

MIGRACIÓN Y MARCA PERÚ IMPRESA EN EL TRAJE COLONIAL

El proyecto artístico aborda un paralelismo entre lo colonial, a través de la pintura de arcángeles del virreinato y la promoción de Marca Perú, como estrategia para crear mercado a través del branding comercial.

La pintura de arcabuceros fue una herramienta evangelizadora y de difusión identitaria de la cultura americana frente a la europea. La transmisión de la imagen, a través de producción en masa, significaría una estrategia política y económica. A nivel ideológico, en los trajes de los cuadros de los arcabuceros se imprimieron dioses, astros y cambios atmosféricos que los indígenas adoraban. Por ello, considero el vestido como espacio de subversión, de sincretismo y apropiación política. El traje como artefacto cultural me sirve para analizar la representación del sujeto. Considero que el traje de los arcabuceros fue, y sigue siendo, la imagen mediatizada y oficial que representa al americano civilizado y evangelizado ante el viejo mundo.

Por otro lado, el branding comercial, a través de la presencia de Marca Perú, trata la cultura como producto; el mercado del turismo enfatiza la idea del "esencialismo" de las culturas. Víctor Vich explica que la búsqueda para acumular capital ejerce la figura llamada "esencialismo", que transforma la cultura en producto y, por tanto, en competidores constantes.

Por tanto, lo intercultural que debería ser el encuentro y negociación entre culturas desfallece en una especie de mercado étnico de lucha por un mayor mercado.

El contrapunto sucede cuando la estética perteneciente a las esferas de poder es la que ejerce su poder, generalizando una comunidad, una nación. La migración, como fuerza contraria que se construye a partir del encuentro de contrapuestos, da pase a nuevas estructuras simbólicas. Por ello, incorporo a los trajes elementos que simbolizan otras estéticas, a través de materiales considerados "emergentes" como esteras, tejidos y apropiaciones de la Marca Perú como imagen que, en la actualidad, pretende legitimarse como la nueva imagen de la ciudadanía. Los trajes tienen como base los que utilizan los arcángeles arcabuceros en los retratados de la pintura cusqueña. En el primer traje, llamado "Yo soy tierra", hecho de tierra (interior) y tela de sacristía (fuera) con aplicaciones de pines intervenidos (exterior), los pines simulan ser monedas Marca Perú. En el segundo traje, "Yo soy estera", uso la rafia de las bolsas de mercado para reescribir el lema de Cuaves: "porque no tenemos nada, lo haremos todo". Tengo la intención de dignificar el trabajo elaborado por los primeros pobladores de Villa El Salvador. La frase se repite cual aplicación por los exteriores del traje, mientras, en el interior, una estructura de esteras, elemento que recuerda las primeras invasiones, contrasta con el colorido de la parte externa.

*CAROLINA ESTRADA MUÑOZ

Artista visual. Bachiller en artes visuales de la Escuela Nacional de Bellas Artes del Perú (2015), asimismo tiene estudios de comunicación social, especialidad audiovisuales en la Universidad Mayor de San Marcos (2006-2008). Miembro fundadora del colectivo "Ashlanqueras" que tiene como objetivo democratizar e interpelar la acción artística en diferentes esferas sociales (2013). Seleccionada para la Residencia de Arte realizado en Córdoba, Argentina, organizado por Curaduría Forense titulado "Pedagogía en el arte contemporáneo" (2014). Individual en Fundación EuroIdiomas "Descosiendo Perú" (2015) Invitada a participar en 03 Encuentro. Experiencias de la Carne, organizado por El galpon (2014). Ha participado como expositora en el seminario estudios y encuentros entre antropología y arte organizado por la Maestría de Estudios Culturales y Visuales de la Pontificia Universidad Católica (2014).



El tercer traje, "Vigilándonos", tiene por interior la acumulación de silbatos, los mismos que servían de código entre los vecinos, puesto que el sonido de uno era sinónimo de auxilio. De esa manera, la comunidad generaba sus propios mecanismos de defensa.

El resto de los objetos (monedas, corbata y letras) desestructuran la visualidad mostrada en los dos primeros trajes, logrando en su conjunto que la crítica y la urgencia de nueva imagen sea una exploración constante.

Por último, considero que el escrito bidimensional con la frase "Progreso" sintetiza y muestra la apropiación de cómo esta nueva visualidad se apropia de la tipografía de Marca Perú. Por tanto, el proyecto es una crítica a la manera en que la representación cultural, como producto cultural, tiene que reelaborarse bajo una marca para que entre al juego "democrático" de la económica capitalista. Es así como intento visibilizar esta negociación entre la cultura subalterna (provincia) y hegemónica (limeña-criollo), tras las fuertes oleadas de migración acaecidas en Lima.

VIGILÁNDONOS

Año de realización: 2014

Técnica: Ensamblaje, tejido y costura

Tamaño: 90 x 70 x 1.20 cm



DE ESTERAS SOY

Año de realización: 2014

Técnica: Ensamblaje, tejido y costura

Tamaño: 90 x 70 x 1.20 cm



DE TIERRA SOY

Año de realización: 2014

Técnica: Ensamblaje, tejido y costura

Tamaño: 90 x 70 x 1.20 cm

