultura, el acelerado crecimiento poblacional y la rápida expansión del mercado de la leche. Es todo un estilo de desarrollo agrario e industrial lo que explica la profundización de la dependencia alimentaria. La agroindustria de lácteos orientada por las Empresas Transnacionales expande aceleradamente el consumo de leche elaborada, acostumbrando a la población urbana a consumir productos antieconómicos para el país, como la leche evaporada y los productos maternizados.

Las políticas gubernamentales, obviamente, están influidas por las empresas de la industria de lácteos, especialmente por las filiales de la Carnation y Nestlé.

Si se tiene en cuenta que en el Perú se venden alrededor de seis millones de cajas de Leche Gloria (más o menos el equivalente a 288 millones de latas grandes azules) el valor de venta total asciende a unos 62 millones de dólares.

Cada centavo componente del precio de una lata significa millones de soles. Quién controla la formación de precios de este producto básico de la alimentación nacional?

Transnazionale und Ernährung in Peru.

DAS BEISPIEL DER MILCH

Manuel Lajo L.

Die Milchproduktion in Peru ist unzureichend um den Verbrauch für Kleinkinder bei der Bevölkerung zu decken, (ohne mitzuberücksichtigen, dass der Milchverbrauch für die grosse Mehrzahl der Peruaner zu gering ist). In diesem Jahrzehnt hat man zwischen 33 und 40 Prozent der in Peru verbrauchten Milchprodukte importiert. Praktisch alle importierten Milchprodukte kommen in Form von Rohprodukten für die Industrie, vorwiegend Trockenfett und entfettetes Milchpulver. "Leche Gloria" absorbiert fast 50 Prozent dieser Rohstoffe, die vorwiegend aus Neu-Seeland kommen. 1943, kurze Zeit nachdem die Produktion der Verarbeitungswerke "Carnation" und "Nestle" begann, machte unsere Einfuhr höchstens 3 Prozent des nationalen Milchverbrauches aus. Wie man aus dem Bild von 1943 bis 1974 ersehen kann, erhöhte sich die nationale Milchproduktion 2,5 mal aber die Einfuhr 60, 3 mal. Daraus kann man ersehen, dass die Zahl der **Nahrungsmittel-Abhängigkeit** – Einfuhr von Rohstoffen – **von 3 auf 40 Prozent gestiegen ist**. Man sollte ergründen woher diese Verschlechterung kommt. Es genügt nicht wenn wir Stagnierung in der Viehzucht und der Landwirtschaft feststellen, das überschnelle Anwachsen der Bevölkerung und daher die stete Expansion des Milchmarktes. Es ist eben ein "Stil der Entwicklung" in der Landwirtschaft und Industrie, der die Vertiefung der Lebensmittelabhängigkeit erklärt. Die von den Transnationalen orientierte peruanische Landwirtschaftsindustrie kurbelt eilig den Verbrauch von verarbeiteten Milchprodukten an; sie gewöhnt die Bevölkerung in den Städten daran, für das Land anti-ökonomische Produkte zu verbrauchen, wie die evapierte Milch und die Muttermilchprodukte.

Die Regierungspolitik ist sichtlich von den Unternehmen der Milch-Industrie beeinflusst, speziell durch die Filialen von "Carnation" und "Nestle".

Wenn man bedenkt dass in Peru jährlich um die 6 Millionen Kisten Milch verkauft werden mit 288 grossen blauen Büchsen pro Kiste, so beträgt der gesamte Verkaufswert bis zu 62 Millionen Dollar. Jeder Centavo der in dem Preis einer Büchsenmilch enthalten ist bedeutet Millionen von Soles. Wer kontrolliert die Preise dieses Grundproduktes der nationales Ernährung?

**Evolución de la producción y consumo de leche en el Perú
1943 - 1974
(Miles de TM)**

	1943	1960	1970	1974
Producción Nacional	315.3	397.5	845.2	813.0
Importación	9.2	110.2	423.2	543.8
Consumo *	324.5	507.7	1268.4	1356.8
Importación/Consumo (%)	3	22	33	40

*Consumo = Producción + Importación.

Fuente SCIPA, La situación alimenticia en Perú, 1943,
y estadística agraria de varios años.

**EVITAR EL BLOQUEO DE LAS MULTINACIONALES EN EL MERCADO DE ARTE Y LA COLONIZACIÓN
QUE IMPONEN LAS GRANDES MUESTRAS INTERNACIONALES. SOMOS LOS BARBAROS DE UNA EPOCA
FUTURA.**

Federico Morais.

Opina Mirko Lauer sobre ARTE AL PASO.

Arte al Paso, es un relativamente tímido esfuerzo por rescatar la tradición de la vanguardia que en el Perú, es una tradición débil. En términos formales fué la representación de varios impulsos encontrados e inorgánicos; el impulso de las diez mil latas en flor; el impulso de las leyendas en las paredes; el impulso de mi volante radical en el cual me reafirmo todavía; el impulso de las fotografías en las paredes; el impulso de los seis grabados. El asunto es que el lazo entre todas esas cosas era muy débil. Fué casi como la pataleta de un niño, se quería extraer el arte del circuito de las galerías y hacer de **Arte al Paso** una especie de grito del corazón que yo formularía un poco como, **Es que tiene Lima que ser una ciudad tan provinciana, tan atrasada, tan falta de oxígeno para respirar?**, yo creo que esto tiene dos puntas, tiene una punta perfectamente válida que es; bueno, **porqué diablos las personas que tienen en sus manos el control de la cultura, tienen una mente tan cagada?** Pero tiene el otro aspecto también que es un poco el grito lamentoso; **Porqué esto no es Europa?**, **Porqué esto no es Nueva York?**. Pienso que hay una tercera causa de la pataleta: la protesta contra la ignorancia por parte del sistema de las galerías, del sistema plástico estatal y de la cultura oficial, ajena de todo lo que es arte popular, de lo que es arte de la vida cotidiana de las personas.

He mencionado púes cinco o seis elementos diferentes que tuvo el primer intento de Arte al Paso, y a partir de ellos he mencionado cómo el encuentro de esos distintos elementos iba en busca de distintas cosas: un cuestionamiento del circuito de galerías, una revalorización del arte de los marginados, una búsqueda de oxígeno en medio del provincialismo.

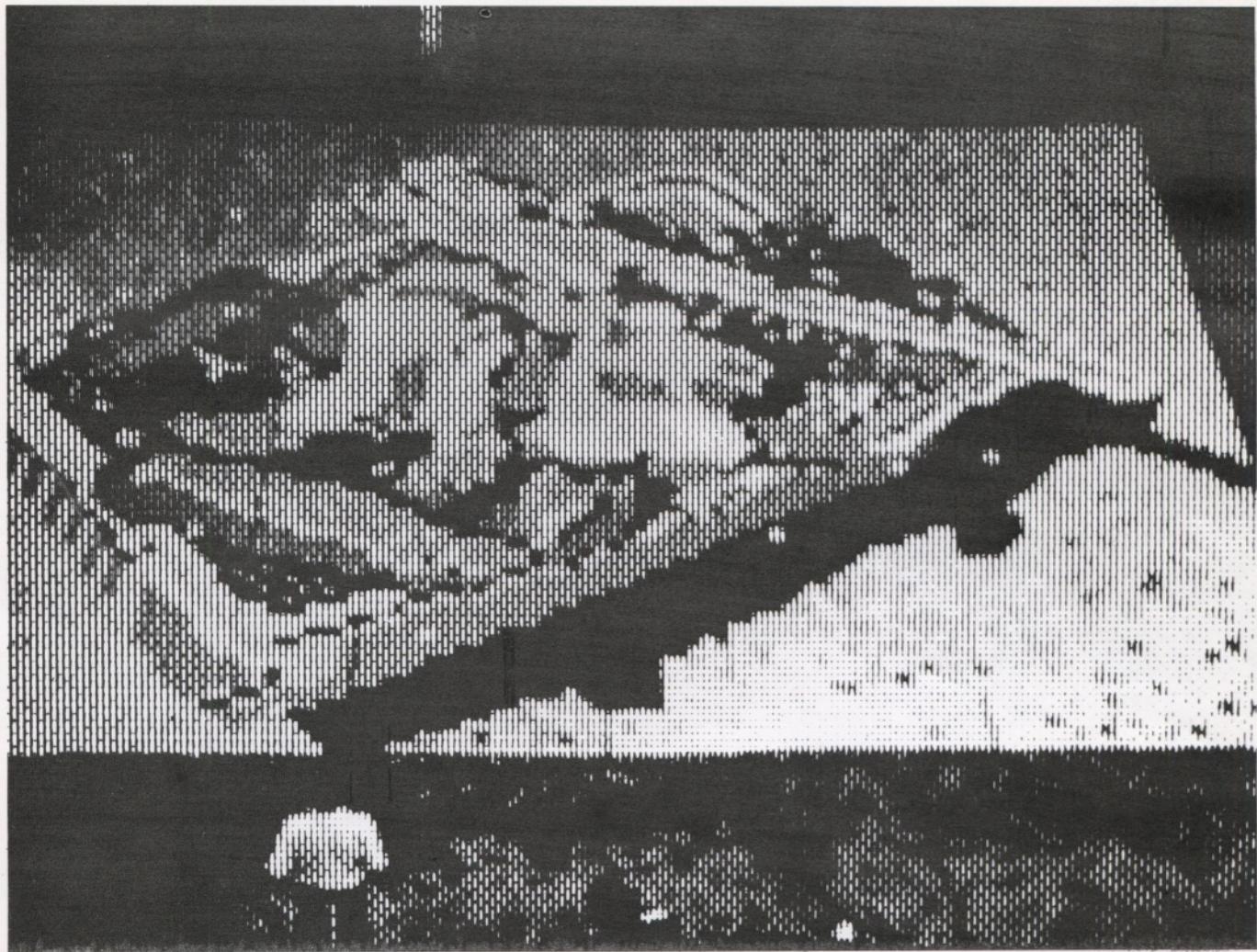
A estas cabría añadir una más: el genuino deseo en ese momento de realizar un trabajo de equipo, lo cual no es una experiencia inédita en la plástica peruana, pero siempre será una experiencia importante, y tengo entendido que este trabajo de equipo se sigue manteniendo y eso me parece realmente excelente y supongo que es lo que ha permitido la realización de toda la segunda parte del trabajo.

Meinung Mirko Lauers über ARTE AL PASO

Arte al paso ist ein relativ schüchterner Versuch, um die Tradition der Vangarde zu retten, die in Peru eine schwache Tradition ist.

Im formalen Sinne war es die Vorstellung mehrerer gefunder inorganischer impulse; der Impuls der zehntausend Blumen Büchsen; der Impuls der Zitaten und den Wänden, der Impuls meines radikalen Flugblattes, dass ich nochmals bestätige; der Impuls der Fotos an den Wänden; der Impuls der sechs Druckel Die Sache ist die, dass die Verbindung zwischen all diesen Dingen sehr schwach war. Es war fast wie der (Klamauk (pataleta) von Kindern) ein Kinderklamauk, man wollte die Kunst aus dem geschlossenen Kreis der Galerien heraushaben und aus **Arte al Paso** eine Art Herzensschrei machen was ich ein bisschen so formulieren würde; **Muss Lima denn eigentlich so eine Provinz-Stadt sein, so zurückgeblieben, mit so wenig Sauerstoff zum atmen?**

Ich glaube die Sache hat zwei Spitze Ende, sie hat eine Spitz die vollkommen richtig ist und zwar: gut, **warum zum Teufel haben die Personen, die die Kontrolle der Kultur in ihren Händen hat, einen so beschissen Geist?** Aber sie hat auch den anderen Aspekt der ein bisschen ein wehleidiger Schrei ist: **Warum ist das hier nicht Europa?** **Warum ist das hier nicht New York?** Ich glaube es gibt noch einen dritten Grund für den Kinderklamauk: der Protest gegen die Ignoranz im System der Galerien, im Plastik-System der Stadt und der öffentlichen Kultur, die allem was Volkskunst betrifft fremd gegenübersteht, allem was Kunst im alltäglichen Leben der Menschen ist. Ich habe glaube ich fünf oder sechs unterschiedliche Elemente angesprochen, die "Arte al paso" als erster Versuch mit einbezog und von dort ausgehend habe ich gesagt, wie das Trefene dieser verschiedenen Elemente auf der Suche nach verschiedenen Dingen war. Ein Infragestellen des geschlossenen Kreises der Galerien, eine Neubewertung des Kunst der "Ausgestossenen" (Aussenseiter), eine Suche nach Sauerstoff mitten in Provinzialismus. Diesen könnte man eine hinzufügen: der ehrliche Wunsch in dem Moment, eine Gruppenarbeit zu verwirklichen - was nicht eine neue Erfahrung in der peruanischen Plastik ist aber immer wird es eine wichtige Erfahrung sein und ich verstehe dass die Gruppenarbeit weiter so läuft und das scheint mir wirklich ausgezeichnet zu sein und ich nehme an, dass es die Verwirklichung des zweiten Teiles diese Gruppenarbeit ermöglicht hat.



LOS MULTIPLES ARTES DE LA PLASTICA PERUANA REQUIEREN SER OBSERVADOS ARTICULADAMENTE
PUES ES ARTICULADAMENTE COMO SE DA LA COEXISTENCIA DE LOS FENOMENOS EN UNA SOCIEDAD
DE DOMINADOS Y DOMINADORES.

Mirko Lauer.

Sin embargo lo que a mi me queda como recuerdo es: al planteamiento le falta radicalidad, tanto en lo estético, como en lo político Arte al Paso, pudo y debió ser mas radical. Quizás si hubiera sido más radical, hubiera tenido una trascendencia mayor de la que ha tenido desde ese año en el que se inicio su trabajo. Porque, volviendo a los objetivos que yo le adjudicué a la iniciativa de Arte al Paso, pienso que su grado de vanguardismo fué - y eso se demostró perfectamente - asimilable por el ESTABLISHMENT de la plástica peruana. Ese ESTABLISHMENT se permitió incluso recibirla con indiferencia o elogiarlo con complacencia, e incluso comprenderlo. Cuando un medio comprende una iniciativa vanguardista, esta tiene una vida relativamente corta. Porqué? Porque en el momento que Arte al Paso se ha dado en el circuito de galerías, el medio de las galerías que se cuestionaba estaba, y está, en condición de asimilar cosas muchísimo más radicales.

La posición de Arte al Paso es un poco limeña, es un poco complaciente, le ha faltado realmente algún filo duro para plantear las cosas. Y esa es una pregunta que habrá que plantear: Por qué no es más agresivo?

La diferencia con el vanguardismo europeo de hoy es que en Arte al Paso hay una clara y decidida vocación popular. Este sería un motivo para que fuera más radical, mucho más radical. Porque en cuanto nuestro tema es la lata sucia de la barriada y el vendedor de salchipapas y el comprador de salchipapas, el viajero del microbús o todos estos otros personajes de los grabados, nuestra obligación mínima es de ser por lo menos tan radical como la situación frente a la cual nos encontramos. Y entonces, claro, frente a las experiencias del microbús, que cosa son los desnudos de los afiches?

Frente a la experiencia de una situación de salchipapas? que cosa es su representación figurativa?

Creo que Luis Freire lo llamó POP en un periódico... Hay definitivamente una falta de radicalidad en todo el planteamiento que permitió semejante malentendido.

Trotzdem, was mir selbst als Erinnerung bleibt ist: der Aussage fehlt Radikalität, ebenso im esthetischen wie auch im politischen, "Arte al Paso" hätte viel radikaler sein können und sollen. Wenn es vielleicht radikaler gewesen wäre, hätte es viel mehr Traszendenz gehabt als in dem Jahr als seine Arbeit begann. Denn, um auf die Ziele die ich der Initiative von "Arte al paso" zugesprochen hatte zurückzukommen denke ich, dass ihr Grad von Vangardismus vollkommen vom Establishment der peruanischen Plastik aufgenommen wurde, das konnte man ja sehen.. Dieses Establishment erlaubte sich sogar, "Arte al paso" gleichgültig aufzunehmen oder es wohlgefällig zu loben und sogar es zu verstehen. Wenn eine Gesellschaft eine vanguardistische Initiative versteht, hat diese ein relativ kurzes Leben. Warum? Weil in dem Moment, als sich "Arte al paso" in den geschlossenen Kreis der Galerien begab, die in Frage gestellten Galerien fähig waren, noch viel radikalere Dinge aufzunehmen und zu assimilieren. Die Position von 'Arte al paso' ist ein bisschen 'Limena', ist ein bisschen selbstgefällig, es hat ihr wirklich irgendwie harter Schliff gefehlt, um die Dinge aufzuzeigen. Und dies ist eine Frage die man stellen müsste: Warum ist "Arte al paso" nicht aggressiver?

Der Unterschied zur heutigen europäischen Vgarde ist, dass aus "Arte al paso" eine klare und entschlossene Berufung zum Volkspricht. Das sollte aber ein Motiv zu mehr Radikalität sein, viel radikaler. Denn unser Thema ist ja die schmutzige Büchse aus den "Barriadas" und der Verkäufer von "Salchipapas", der Mikrobusreisende oder all die angebenteudnen Personen auf den Siebdrucken. Unsere pflicht ist es also, mindestens so radikal zu sein wie eben die Situation vor der wir uns befinden. Und dann natürlich, mit den Erfahrungen vom Mikrobus: was sind denn die Nackposter? Mit der Erfahrung einer "Salchipapasituation"! Was stellt denn ihre figurative Darstellung vor?

Ich glaube, Luis Freire hat es POP in einer Zeitung genannt. Auf jeden Fall fehlte der ganzen Angelegenheit die Radikalität, die ein solches Missverständnis ermöglichte.



NI LA HISTORIA NI LA TEORIA DEL ARTE ESTARAN EN CONDICIONES DE ABASTECER IDEAS ORIGINALES
MIENTRAS CONTINUEN LIMITADAS A LAS OBRAS DE ARTE Y DEPENDIENDO DE ELLAS.

Juan Acha.

ENCUESTA SOBRE PREFERENCIAS ESTETICAS DE UN PUBLICO URBANO

realizada en la ciudad de Lima, con la colaboración del Programa de Historia del Arte de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, y el Programa de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima, en los meses de diciembre de 1980 y enero de 1981.

En el Parque Universitario, el público encuestado, constituido principalmente por provincianos inmigrantes, obreros, estudiantes, trabajadores manuales, trabajadores domésticos, ambulantes y desocupados, en su mayoría con educación secundaria en colegio nacional, manifestó su preferencia por la música folclórica y la salsa, así como por la lectura de los periódicos el Diario de Marka y Expreso.

Confrontado con tres imágenes de arte nativo y tres imágenes de arte foráneo, subdivididas en tres grupos, expresó una preferencia evidente por el tema religioso, representado por un Cristo popular o Taytacha y por el Cristo de Giotto. En segundo lugar eligió el tema figurativo, representado por una cabeza Chavín y por la mujer que llora de Picasso, menor interés mostró por el tema abstracto representado por una composición de Mondrian y un particular de un tejido Huari.

En el tema religioso prefirió la imagen del Taytacha.

En el tema figurativo mostró similar interés por la cabeza Chavín, y la mujer que llora de Picasso.

En el tema religioso prefirió la imagen del Taytacha.

En el tema figurativo mostró similar interés por la cabeza Chavín, y la mujer que llora de Picasso.

En el tema abstracto, mostró también similar interés por la composición de Mondrian y por la composición Huari.

Las imágenes que menos gustaron fueron la mujer que llora de Picasso y la composición de Mondrian.

Concluida la encuesta el público podía escoger para llevarse como obsequio una de las seis imágenes.

En el Parque Universitario las imágenes más solicitadas fueron la del Taytacha y la cabeza Chavín.

En el Parque Central de Miraflores, el público encuestado constituido principalmente por estudiantes, empleados y profesionales, nacidos en Lima, con educación secundaria y superior expresó una amplia preferencia por la música moderna y clásica, y por la lectura del periódico El Comercio.

Confrontado con las mismas imágenes que las presentadas en el Parque Universitario, dispuestas también en tres grupos y respondiendo al mismo cuestionario, expresó un interés casi equivalente por los tres temas, el tema religioso el tema figurativo y el tema abstracto.

En el tema religioso expresó una clara preferencia por el Cristo de Giotto.

En el tema figurativo hubo una evidente preferencia por la mujer que llora de Picasso.

En el tema abstracto por la composición de Mondrian.

Las imágenes que menos gustaron fueron la cabeza Chavín, y la composición Huari.

El público encuestado en Miraflores escogió como obsequio la mujer que llora de Picasso y el Cristo de Giotto.

MEINUNGSUMFRAGE UEBER AESTHETISCHE VORLIEBE DER GROSSSTADTBEVÖELKERUNG.

In Lima im Dezember 1980 und Januar 1981 realisiert in Zusammenarbeit mit dem Programm für Kunstgeschichte der Universität von San Marcos und dem Programm für Komunikationswissenschaften der Universität von Lima.

Im "Parque Universitario" setzte sich das befragte Publikum vorwiegend aus Immigranten von den Provinzen zusammen, aus Arbeitern, Studenten, Schülern, Handwerkern, Hausangestellten, Strassenverkäufern und Arbeitslosen; die meisten haben eine vollständige Grundschulbildung in nationalen Schulen; sie bevorzugen eindeutig Folksmusik und "Salsa", sowie die Tageszeitungen, El Diario de Marka und Expreso.

Mit drei Bildern der Eingeborenen-Kunst und mit drei Bildern ausländischer Kunst, konfrontiert die ihrerseits in drei Untergruppen unterteilt wurden zeigte das befragte Publikum ein ausdrückliches Interesse für das religiöse Thema, durch einen Volkskunst-Christen, genannt "Taytacha" und einem Christus von Giotto dargestellt.

An zweiter Stelle wählten sie das figurative Thema, repräsentiert durch einen Kopf von "Chavín" und durch die "weinende Frau" von Picasso, weniger Interesse Zeigten sie für das abstrakte Thema, repräsentiert durch eine Komposition von Mondrian und einem Huari Gewebe.

In dem religiösen Thema bevorzugten sie das Christusbild Taytacha.

In dem figurativen Thema zeigten sie ein ähnliches Interesse für die Komposition von Mondrian und für die Komposition von Huari.

Die Bilder die am wenigsten gefielen waren die weinende Frau von Picasso und die Komposition von Mondrian.

Als die Umfrage beendet war konnte das Publikum eines der vier Bilder aussuchen und als Geschenk mitnehmen.

Im Parque Universitario waren die beiden am meisten gewünschten Bilder, der Taytacha und der Chavín-Kopf.

Im Zentralpark von Miraflores, elegantes Wohn und Einkaufszentrum von Lima, bestand das Publikum fast ausschließlich aus Studenten, Angestellten und Akademiker, die in Lima geboren waren, sie hatten Grundschulbildung und Oberschulbildung sie bevorzugten fast alle moderne und klassische Musik und lesen die konservative Tageszeitung "El Comercio".

Mit denselben Bildern konfrontiert wie das Publikum im Parque Universitario, ebenso in drei Gruppen aufgeteilt und mit demselben Fragebogen, zeigten sie ziemlich gleichmässiges Interesse für die drei Themen, das religiöse Thema, das figurative Thema, und das abstrakte Thema.

In dem religiösen Thema bevorzugten sie klar den Christus von Giotto.

In dem figurativen Thema gab es eine eindeutige Bevorzugung der weinenden Frau von Picasso.

In dem abstrakten Thema für die Komposition von Mondrian.

Die Bilder, die am wenigsten gefielen waren der Kopf von Chavín und die Komposition von Huari.

Das Publikum von Miraflores wählte als Geschenk, die weinende Frau von Picasso und den Christus von Giotto.



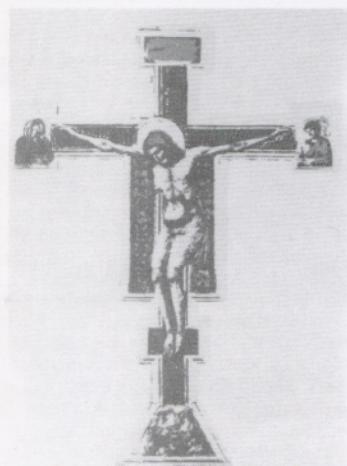
Taytacha



Chavin



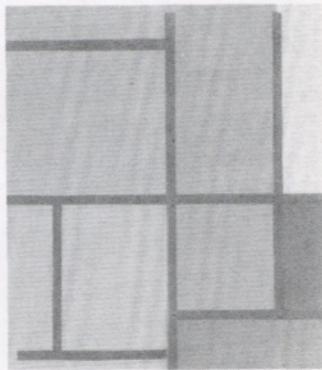
Huari



Giotto



Picasso



Mondrian

PODEMOS SUSTITUIR LA ANTIGUA CONSIGNA BURGUESA, "LA HISTORIA DEL ARTE ES LA HISTORIA DE LOS ESTILOS" POR LA CONSIGNA SIGUIENTE: "LA HISTORIA DE LA PRODUCCION DE IMAGENES ES LA HISTORIA DE LAS IDEOLOGIAS EN IMAGENES".
Nicos Hadjinicolaou.

LA IMAGEN MILAGROSA

Por Alvaro Diez Astete.

Revista Marka No. 204 Lima, Mayo, 1981.

La imagen y la fuerza milagrosa de Sarita Colonia es un caso patente de realización simbólica en la que el elemento religioso se ensambla con determinado plano del gusto estético popular y así sirve de continente a la dramática unión del pensamiento mágico y la realidad social inmediata. Sarita Colonia es hoy, en Lima una santa (aún no elaborada por el Vaticano) que concita el fervor y la devoción de los más desvalidos de la sociedad, el mundo del hampa y la prostitución, de ciertos sectores de trabajadores por ejemplo los estibadores del puerto, o los choferes de todo Lima, cuya imagen transportan cotidianamente por el gran laberinto.

De ella se sabe que nació en Huaraz en 1914 y murió el 20 de diciembre de 1940 en el Callao. Es en el Callao precisamente donde surge su culto, pero menos preciso es el porque. Las versiones sobre la vida y la muerte de Sarita son diversas y a veces contradictorias. Lo cierto es que cuando murió la enterraron en la fosa común del cementerio del Callao y que luego sus familiares exhumaron su cadáver, trasladandolo a un nicho. Posteriormente, el pueblo le ha construido un mausoleo que se ha convertido con los años en un verdadero santuario ornado con miles de exvotos, alrededor del cual se ha formado una constelación de comerciantes ambulantes (dentro del cementerio mismo) que expenden toda la parafernalia imaginable para motivar y viabilizar la devoción.

El prestigio numinoso, la cotidianidad de su presencia, la dulzura de su rostro, configuran la imagen de los anhelos mas dispares.

Ni siquiera sus hermanos que aún viven pueden dar una pauta cierta de su extraña condición sobrenatural. Apenas señaremos aquí tres elementos que reclaman una atención antropológica de fondo y que prometen talvez el conocimiento de una nueva región de la psicología social porque se está aistiendo privilegiadamente al nacimiento mismo de un mito: Sarita Colonia en Lima, es una santa provincial venida con las migraciones, cuya diferenciación étnica está subrayada y que realiza milagros directamente relacionados con las necesidades apremiantes del grueso de la población, es decir, salud, protección, trabajo, suerte en la vida.

DAS HEILIGE BILD

Von Alvaro Diez Astete

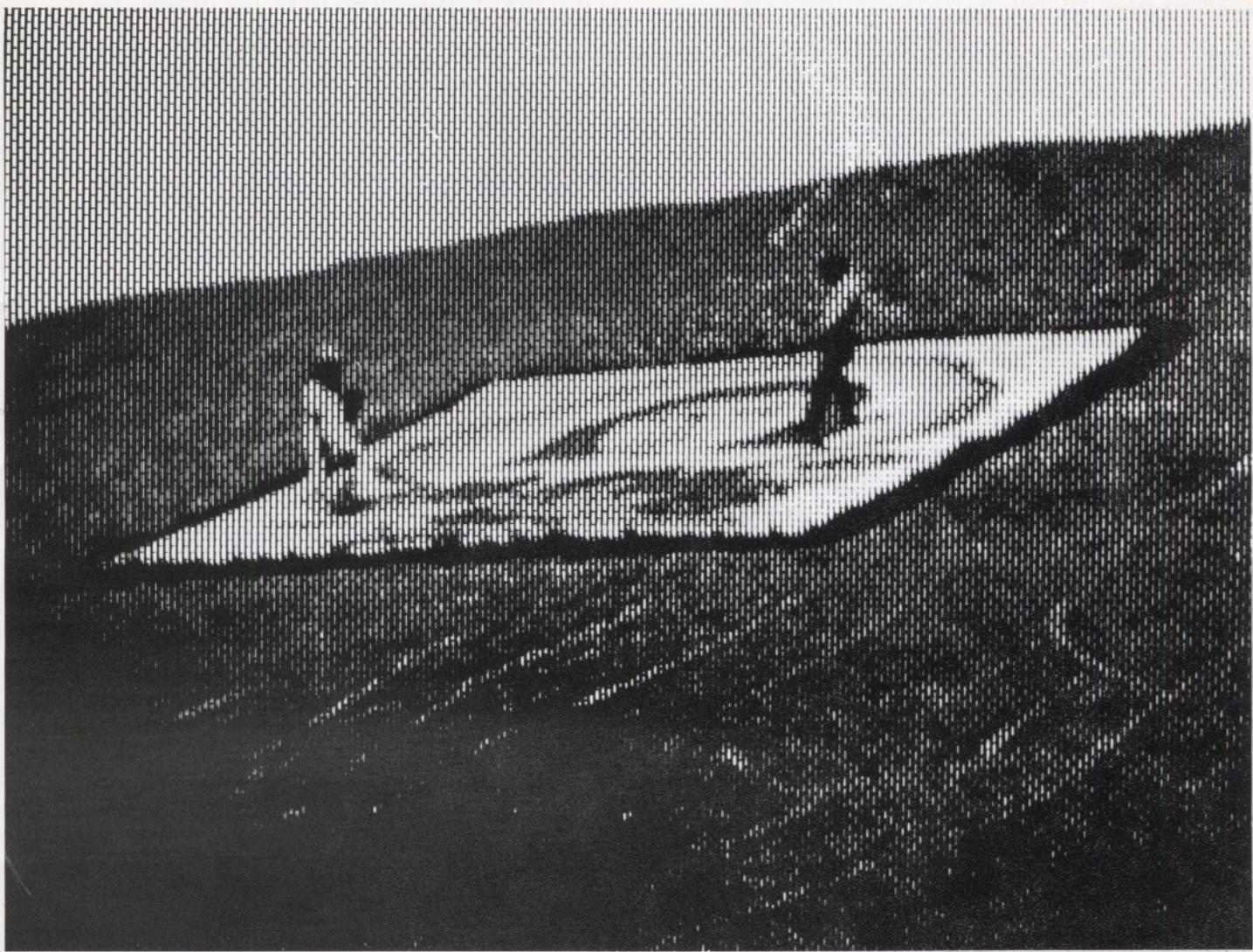
Zeitschrift Marka No.204 Lima,Mai 1981

Das Bild und die wunderbare Kraft von Sarita Colonia ist beispielhaft für die symbolische Realisation in welcher das religiöse Element mit einer bestimmten Art Volksästhetischen Geschmacks verknüpft ist und auf diese Weise dient es zum Zusammenhalt einer dramatischen Union des magischen Denkens und der direkten sozialen Realität. Sarita Colonia ist heute in Lima eine Heilige, wenngleich nicht durch den Vatikan anerkannt, die die Hingabe und Untertänigkeit der Wehrloesten dieser Gesellschaft auf den Plan ruft, aus der Unterwelt und der Prostitution und bestimmte Sektoren von Arbeitern, zum Beispiel die Träger am Hafen oder die Bus und Taxi-Fahrer von ganz Lima die das Bild von Sarita Colonia täglich durch das grosse Laberynth von Lima fahren.

Von ihr weiss man, dass sie in Huaraz (im Norden Perus) 1914 geboren wurde und am 20. Dezember 1940 in Callao, dem grossen Hafenviertel von Lima starb.

Gerade hier im Callao ist es, wo der Kult für sie aufkam, aber weniger sicher ist man über das "Warum". Die versionen über das Leben und den Tod von Sarita Colonia sin sehr unterschiedlich und manchmal auch widersprüchlich.

Wahr ist, dass man sie als sie starb, in dem Massengrab auf dem Friedhof von Callao begrub und später erst bettetten ihre Familienangehörigen sie in eine Nische um. Später hat das Volk ihr ein Mausoleum errichtet, dass mit den Jahren zu einem wirklichen Heiligenschrein geworden ist, mit tausenden von Bildern und Kränzen und Ornamente ihrer Gläubigen geschmückt. Um das Mausoleum herum haben sich eine Unzahl von Verkäufern geschart, auf demselben Friedhof also, die alle nur erdenklichen teuflischen Dinge verkaufen um den Glauben zu motivieren und in die Wege zu leiten. Das leuchtende Prestige, die Alltäglichkeit ihrer Erscheinung, die Süsse (Lieblichkeit) ihres Gesichtes vereinen in sich die entgegengesetztesten Sehnsüchte. Nicht einmal ihre Brüder, die noch leben, können wirklich feste Anhaltspunkte für ihre eigenartige übernatürliche Befähigung geben. Wir können hier gerade drei Elemente anführen, die eine gründliche antropologische Aufmerksamkeit fordern und versprechen vielleicht die Entdeckung einer neuen Region in der Sozialpsychologie, denn man kann als Previlegierter der Geburt eines Mytos beiwohnen: Sarita Colonia aus Lima ist eine Heilige Provinzlerin die mit den Emigranten gekommen ist, deren ethnischer Ursprung besonders hervorgehoben ist, wenn man die Situation der ethnischen Ungleichheiten in Lima bedenkt, und die Wunder vollbringt, die direkt mit den brennenden Notwendigkeiten der grossen Mehrheit der Bevölkerung verknüpft sind, dass heisst: Gesundheit, Arbeit und Glück im Leben.



EL PROBLEMA DEL ARTE ESTA LIGADO INTIMAMENTE AL FENOMENO DE LA DIVISION DE CLASES Y
PARA EXPLICARLO HAY QUE PARTIR DE ESAS OPOSICIONES SINO QUEREMOS CAER EN LA
ARBITRARIEDAD.

Alfonso Castrillon.

SARITA EN EL ARTE

Desde Enero del presente año Sarita Colonia mira el cielo y los caminos del sur día y noche. El rostro de la santa ha sido representado allí como una aparición onírica. Es la obra de "Arte al Paso", compuesta con cerca de 12,000 latas de leche, por un conjunto de artistas jóvenes reunidos en el Taller de Estética de Proyección Social HUAYCO. Ellos son Francisco Mariotti, María Luy, Herbert Rodrigues, Armando Williams, Mariela Zevallos y Charo Noriega, quienes uniendo sus esfuerzos en el trabajo colectivo, **recogieron la significación probada de Sarita Colonia en su carácter sociocultural**, para ofrecer a un público tan amplio y diverso como pueden ser los viajeros y los peregrinos, la exposición permanente de esa imagen, en pos de promover el encuentro del arte y el público masivo en una dimensión estética nueva en la que se integran el árido paisaje, el tamaño enorme de la obra, la soledad de las distancias y la inusitada identificación plástica de aquel misterio cotidiano.

Opina Mirko Lauer.

Viendo SARITA COLONIA, que es un mural derribado por tierra, que me parece realmente muy bello, inclusive mucho más hermoso que el salchipapas, pienso que es una experiencia más avanzada: se puede ya cuestionar, si SARITA COLONIA es algo que está dentro o fuera de la galería, casi se podría pensar que ya estaría fuera de la galería, que su público son los choferes de la Panamericana Sur.

Sin embargo también hay una pregunta: Porqué SARITA COLONIA? Por qué es un mito popular?

Hay una cierta sonrisa taimada frente a un fenómeno como lo de SARITA? O habrá una cierta cucufatería frente a SARITA? O respecto a lo popular? o de los mitos populares? Por otro lado, los mitos populares son mitos de la liberación popular? No hay también mitos de la alienación popular? No se podría hacer una tarea pedagógica, de desmisticificación? de irreverencia al menos?

Son preguntas que para mi quedan en el aire... Recuerdo lo que decia Hemingway: que todo creador lo primero que tenía que tener era un buen detector de mierda, y realmente para navegar por el mundo de los valores populares urbanos yo creo que un detector así es indispensable.

Cuál Cultura es efectivamente popular?

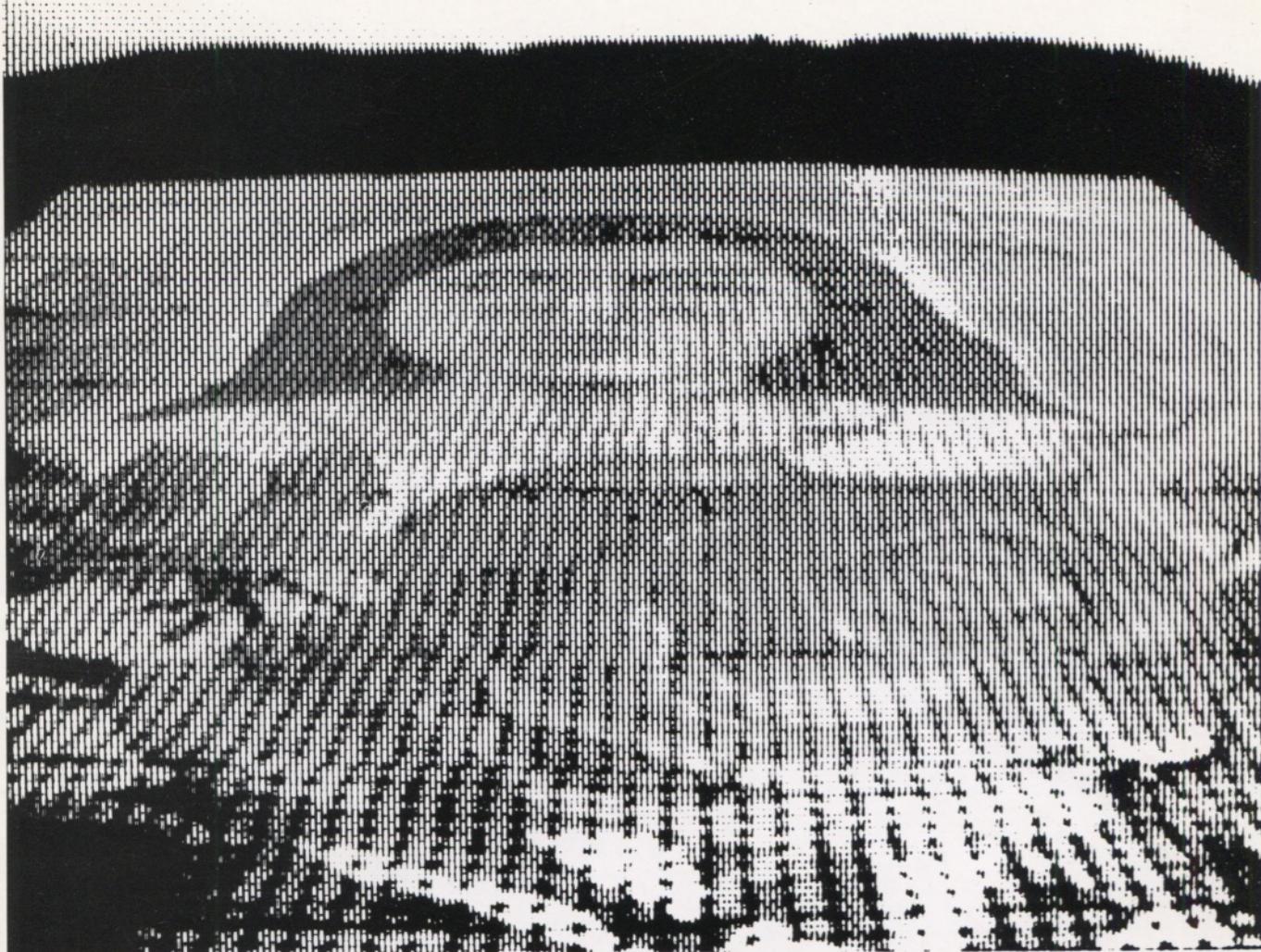
SARITA IN DER KUNST

Seit Januar 1981 sieht Sarita Colonia Tag und Nacht in den unendlichen, azurblauen Himmel der Pazifikküste. Das Gesicht der Heiligen hat sich dort wie ein Traum repräsentiert. Es ist ein Werk von "Arte al paso" zusammengestellt aus ungefähr 12'000 Milchbüchsen, zusammengesucht und erstellt von Künstlern des Ateliers für Sozialästhetische Projektion Huayco', das sind Francisco Mariotti, Maria Luy, Herbert Rodriguez, Mariella Zevallos, Armando Williams und Charo Noriega, die gemeinsam unter Aufwendung all ihrer Kräfte die erwiesene Bedeutung von Sarita Colonia und ihren sozial-kulturellen Charakter zusammengetragen haben, um einem so breit gefächerten und unterschiedlichen Publikum wie den Reisenden und Wallfahrern die permanente Ausstellung dieses Bildes anzubieten, mit dem Gedanken die Begegnung der Kunst mit einem breiten Publikum zu ermöglichen und das in einer neuen ästhetischen Dimensionen, wo die Wüstenlandschaft und die überdimensionale Ausmasse des Werkes miteinander in der Einsamkeit der Entfernung und der ungewöhnlichen Identifikation des künstlerischen Ausdrucks dieses alltäglichen Wunders verschmelzen.

Meinung Mirko Lauers

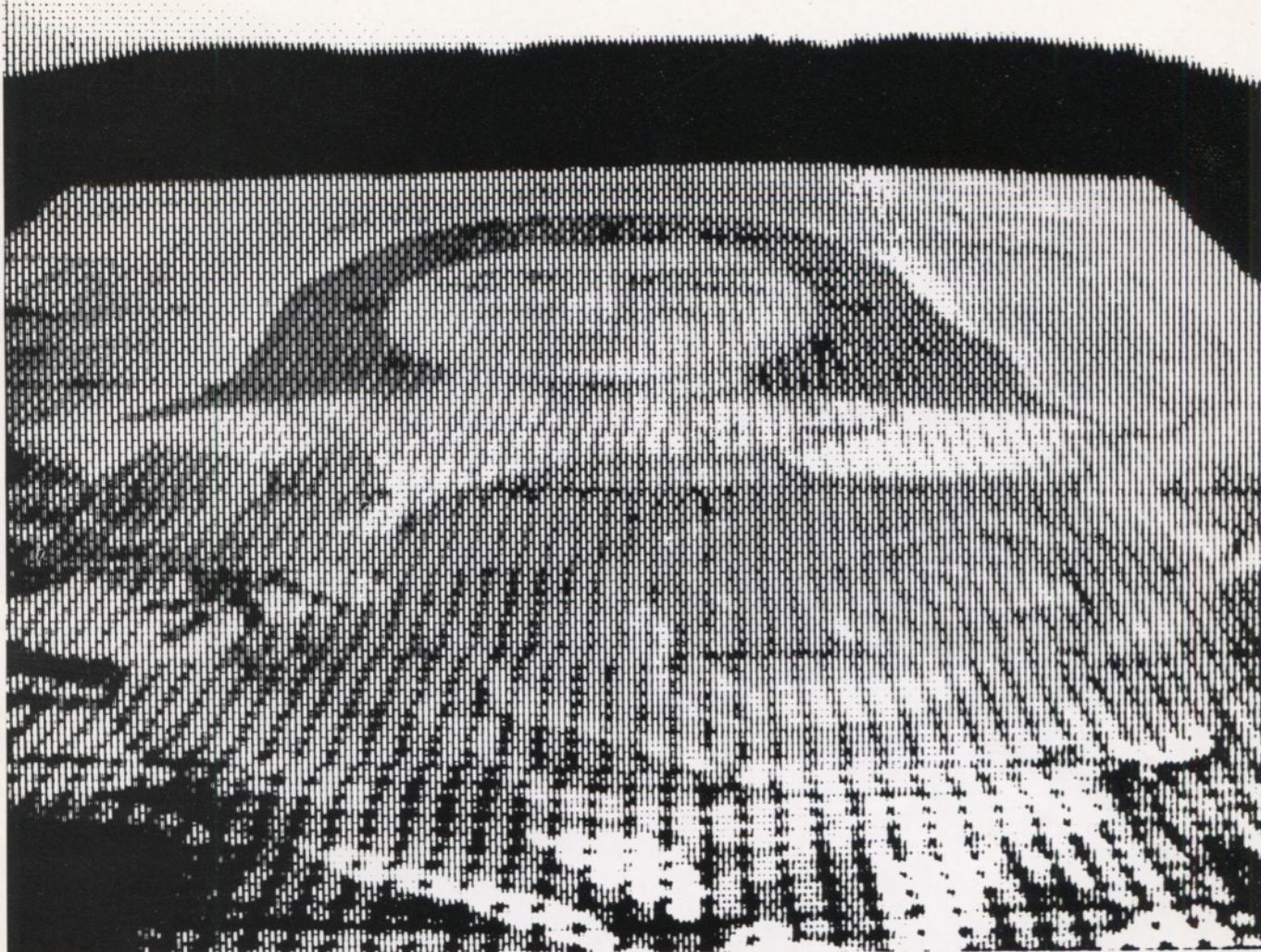
Wenn ich Sarita Colonia sehe, das ist eine auf den Boden geworfene Wandmalerei (Mural), die ich wirklich sehr schön finde, sogar viel schöner als die Salchipapas, dann denke ich dass es eine avancierte Erfahrung ist: man kann schon bemängeln, ob Sarita Colonia etwas ist, dass ausserhalb oder in der Galerie ist, und dass ihr Publikum die Autofahrer der "Panamericana Sur" sind. Es stellt sich trotzdem die Frage: Warum Sarita Colonia? ? Weil sie ein Volksmythos ist? Könnte man nicht eine pedagogische Aufgabe unternehmen, eine Desmystifizierung? oder wenigstens eine Missachtung ?

Das sind für mich Fragen die in der Luft bleiben... Ich erinnere mich da gerade ein bisschen was Hemmingway gesagt hat: Dass jeder Schöpfer (Künstler) als erstes ein Guter "Scheissdetektor" haben müsste und ich glaube wirklich, um in der Welt der Grossstadtwerke des Volkes zu navigieren, glaube ich ist so ein Detektor unerlässlich. Welche Kultur ist effektiv populär ..?



**PARA DESARROLLAR LA PARTICIPACION SOCIAL DE LAS ARTES VISUALES DEBE COMENZARSE POR
ELIMINAR EL ESTETICISMO DE LAS BELLAS ARTES Y ELABORAR UNA TEORIA SOCIAL DE LAS ARTES
VISUALES.**

Nestor Garcia Canclini.



**PARA DESARROLLAR LA PARTICIPACION SOCIAL DE LAS ARTES VISUALES DEBE COMENZARSE POR
ELIMINAR EL ESTETICISMO DE LAS BELLAS ARTES Y ELABORAR UNA TEORIA SOCIAL DE LAS ARTES
VISUALES.**

Nestor Garcia Canclini.

Un Proyecto de E.P.S. Huayco

Ein Projekt von E.P.S. Huayco

Francisco Mariotti

Maria Luy

Rosario Noriega

Mariela Zevallos

Juan Javier Salazar

Herbert Rodrigues

Armando Williams

**Documentado en Video en los
talleres de Media Studio Creatio
en Octubre de 1981**

**In Video dokumentiert in den
Ateliers von Media Studio Creatio
im Oktober 1981**

Documentación Fotográfica

Photographische Dokumentation

Marianne Ryzek

Guillermo Orbegoso

Encuesta/Meinungsumfrage

Programa de Arte de la Universidad

Nacional Mayor de San Marcos.

Programa de Ciencias de la

Comunicación de la Universidad de Lima.

Javier Gallegos

Realización Video/Realisierung Video

Lorenzo Bianda

Maria Baracca

René Candolfi

Maria Luy

Francisco Mariotti

Dirección/Regie

Francisco Mariotti

Lorenzo Bianda

Locución/Sprecher

Miguel Cienfuegos

Maria Luy

Duración/Dauer : 28min.

Tape: U-Matic

Producción Ejecutiva/Ausführung

**Media studio
creatio**

VIA VARENNA 45/47

CH-6600 LOCARNO

TEL.093 3122 08-09

TELEX 84 60 40 FACS

VIDEO

CINEMA

GRAFICA

FOTOGRAFIA

Realizzazione: Media Studio Creatio
Stampa: Print Art Atelier Locarno