

Ex-libris

Alfonso Castrillón Vizcarra

Instituto de Investigaciones Museológicas y Artísticas / Universidad Ricardo Palma
ccastrillon@urp.edu.pe

Roca-Rey, C. (2016). *La propaganda visual durante el gobierno de Juan Velasco Alvarado (1968-1975)*, Lima: IFEA.

No cabe duda, el descubrimiento de la litografía por Aloys Senefelder preparó el camino de la propaganda visual. En un primer momento al servicio del arte, como se puede ver en las obras de Jules Chéret y su discípulo Toulouse-Lautrec, en los carteles de este último el tema artístico pesa más que los caracteres informativos, reducidos a los nombres de los artistas o de los locales de diversión. La comunicación era directa, sensorial y sobrentendida.

Según los estudiosos es a raíz de la Primera Guerra Mundial y la Revolución Rusa que surge la propaganda política visual, auxiliada por el desarrollo de las nuevas técnicas de impresión, para un público multitudinario. En el Perú la crítica social y política se había desarrollado gracias al formato modesto de la caricatura y la información de masas en el 800 limeño, se reducía a simples cartelones en una esquina de la Plaza de Armas anunciando las corridas de toros y el teatro, como puede verse en una pintura de Rugendas. Saltando los años, recuerdo un afiche de la época de Odría pegado en las paredes del centro de Lima, donde un soldado, parado sobre el Perú y con una escoba en las manos, barría unos cancheros del suelo de la patria que llevaban inscrita la sigla APRA. No tengo presente otros ejemplos de propaganda visual, ni estudios sobre el tema anteriores al gobierno de Odría por lo que mi comentario se limitará a la época de Velasco y al desmontaje de su programa, 1968-1975, según el libro de Christabelle Roca-Rey.

De primera intención, lo que puedo decir sobre el libro parecerá demasiado obvio, es decir, reconocer que es un tema no tratado en nuestro medio que abre un campo promisorio de



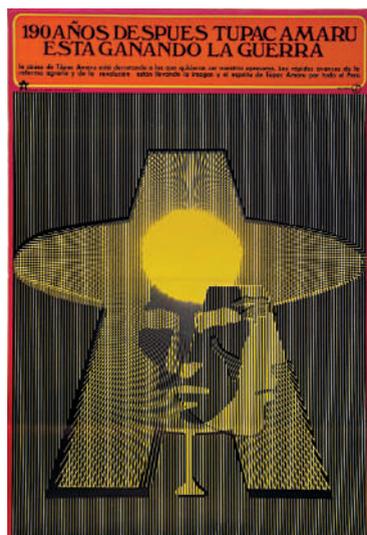


Fig. 1

investigación. La historieta ha tenido mejor suerte. La diferencia del libro de Roca-Rey es que aborda no sólo el tema de las imágenes y su origen, sino la ideología percibida en ellas.

El trabajo de Roca-Rey está dividido en dos capítulos: En el primero “Los afiches de la Reforma Agraria: un discurso ambivalente entre liberación del pueblo y autoritarismo del régimen (1968-1971)”, donde se deja ver el objetivo de la Dirección de Difusión de la Reforma Agraria (DDRA) consistente en “transmitir la ideología del GRFA (Gobierno Revolucionario de las Fuerzas Armadas) a las poblaciones campesinas afectadas por la Reforma Agraria”. Según la autora esta acción esconde “un discurso político subyacente e involuntario”, es decir, presentar al gobierno del General Velasco “como una administración autoritaria y paternalista que busca controlar a la población, obligándola a participar en el proceso de la Reforma Agraria”. De ahí la denominación de “discurso ambivalente” que va a definir la materia del capítulo primero: presentar a los campesinos como liberados por la Reforma Agraria valiéndose de estilos artísticos contemporáneos.

Sin embargo queda al descubierto una contradicción: si bien las imágenes fueron hechas pensando en los campesinos, los textos y los fondos *Op Art* (fig.1) no fueron fácilmente asimilados por la cultura campesina. A pesar de esta desventaja los afiches tuvieron una gran difusión en los Andes y se convirtieron en objetos coleccionables, no ciertamente por los campesinos, sino por la burguesía ilustrada capitalina. ¿Cómo se explica este hecho?

Debemos reconocer que el grupo de intelectuales pertenecientes a la Dirección de Difusión de la Reforma Agraria (DDRA) a cargo de Efraín Ruiz Caro, gozaba en esta primera etapa de gran libertad para redactar los textos como para diseñar las imágenes; esta situación deja ver que actuaban sin recibir consignas del alto mando. También habría que considerar que los diseños fueron pensados por un artista como Jesús Ruiz Durand conocedor de las últimas tendencias europeas y americanas de los años 70, que se valió de los rasgos estilísticos del *Op Art* y los aplicó a su propuesta. No debe llamarnos la atención esta permisividad; ya en sus días Lenin pedía un “arte nuevo” y llamó a colaborar a artistas como El Lissitzki quien realizó un afiche completamente abstracto combinando figuras geométricas con un escueto texto: “Golpea al blanco con el cono rojo”, de 1919. Ruiz Durand trabajó el cartel “Reforma agraria en el Perú: a fondo” (1969-1971) con elementos puramente abstractos. Roca Rey ha querido ver en este afiche símbolos del mundo andino, el sol, la chacana y la trama del afiche como un tejido precolombino, aunque el cartel no ofrece elementos claros y deja pocas posibilidades de interpretación.

Roca-Rey emprende luego la explicación del cambio de estilo de Ruiz Durand, de las tramas *Op Art* a la influencia de la historieta, como de las figuras solarizadas de clara influencia *Pop Art*, en realidad una combinación de ambas técnicas. No solo el colorido brillante de las figuras, cercano al gusto andino solicitan las miradas del espectador sino los temas que apuntan a su emotividad, como los niños en actitud de espera del cartel “Reforma agraria base de una nueva sociedad” (1969-1971) (fig.2). En este cartel se advierte cierto desdén por el texto de la parte superior (no sé si es adrede o una falla de composición) cuyas líneas demasiado juntas forman un bloque casi ilegible que desvía la atención del observador hacia las figuras de los niños. El texto resulta innecesario frente al evidente significado de

la imagen interpretada por el público como la eterna espera de las promesas del Estado.

Llegados a este punto debemos destacar otro aporte del trabajo de Roca-Rey, me refiero a la ubicación de las fuentes gráficas utilizadas por Ruiz Durand para sus afiches. Uno de los más conocidos “Tú estás con la Revolución” (1969-1971), donde se ve a un campesino con chullo que señala intencionalmente al observador proviene de “I want you for U.S. Army” de James Montgomery Flagg, (1917), cuyo buen dibujo y colorido ha tenido un éxito internacional reconocido. En el cartel de Ruiz Durand, destacando la figura del campesino, se observa un fondo no reticular, sino tomado de la historieta a través de la interpretación de Roy Lichtenstein, me refiero a su “Small Explosion”, escultura de 1965, que tiene como tema no una figura humana, sino la materialización de un efecto típico del lenguaje de la historieta, una especie de onomatopeya visual, como el tan utilizado *iPOW!*, alusión al puñetazo.

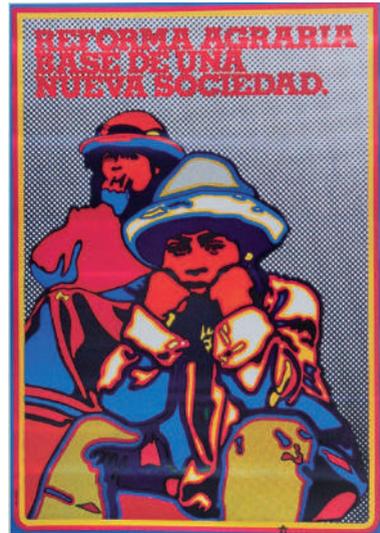


Fig.2

Alguien podría pensar en la contradicción de utilizar un estilo estadounidense (capitalista si se quiere) como base de los mensajes de una revolución social de corte socialista a favor de los campesinos del Perú. Nos ayuda a comprender esta aparente contradicción considerar que el *Pop Art* americano era una suerte de protesta (morigerada, es cierto) contra la sociedad de consumo y, por otro lado, que nuestra cultura ha sido el producto de innumerables influencias donde el peruano ha sido un hábil y experto mezclador de sabores, formas y colores. En el caso puntual del afiche el problema no radica en la apropiación y reelaboración de los estilos, sino de la intencionalidad, es decir, quiénes los reelaboran y hacia qué público están dirigidos.

En los afiches de la primera época es notorio que la inclusión de los textos resulta postiza, desligada de la composición y con una tipografía demasiado pequeña que de entrada desanima al lector. Dice Roca-Rey: “Esta inclusión de texto parece sugerir que los afiches no estaban siempre destinados a los campesinos más pobres, como se anunció en un principio, sino también a una clase social letrada y capaz de comprender los encabezados presentes en los afiches. Los que eran capaces de leer estos afiches, afirma el artista Víctor Escalante, eran los señoritos, los burgueses, las autoridades, los que no eran campesinos.”

La dificultad de la lectura se soluciona utilizando la técnica del globo de la historieta donde el mensaje se evidencia gracias a una tipografía de gran tamaño, como puede verse en los carteles “24 de junio: día del campesino” (fig.3), “Las mujeres norteñas estamos con la Revolución” o “Compadre, los ojos bien abiertos para defender nuestra tierra...”, todos de Ruiz Durand entre los años 1969-1971 y donde se ha



Fig.3

dejado atrás el mensaje de precariedad e incuria para resaltar la fortaleza, acción y victoria campesinas, como dice Roca-Rey.

En el segundo capítulo titulado “Aciertos y fracasos de una política institucional, masiva y sistemática 1971-1975”, Roca-Rey explica los cambios en la gráfica luego de la creación del Sistema Nacional de Apoyo a la Movilización Social (SINAMOS). Desde ese momento les interesará, no solamente el tema campesino, sino el de los trabajadores industriales, poniendo énfasis en la figura del presidente de la república, el General Juan Velasco Alvarado, y creando símbolos nuevos que exalten el trabajo y la productividad. En este sentido se puede establecer ciertas semejanzas con la producción de afiches de la Revolución Rusa, como por ejemplo el hecho de hacer propaganda con pocos medios económicos y para una mayoría analfabeta, o de solicitar la colaboración de artistas conocidos como Chagall, Tatlin, Meyerhol y Maiakovski para su ejecución o complementar el trabajo propagandístico con otras actividades como el teatro o el cine. Así como los publicistas rusos buscaron un símbolo que aludiera a la avanzada revolucionaria, el faro, en Lima se exaltó la figura de las torres petroleras, para dar la idea de un país industrializado, moderno y ordenado. Tanto en Rusia como en el Perú se crearon instituciones que centralizaban el trabajo propagandístico: en Moscú la R.O.S.T.A. (Agencia Telegráfica Rusa) receptora de información que venía del frente bélico y las decisiones del Kremlin, llamada “Ventanas de la sátira Rosta”. Su estilo era una mezcla de vanguardia con arte tradicional, utilizando el formato de las tabletas populares llamadas “lubok” (Julián, 1986:230).



Fig.4

Con la creación de SINAMOS termina la época de los carteles creativos, verdaderos aportes al arte del diseño gráfico en el Perú y Latinoamérica. Sea por desavenencias entre los artistas y los directores, o por las necesidades del propio programa que exigía abrirse a un público masivo buscando el apoyo a la Revolución, los diseños cambiaron asumiendo más un gusto periodístico estándar, donde se exaltaba la figura del obrero musculoso que lucía sus grandes manos en escorzo. Los dibujos de José Luque, celebrando el Día de la Dignidad Nacional y publicados en el diario *Expreso*, en 1973 y 1974, son un ejemplo del cambio rotundo de las imágenes dentro del programa de SINAMOS (fig.4).

A lo largo de sus dos capítulos Roca-Rey ha juntado prolijamente los datos históricos y sus hallazgos sobre el cartel en Lima sin adelantar juicio todavía; al final, en sus conclusiones, es clara y firme: el fracaso de la Reforma Agraria “se debe a la creación de una propaganda que fue acogida más por la intelectualidad limeña que por los campesinos de las zonas rurales del país”. Otro aspecto negativo señalado es la censura en la época de SINAMOS: “La censura, que no existió durante el período de la Reforma Agraria (...) parece haber primado en el segundo período gubernamental, provocando que la propaganda se volviera repetitiva y poco innovadora”. Estos aspectos negativos incidieron en la producción de imágenes de la primera época, cerrando el paso a la libre creatividad de una gráfica acorde con las tendencias modernas. Roca-Rey hace notar que en medio de los fracasos de la política velasquista se dejó sentir un “efecto democratizador”, un sentimiento de “identidad nacional”, la revalorización de las poblaciones indígenas campesinas concluyendo con la frase de Carlos F. Fernández: “Después del Gobierno de Velasco, para bien o para mal, el Perú fue otro”. Gracias a los afiches de la Reforma Agraria el hombre

andino tuvo una presencia protagónica frente a la burguesía capitalina que, aunque no fueron creados para ella, pudo al menos internalizar su imagen como *memento* de un problema no resuelto todavía.

Para terminar quisiera apuntar algunos datos de mi experiencia personal en esos años revueltos. El día del Golpe de Estado un grupo de amigos fuimos invitados a almorzar al departamento de un maniático historiador, situado frente a la iglesia de Santo Domingo, muy cerca del Palacio de Gobierno. Sorprendidos por los disparos y el atronador ruido de las tanquetas, salimos a la terraza a presenciar las primeras acciones de la toma de palacio. Vimos de cerca cómo un inexperto soldado se disparó al pie derecho dejando una gran mancha de sangre en la vereda. El almuerzo, como comprenderán, terminó a capazos, pero ante nuestra sorpresa los comensales bajamos sin dificultad y cada cual pudo llegar a su destino, como si no hubiese pasado nada. Habíamos presenciado en “palco” un golpe de Estado como si fuera un corso de carnaval; contrariamente a lo que me había imaginado, lo que vimos carecía de aquel *pathos* con que van cargadas ciertas escenas históricas, como en este momento de nuestra historia en que perdíamos las libertades fundamentales. No lo percibimos claramente entonces porque la vida cultural en la capital siguió su camino sin dificultades y en cierta forma escondió o camufló las represiones.

Recuerdo que en esa época yo era Director Ejecutivo del Instituto de Arte Contemporáneo (IAC), cuyo Directorio hizo posible la venida de la exposición “El Surrealismo”, organizada por el MOMA de Nueva York (1971), novedad en Lima recompensada con largas colas como nunca se habían visto en la capital. La prensa de entonces destacó más los aspectos anecdóticos de artistas como Dalí o Man Ray, sin calar en el mensaje revolucionario del movimiento surrealista. El único discordante fue Ruíz Durand con un artículo donde hacía ver la contradicción de la curaduría al poner el “Taburete con rueda de bicicleta” de Marcel Duchamp sobre un pedestal (Ruíz Durand, 1972). En 1971 realizamos con Pancho Mariotti y siempre en el IAC, “Contacta”, Festival de Arte Total, repetido al año siguiente en el Parque de la Reserva. Luis Arias Vera organizó “Inkarrí” en 1974 y la “Carrera de Chasquis” en 1974 y 1976. Debo decir que en estos eventos se presentaron artistas de todas las tendencias y que se realizaron sin ninguna censura, congregando a miles de personas. Pero el evento más significativo fue sin duda la dación del Premio Nacional de Cultura a Don Joaquín López Antay en diciembre de 1975 que vino a equiparar, por fin, el Arte Popular con el Arte informado, es decir el arte andino con el de la capital.

Como ven, hay mucho que investigar todavía, sacar a la luz los hechos pasados y someterlos a una mirada más justa e imparcial para rescatar lo mejor y para construir la nueva historia; el libro de Roca-Rey, hoy día comentado, significa un paso en ese sentido.

Referencias

Julián, I. (1986). La propaganda rusa en el periodo 1917-1921. *D'Art*, (12).

Ruiz Durand, J. (1972). El diablo envuelto en bolsa de plástico. *Sociedad y Política*, (1).