



# museo de arte con minúscula (macm)

## art museum with small letters



**Gabriela Numpaque\***  
Grupo Creación y Pedagogía  
Proyecto Visión Proceso

*\*Maestra en Artes Plásticas, Universidad Nacional. Docente de planta Licenciatura en Artes Plásticas de la facultad de educación UPTC. Magíster en Historia del Arte y la Arquitectura, Universidad Nacional. Correo e.: enzoceramica@yahoo.com.*

*Con la colaboración de Jairo Moreno Ospina y Ricardo Saavedra Vega, docentes de la Licenciatura en Artes Plásticas de la UPTC. Correo e.: enzoceramica@yahoo.com.*

### Resumen

Un conjunto de propuestas artísticas desarrolladas en Tunja fueron conformando lo que hoy se llama ‘museo de arte con minúscula’, macm. En la ciudad se han venido proponiendo y realizando diversas acciones artísticas que, a manera de muestras, han llevado a revisar cómo los procesos artísticos se insertan en lo público; entre ellas están “Lo auténtico”, el proyecto “Malporro” y “Mix cosas en la casa”.

**Palabras clave:** Arte, Museo de arte con minúscula, Tunja.

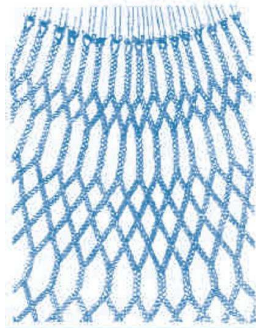
### Abstract

A set of artistic proposals developed in Tunja are shaping what it is today called “an art museum with small letters”. Some people in the city have been proposing and realizing different artistic actions as samples, that have taken to revise how the artistic processes are inserted within the public. Among them are “The authentic”, the “Malporro” project and “Mix things in the house”.

**Key words:** Art, art museum with small letters, Tunja.



## “Lo auténtico”



**1.** James Clifford revisa el sistema arte-cultura con el cual se han valorado y contextualizado los objetos no occidentales. Clifford muestra “... la ‘autenticidad’ que se acuerda tanto a grupos humanos como a su obra artística procede de supuestos específicos de temporalidad, totalidad y continuidad”.

**2.** Héctor Horacio Méndez Pérez encontró la relación de uso que existe entre las imágenes religiosas, artísticas y de la publicidad, un uso que les da valor sagrado en relación al modo como son empleadas y comprendidas por el creyente, el espectador y el comprador en cada caso.

**3.** “La Virgen de Fab” es un proyecto que Méndez fue adelantando en diferentes fases; parte de él fue exhibido en la Bienal Internacional de Pintura de Cuenca, en el 2004.



En voz baja, valiéndonos del murmullo, de lo que va de boca en boca, propusimos la muestra “lo auténtico”. Un término que nos llevó a mirar cómo eso que entendíamos, o dábamos por entendido, se amplía y se complejiza en las propuestas artísticas que conformaban la exhibición; a través de las propuestas podíamos revisar “lo auténtico” como valor institucional, cultural y social.<sup>1</sup>

La propuesta de Isidro Aponte y Carlos Carreño era la fotografía de una familia campesina y un texto acompañante que nos informaba cómo la familia había posado gustosa para que la imagen fuera mostrada en la exposición.

Esta fotografía permite cuestionar el supuesto vínculo de la cultura con unos estados de pureza y de quietud, la cultura vista como un estado ideal de un tiempo pasado que debería extenderse eternamente. En cierto sentido, lo auténtico aquí logra superar el sentimiento de pérdida y nos acerca a los continuos encuentros y expansiones que hacen difícil rastrear qué elementos resisten o cuáles ceden.

La fotografía muestra un grupo compuesto por tres generaciones, que ubican su autenticidad no solo en los lazos sanguíneos, sino al posar frente a la cámara con sus envoltorios que los diferencian entre sí, en el escenario con utilería (plaza o parque, caballo de madera, sombrero de charro). Esta fotografía también nos remite al lugar habitado por el fotógrafo, que consigue su sustento por medio de este tipo de composiciones instituidas en las prácticas sociales como forma

de representación, de testimonio de que se estuvo allí o de recuerdo dominguero después de asistir a la misa.

“La verdadera y milagrosa imagen de la Virgen de Fab”, propuesta de Héctor Méndez<sup>2</sup>, consistía en una serie de pequeñas fotocopias (en color y en blanco y negro) de la Virgen de Fab, que acompañaban a su verdadera imagen<sup>3</sup>. Méndez planteó que cada una de las imágenes sagradas es auténtica; así ocurre con la imagen que se guarda en la billetera, la del escapulario y la que se tiene en el interior de la vivienda, aunque ni siquiera se asemejen a la imagen de la cual proceden; las imágenes sagradas mantienen su estatus de autenticidad, independientemente de que hayan sido el producto de reproducciones mecánicas.

Esto debido a que su efecto de obrar o actuar se ubica en la relación directa e íntima que establece el fiel con la imagen que venera. “La Virgen de Fab” opera como imagen en el acto de fe del lavado, para alcanzar una limpieza próxima al estado de pureza, inmaculado, sin mancha. Así como deja el detergente la ropa, con la auténtica blancura, los milagros de la vida perfecta y sin demasiadas complicaciones son solo cuestión de creencia.

Un sello notarial y una firma indican quién tiene la autoridad para dar fe pública de la autenticidad de un documento. Estos elementos han sido establecidos por un acuerdo social, histórico y político que nos permite reconocer que si bien el documento que se nos presenta no es el original, sí es fiel copia y que, por tanto, actúa como original gracias a la firma y al sello de quien tiene la autoridad para emitirlo.

Manuel Barón presentó una pintura de un sello notarial, pero tal pintura era poco, comparada con el marco dorado que parecía estar certificando el carácter artístico de la obra. El marco tenía la apariencia de madera hojillada, pero se trataba de un marco de plástico.



Barón se interesa por la tendencia popular de ubicar el valor de la pintura en el marco.

## Proyecto “Malporro”

A mediados del 2005, los muros tunjanos comenzaron a ser invadidos por una serie de afiches con la palabra Malporro. Estos afiches, al igual que postales y calendarios, fueron apareciendo en poblaciones vecinas; no es raro encontrarlos en una tienda, en un parqueadero, en un bar. Este proyecto inició en los muros de la UPTC, sede Tunja, y pronto el grupo de artistas se puso la camiseta de Malporro para distribuir y vender los afiches, postales, calendarios, encendedores, que la gente compró y llevó a sus casas y sitios de trabajo.

El grupo produjo animaciones digitales que proyectó mientras comercializaba los demás productos; por ejemplo, la animación que da movimiento al Bolívar ecuestre (ubicado en la colonial Plaza Mayor, hoy Parque Bolívar de Tunja); en la proyección, el héroe libertario fuma mientras se acerca a galope a lo que parece ser una tarima de una verbena popular.

Es clara la utilización de las estrategias publicitarias y el vínculo de esta campaña con su antecesora “Colombia Malboro” de 1974, “una obra basada en una relación entre el cigarrillo Marlboro y Colombia. (...) en ese entonces, se hacían similitudes entre las palabras Marlboro y Marijuan...”<sup>4</sup>. La utilización de las estrategias publicitarias fue redimensionada y actualizada por Malporro, de una manera aún más libre. Este proyecto tuvo cada vez mejor aceptación entre la gente del común, por haber coincidido con la venta de la compañía colombiana de tabacos “Coltabaco”. Los calendarios de Malporro están acompañados del siguiente fragmento:

**San, le imploran las computadoras,  
monta pronto en tu potro de malboro**

**y ven a galope como en el cine,  
osado, duro, implacable y efectivo**

León Mojica

## “Mix cosas en la casa”

Esta muestra fue el producto de la acción en la Casa de Cultura y Museo Rojas Pinilla. La casa y el General fueron el pretexto de las propuestas que surgieron. No sobra aclarar que el trabajo realizado se adelantó gracias a la participación conjunta de más de 25 personas, entre artistas, funcionarios y administradores de la Casa Cultural. Quienes tomamos parte de este evento asumimos roles como el de productores de trabajos artísticos o de mediadores en calidad de responsables de las visitas guiadas, los talleres y los conversatorios. La imagen del Jefe Supremo, presidente general Gustavo Rojas Pinilla, tocó la memoria de la población que fue acudiendo a la Casa Museo.

Botones en la solapa y afiches que rezaban “Rojas Presidente” se convirtieron en la tarjeta de invitación a este espacio. Fue así como la televisión y la radio local atendieron al interés generado y nos acompañaron en la promoción de las actividades que allí se desarrollaron, por medio de entrevistas que buscaban comprender el porqué de estas propuestas.

En la mañana del 10 de junio del 2006, y recién pasados unos comicios electorales, una nueva campaña presidencial aparece. La propuesta de Ricardo Saavedra de lanzar a la presidencia al General se hace visible por medio de afiches pegados en el Edificio Municipal, en calles con casas coloniales, en avenidas, en muros. La prensa escrita pronto explicó sin mayores esfuerzos que estos afiches eran producto de unos simpatizantes y fanáticos de la dictadura que deseaban conmemorar la toma del poder por el general Gustavo Rojas<sup>5</sup>.



<sup>4</sup> Antonio Caro en entrevista que concede a Álvaro Barrios. Parte de la producción de Caro emplea los modos de producción de la imagen publicitaria.

<sup>5</sup> El 13 de junio de 1953 Rojas asumió el poder y el 10 de mayo de 1957 lo entrega a una junta militar. Los afiches ‘Rojas Presidente’ se dirigen a preguntarnos por la relación entre las campañas políticas y el uso de los medios masivos de comunicación, mas no a la conmemoración a favor o en contra del general presidente Gustavo Rojas Pinilla.



Esta explicación evidencia la dificultad de quienes redactan estas notas, una prensa que asume como cierta una acción, sin entrar a cuestionar o indagar qué produce o incita este tipo de acciones. La nota de prensa fue la única “reseña” escrita, por decirlo así, en torno al trabajo artístico que se realizó.

La fisura entre los medios de comunicación y los proyectos artísticos es uno de los elementos que deben ser revisados, ya que los medios de comunicación se han hecho legitimadores de asuntos que difícilmente manejan y comprenden. Cuando tratan o abordan el medio artístico, lo hacen como un asunto de farándula. En la prensa y en otros medios locales predominan las notas de halagos y exaltaciones mutuas, que en muy pocas ocasiones abordan el trabajo artístico con un sentido de comprensión.

Cuando aparece una nota que pregunta por la manera como se generan y se seleccionan los trabajos artísticos es, con frecuencia, el producto de enemistades que ocultan un sentimiento de rechazo y que convierten la escritura en una suerte de insulto para quien está al frente de un trabajo grupal. Una escritura que pone en evidencia un resentimiento acumulado.

## Con minúsculas...

El trabajo en el medio artístico en Colombia se ha hecho cada vez más complejo. Los artistas se han hecho curadores, historiadores, críticos; los curadores son críticos, antropólogos, pedagogos y montajistas. Esta indistinción entre los límites profesionales de quienes conforman el medio artístico es parte de las condiciones en las cuales se trabaja y da un grado más de complejidad al desarrollo de las prácticas artísticas. Complejidad que requiere de interlocutores que creen los vínculos de interpretación en torno a la producción artística y su permanente relación con la cultura; interpretación que genere el contexto

simbólico de configuración de sentido, en el cual se producen las prácticas artísticas. La interpretación de la producción artística y cultural “ha sido en general precaria, inconstante y en alto grado amateur”<sup>6</sup>.

Es pertinente anotar que en Tunja las condiciones en las cuales se da la producción artística, su circulación e interpretación hacen que el medio artístico y cultural sea más vulnerable. Víctor Manuel Rodríguez explica que es preciso promover y ampliar el debate a las condiciones actuales que dan forma a las prácticas artísticas en Latinoamérica, y que, por tanto, se ha de indagar en los procesos de producción, articulación y valoración de estas<sup>7</sup>.

En nuestro contexto, los esfuerzos de producción se ubican únicamente en los artistas; la articulación entre instituciones, profesiones, disciplinas académicas y públicos es problemática; la valoración está supeditada a la articulación inexistente.

“Para existir, el arte debe tener público. Y la verdad es que un público no se hace solo: hay que convocarlo, formarlo e informarlo. Esto significa motivar al público para que ‘se sirva’ de las exposiciones”<sup>8</sup>. Usamos para ello variadas estrategias: exhibiciones, charlas, conversatorios, entrevistas radiales, visitas guiadas y talleres, como un modo de pensar y actuar con la gente.

Buscamos fortalecer este contacto por medio de la difusión y del establecimiento de relación que interpela, transforma y permite la interpretación de los fenómenos culturales en relación con la producción artística.

Cada una de las tareas adelantadas por nosotros requiere de reflexión, que busca propiciar, fortalecer y afianzar el medio artístico. Por esto consideramos relevante acompañar y propiciar este tipo de exhibiciones artísticas. Es así como hemos hecho referencia a trabajos y muestras específicas que nos han



<sup>6</sup> Cerón Jaime: “Dimensiones interpretativas”. En: *Prácticas artísticas: enfoques contemporáneos*. Universidad Nacional de Colombia e Instituto Distrital de Cultura y Turismo. Bogotá, 2003. Cerón es el Gerente de Artes Plásticas del Instituto Distrital de Cultura y Turismo de Bogotá. Es Artista de formación y posee estudios de Maestría en Historia y Teoría del Arte y la Arquitectura.

<sup>7</sup> Rodríguez Víctor Manuel: “Introducción” y “Entrevista pública”. En: *Prácticas artísticas: enfoques contemporáneos*. Universidad Nacional de Colombia e Instituto Distrital de Cultura y Turismo. Bogotá, 2003. Rodríguez es doctor en Estudios Visuales y Culturales.

<sup>8</sup> Carolina Ponce de León: “Creadores de la memoria”. En: *El efecto mariposa*. Alcaldía Mayor de Bogotá, 2004.



permitido preguntarnos por la relación entre la producción artística y la sociedad. Estos han dado paso a la posibilidad de preguntarnos por la diferencia en la que se mueven las instituciones llamadas “museos de arte” con relación al modo como se dan las prácticas artísticas.

El museo y la estrategia de salón tradicional, en algunos casos, desconocen la realización de la puesta en público como un proceso que se da en la medida que exista una serie de interrelaciones que constituyan y permitan la transformación desde el proceso artístico mismo.

Frente a ello es preciso tener en cuenta que la “exposición” es solo un momento y que tal momento debe fortalecer sus estrategias de inserción y participación con el público, en donde la exhibición requiere de un acompañamiento y continuidad. La exhibición no es un fin, es otra herramienta que permite el diálogo con el público y, por tanto, es susceptible de ser interpretada, interpelada y transformada.

El ensimismamiento de los espacios museos (históricos), de las casas de la cultura, de una academia resguardada en sus muros, así como el atropello continuo por parte de la institucionalidad burocratizada a los esfuerzos de artistas e interesados en fortalecer el campo artístico, se amparan en el silencio que ha llegado a ser sinónimo de quienes somos de Boyacá.

Este comportamiento silencioso parece sustentarse sobre el prejuicio de que el boyacense es callado, tímido y que, por tanto, requiere que otros hablen por él. Es decir, que se debe dar la voz a alguien debidamente autorizado en el medio artístico para que reconozca lo que desconoce.

¿Quién habla, quién legitima, quién nos reconoce, en qué medio, y qué es el medio artístico? ¿Quiénes disfrutan, participan, pro-

mueven, apoyan económicamente y quiénes consumen? Estas preguntas son parte de lo que seguimos callando; y si bien no definen la producción, son parte de la fisura existente entre productores, público e instituciones. Una distancia que parece radicar en la falta de discusión, diálogo y encuentros en torno a lo artístico y su contexto.

Conscientes de la reiterada ubicación de la voz en un afuera, nos arriesgamos a mirar que era posible existir en lo que hemos llamado ‘museo de arte con minúsculas’ –macm-. Un museo que es en tanto sea posible seguir participando, actuando, proponiendo y equivocándose.

Un museo de acciones con la gente, sin lugar fijo, sin colección (en términos de apropiación del mundo por medio de objetos, de acumulación y retención). Esto debido a que las propuestas son significativas para la comunidad, matriz de su producción y brindan posibilidades de establecer una relación con aquello que se aprecia u observa; tendría esto que ver con la relación arte-cultura y con entender el arte no como algo independiente del devenir cotidiano, sino como algo más cercano a esa necesidad estética de expresarse por medio de objetos e imágenes, que permiten relaciones más amplias.

Es por esto que nos interesa hacer de macm una estrategia de comunicación y de participación que busca acompañar el vínculo con



*Un museo de acciones con la gente, sin lugar fijo, sin colección (en términos de apropiación del mundo por medio de objetos, de acumulación y retención).*





**museo de arte con minúscula (macm)**  
*Gabriela Numpaque*

el espectador. Un público que se haga partícipe o generador de las mismas propuestas, en el sentido de que la acción artística cobra repercusiones en lo social, antes que en los anhelos de validación institucional.

“Con minúscula” funciona para pensar eso que hemos dejado por fuera, lo que no se

ha tenido en cuenta; eso que aparece difícil de ubicar pero que tiene profundas repercusiones en lo social. “Con minúscula” se detiene sobre los procesos artísticos que son conscientes de la necesidad de actuar en lo público y, por ende, de reactivar y valorar la relación del arte con la sociedad.

## Bibliografía

**AA.VV.**(2002): “Prácticas artísticas: enfoques contemporáneos”. Memorias. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia e Instituto Distrital de Cultura y Turismo.

**BARRIOS, LIA RO**(2000): Orígenes del arte conceptual en Colombia. Alcaldía Mayor de Bogotá.

**BOYACÁ 7 DÍAS** (6 de junio de 2006): “Simpatizantes de Rojas celebran el aniversario de la toma del poder”. Tunja.

**CLIFFORD, JAMES** “Sobre la recolección de arte y cultura”. En: Dilemas de la cultura: antropología, literatura y arte en la perspectiva posmoderna. Barcelona: Gedisa, 1995.

**PONCE DE LEÓN, ADELINA**(2004): El efecto mariposa: ensayos sobre arte en Colombia 1985-2000, Alcaldía Mayor de Bogotá.