

editorcronicas@comercio.com.pe

contracorriente

POR MIGUEL ÁNGEL CÁRDENAS M.



PERSONAJE DEL AÑO I. Olga Engelmann fue la primera que hizo del grabado, la cultura migrante y el estilo en la ropa una marca registrada de la peruanidad en su unidad y diversidad. Hoy es una moda. A ella la siguen nutriendo sus viajes a provincias y sus performances críticos

Una marca de identidad

Su blanco favorito son los prejuicios. Su negro favorito también. Su nombre es casi una marca y, a sus 28 años, ella a veces se pica por eso. Para el verano Olga Engelmann planea sacar una colección de ropa que registre su última y espléndida experiencia: los diseños (junto con sus estudiantes de la Facultad de Artes en la PUCP), del vestuario de una pequeña obra, "Lima, ciudad desierto"; basada en la experiencia de muchachos en condiciones difíciles, en el Rímac.

También tuviste que vencer prejuicios en esta obra.

Me pasó a mí, cuando entré en la universidad. Dije: Ay, Dios santo, estoy rodeada de pitucos; es así que uno puede subestimar a alguien de menor o mayor educación. Y la mayoría de mis estudiantes son rubios. Lo bacán es que había chicos nikkéis y una paz interna distinta. Yo me asusté primero y todos estábamos a la expectativa de que pasara algo. Pero fue bien bonito.

Tú fuiste la primera de lo que ya es una tendencia: tomar temas de la cultura popular y hacer esta simbiosis entre arte, moda, publicidad, mitos urbanos, frases del imaginario colectivo. ¿Esto surgió de tus viajes juveniles a Gamarra, en tu combi, para comprar ropa al costado del vendedor de choclo?

Por ahí que fue un aprendizaje de cosas cotidianas; por ejemplo, en ir de mi casa a la universidad en un micro que demoraba una hora. No pensaba en disfrutar el fin de llegar sino en el viaje mismo, desde La Molina a la PUCP. Tiene que ver dónde crecí: mis papás compraron un terreno de una cooperativa de vivienda magisterial y nos mudamos cuando la casa estaba a la mitad; era una pampa. Y afloró eso porque mis amiguitos eran chicos de guardiana de otras casas.

Vivías en este famoso límite entre Ate y La Molina, que ha suscitado un segmento en un programa cómico y que se ha convertido en un símbolo de

“Ha expuesto en sitios exclusivos, pero es devota de la música de Chacalón y le gusta bailar cumbia”

la diferencia entre las clases sociales.

Sí, ese donde le pegan al pollo, ja, ja, ja. Yo tenía una visión sin formación; me acuerdo de que se veía a un pata de la sierra con el pelo ondulado, lo primero que pensaba no era tanto qué alienado, sino de repente su hermana estudia cosmetología y lo usa de conejillo de Indias.

¿Se te ocurre ir a Gamarra cuando estabas en la universidad?

Gamarra es la parte bonita de La Parada, y fui porque allí vendían tela barata. Porque antes de hacer "Armario", mi primera exposición en galería, me invitaron a exponer en un mercado en Surquillo, y la idea era probar lo que la gente valoraba a través de la imagen. Iban a haber unas degustadoras en el mercado, cada una vestida con un producto de primera necesidad, y la de alimentación estaba representada con un vestido de papas. Al final la gente al elegir los productos iba a escoger a la modelo más bonita y no al producto. Pero se suspendió la exposición; me quedo con esta primera tela de papa, y lo primero que hago es confeccionarla y la llevo a una sala. Fue mi primer diseño.

¿No tuviste primero el interés de la moda, sino al contrario?

No pensé generar una tendencia de moda. Simplemente era un medio para expresar algo.

¿Por qué fuiste después a La Parada?

Porque conocí a Olga Zaferson, una diseñadora que creó la moda étnica acá. Aprendí mucho de ella, y cuando después monté mi exposición "Folk", invito a Olga, porque quería desligarme totalmente del



DE MODA. Fue a Iquitos e hizo una exposición con dos videos como parte de su trabajo "Soluciones visuales a los problemas sociales".



ÓMNIBUS PERÚ. Ha escrito cuentos como Sara y Coronta, que son registros de memoria y unidad.

tema de la moda, para poder seguir haciendo mi trabajo, e invitando a una diseñadora yo decía: se darán cuenta de que yo no lo soy, sino que trabajo con elementos que necesito. Ella diseñó la comparsa central porque nos fuimos a Puno.

Fuiste a la fiesta de La Candelaria. Sé que participó Cachuca, de Los Mojarrales, que tiene ascendencia puneña.

Cachuca no fue de viaje, pero trabajamos con él un video acá. Y lo que hace Olga es la comparsa central que estaba compuesta por polleras y ponchos, y yo hice a los 'pepinos', que eran estos personajes informales que trabajan en Lima: el datero de combi, el estibador de La Parada, el cambista de dólares, el ambulante. Era una comparsa central de rojo y blanco, y los 'pepinos' desordenaban todo, pero luego creaban un orden distinto. En mi trabajo no tomo como influencia los trajes de las danzas puneñas, sino que invento unos trajes nuevos, que son de mi folclor nuevo que encuentro

ARCHIVO PERSONAL



LOOK. "Hay una publicación que va a salir para colegios de secundaria. Yo estoy en uno que da estrategias para integrar las artes".

en Lima y lo llevo para allá.

¿Allí nace tu creación de "El mito del nuevo sol"?

Claro, en esa exposición las personas intercambiaban un sol por un folk, que era una moneda que yo les daba, con la que se podían comprar un vaso de cerveza o un choclo hervido. Entonces no era como el coctel de inauguración donde te invitaban un trago. En viaje comienzo a ver a Puno como el origen de muchas cosas... Pero después de un año regreso a mostrar lo que hice cuando me invitó el Centro Internacional de Artesanos. Yo tenía un DVD que hice para vender ropa en Saga, que explicaba de dónde salía la ropa, y la gente no solo la compraba porque era un polo bonito...

Eso fue con tu marca PLK, que significa peluquín, por tu corte de pelo.

Sí, entonces yo muestro el video de PLK con el desfile, y fue lo que más les llamó la atención, pero yo seguía quejándome de por qué

“Su sueño es crear escuelas de arte donde ‘haya un ida y vuelta entre los artistas y los artesanos’”

tienen gusto con lo de la moda. Al final lo bonito fue que hubo un amigo llamado Cholquehuanca, que después de un año presentó un desfile de modas, pero con los trajes tradicionales que están en las comunidades allí. Fue una buena influencia.

Lo tuyo es particular en tus inicios porque tú expusiste "Armario" con una visión crítica, te vio la boutique Nitro y empezaste tu posicionamiento como diseñadora de modas. Esmás, llegas hasta a Saga Falabella.

Pero hasta ahí la ropa me da el beneficio de no vender arte sino algo comercial. En realidad el tema era el uso de la imagen en una acción cotidiana como vestir.

Y se te empezó a reconocer más como diseñadora que como artista, y sé que eso te molestaba. De artista contestataria entraste a la lógica del marketing. Tus ropas fueron expuestas en el Abtao Fashion, ganaste el Flashmode de la Alianza Francesa.

Lo que me molesta es la idiosincrasia de la gente. Pero sí tuve mi época fashion, más como una performance; eso me hace tener experiencias y difundir mi trabajo. Aunque estoy con un pie adentro y un pie afuera del sistema siempre. En la Alianza Francesa tuve un trabajo que fue una colección basada en danzas de tijeras. Y presenté tres trajes y le pedí auspicio a la Inca Kola.

Inca Kola es un ícono peruano.

Es el ícono étnico contemporáneo, por eso le pedí auspicio (...) pero yo me involucro con el comercio justo y el turismo vivencial. Lo primero aparece a partir de la Galería Armario. Abrí un puesto en un corredor comercial; era de arte al paso. Entonces conozco a artesanos que también han hecho una tienda de comercio justo allí. El artesano debe recibir lo justo por su trabajo. Pero hace una pieza que vale cincuenta céntimos, la tiene que vender a diez céntimos, y esa pieza la venden a cinco soles, pero nunca reciben...

Uy, tocas carne con las tiendas que compran al artesano y luego venden al triple en sitios "fichos".

Es lo mismo que me sucede a mí. Yo también produzco ropa, pero la tengo que dejar en un sitio, donde la venden al doble. Entonces produzco pocas cosas y no tengo una cantidad suficiente de dinero para hacer piezas que no sean solo comerciales, sino también más artísticas.

Tú declarabas que identidad era sinónimo de igualdad. Y se te ha vinculado con esa búsqueda por la peruanidad.

Con la artesana Marcia Lagos realicé un proyecto que se llamó "Carbuyoc" en Apurímac, en Chalhuanca. Me animé por hacer una exposición que tuviera más que ver con la realidad que hacer una alegoría en galerías... Ahí reemplacé el término identidad por unidad. Como es todo tan diverso, no es posible encontrar esta identificación. Esto fue antes de mi exposición "Arariwa" en el Cusco. Aquí llevé una cajita con cuadernillos que escribía con pequeñas cosas que me habían contado en los viajes, como registros de tradición oral, pero personal. Por ejemplo, por qué tienen cruces los cerros, por qué usan sombreros las machas, qué es el ekeko...

¿Qué pasó con la marca Sara, que es maíz en quechua, con la que ibas a reemplazar a PLK?

Necesito tiempo, quizá cuando me decida a tener una tienda. Pero se viene el año de la papa y voy a trabajar con eso (...) Me siento medio corta, porque han salido marcas similares y me gustaría poner el punto donde la autoría de la imagen no necesariamente va a ser de uno, pero sí lo que está comunicando esa imagen. Yo he utilizado en mis polos a los héroes: a Miguel Grau, Micaela Bastidas, José Olaya. Pero dejé de hacer ropa porque había una marca que me pisaba los talones y transformaba el mensaje de lo que yo estaba haciendo. Por ejemplo, a Miguel Grau lo ponen con un logo que dice: Caballero de los bares. Ese tipo de comicidad que le gusta a la gente no me pareció. Yo no hago copias directas, lo paso por un filtro visual, lo reutilizo, lo transformo. Yo nunca utilicé a la Sarita típica, sino le corté el cabello y le puse peluquín.

Igual que tú.

No, yo tenía otro peinado antes. Inclusive me he depilado el cabello, porque también había una serie de chicas con mi peinado. Ya me estaba pasando de vueltas, ja, ja, ja. ■