

DAL SAN MARCOS AL RETABLO AYACUCHANO:
STORIA ED ANTROPOLOGIA DI UNA TRADIZIONE ANDINA

Introduzione

Verso la metà degli anni quaranta, cominciarono ad essere conosciuti a Lima, inizialmente in collezioni private ed esposizioni, e successivamente anche sul mercato artigianale, alcuni tabernacoli di fattura popolare contenenti delle raffigurazioni scultoree eseguite in pasta di patate e gesso. Tali oggetti, che presto assunsero il nome di retablos, si presentavano come dei piccoli armadietti lignei con porte a due battenti, al cui interno erano custoditi delle statuine che andavano a comporre delle scenette sia a carattere sacro che profano. I retablos, così come erano apparsi a Lima, erano il risultato dell'adattamento al mercato urbano, indotto dal cambiamento di una serie di fattori socio-economici, di un genere artistico legato, inizialmente, all'ambiente magico-religioso del mondo rurale della regione di Ayacucho : il cajón de San Marcos.

Le ricerche in campo antropologico di importanti studiosi quali Emilio Mendizábal Losack, José María Arguedas, Pablo Macera ed altri, come anche l'attenzione di un gruppo di artisti ed intellettuali della capitale per alcune forme estetiche popolari hanno favorito il nascere dell'interesse, negli ultimi anni, verso questi due generi artistici ed allo stesso tempo ne hanno accresciuto la conoscenza.

Con il presente articolo ci siamo proposti di esaminare il cajón de San Marcos / retablo in quanto prodotto simbolico esemplificativo delle trasformazioni culturali che hanno caratterizzato la cultura andina post-colombiana. Aldilà degli apparenti aspetti formali che richiamano oggetti di fattura simile di stampo europeo, il cajón de San Marcos risulta, infatti, possedere dei connotati tipicamente andini che lo mettono in relazione con alcune pratiche rituali ancora profondamente radicate nell'ambiente rurale di alcune aree della cordigliera. Il nostro impegno si è concentrato, quindi, su due fronti. Da un lato, l'analisi strutturale delle componenti che costituiscono l'oggetto materiale ci ha messo in relazione con la concezione magico-religiosa del mondo agro-pastorale andino, dall'altro, lo studio degli elementi che hanno concorso alla formazione di tali componenti, così come la constatazione del continuo evolversi delle forme, ci ha spinto ad analizzare i fattori sociali che stanno dietro la dinamica culturale, in particolare nel ramo della plastica popolare.

I dati che presentiamo nel corso del lavoro sono, in parte, il risultato di visite ed investigazioni condotte ad Ayacucho ed in altre località del Perù, le quali ci hanno portato a seguire le varie fasi lavorative che la produzione dei retablos richiede, nelle numerose botteghe artigianali della città. Vogliamo per questo ringraziare ora, per la collaborazione che ci è stata offerta, i maestri Jesús e Julio Urbano Rojas, Ignacio López Quispe, Nino Saturnino Blanco Bautista, la famiglia Jiménez Quispe, in particolare Edilberto, Eleudora e Odón, e tutti gli altri che hanno apportato il loro contributo alla nostra ricerca. Rivolghiamo un ringraziamento speciale, infine, a Mariscot Marleni Alarcón, direttrice del Museo de Artes Populares "Joaquín López Antay" di Ayacucho, per la sua amicizia e per i suoi numerosissimi suggerimenti. Vogliamo sottolineare, tuttavia, che il nucleo più rilevante delle notizie esposte si fonda sulla revisione di materiale già esistente. Infatti, sebbene non esistano pubblicazioni monografiche che affrontino in maniera dettagliata tutti gli aspetti che riguardano il San Marcos / retablo, sono numerosi, invece, gli articoli apparsi in rivista che prendono in esame il tema sotto punti di vista particolari. Per tali articoli, come per le altre opere consultate durante la redazione del nostro testo, rimandiamo alle indicazioni bibliografiche.

Arte, arte popolare o artigianato?

Centrando la nostra indagine su un particolare prodotto simbolico andino, il cajón de San Marcos, e ricercandone gli sviluppi storici in relazione alla società in cui è inserito, ci siamo imbattuti nel problema di dover trovare una classificazione per l'oggetto preso in esame che lo potesse avvicinare ad un concetto chiaramente definito. Ci siamo ripromessi, quindi, di affrontare brevemente l'analisi delle varie nozioni che le differenti discipline sono solite impiegare per avvicinarsi al mondo della produzione simbolica,

dando una particolare attenzione ai concetti di "arte popolare" e di "artigianato". C'è sembrato opportuno, invece, scartare a priori due aggettivi assai comuni negli studi della cultura latinoamericana: indigeno e meticcio.

Abbiamo ritenuto inappropriato adoperare il termine "arte indigena" per riferirsi al San Marcos / retablo per il richiamo a particolari qualità etniche che rimandano alle culture autoctone così come si sarebbero potute presentare senza la componente europea. In realtà, come vedremo andando ad analizzare in maniera più dettagliata le caratteristiche dell'oggetto in esame, nella configurazione dei San Marcos hanno avuto la loro importanza tanto fattori di origine europea quanto andina.

L'esclusione dell'aggettivo meticcio (mestizo) riferito alle arti è dovuto, invece, alla particolare accezione che il termine arte mestizo ha assunto in seno alla tradizione degli studi storico-artistici in America Latina. È consuetudine denominare arte mestizo, infatti, quell'insieme di opere prodotte esclusivamente in età coloniale in cui è evidente un'interpretazione locale dell'arte europea, a partire da elementi decorativi o strutturali propri del mondo indigeno.

Nel corso della storia del pensiero estetico occidentale è sorta la parola "arte" per designare determinate attività riguardanti la produzione simbolica. Sebbene in tutte le epoche ed in tutte le civiltà si siano distinti i prodotti della volontà umana da quelli della natura, non sempre si è riconosciuto un valore particolare a certe abilità creative rispetto ad altre e, anche laddove questo è avvenuto, come nella cultura occidentale, i criteri di valutazione non sono rimasti immutati nel tempo. Non ha senso, quindi, ricercare in altre società un concetto simile a quello occidentale di arte, semplicemente per constatare quanto il significato di tale termine sia dipendente da valori culturali. Non saremo in grado, per esempio, di rintracciare nella lingua quechua, un termine capace di ricalcare esattamente l'evoluzione del nostro concetto di arte, ma troveremo, invece, numerose voci che possono essere messe in relazione, sotto differenti aspetti, con la creazione artistica. La parola *llutaq*, per esempio, "colui che fabbrica, costruisce" rimanda alle competenze artigianali, intese come abilità manuali. Il vocabolo *kamayoq*, che significa "colui che detiene il potere, la forza; colui che è capace di creare, governare, amministrare; colui che è abile nel fabbricare, ecc.", possiede invece un'accezione più ampia che richiama, oltre che le abilità pratiche, anche il momento della creazione percepito quasi come un qualcosa di soprannaturale e di magico. Il termine *rimachi*, infine, "colui che fa parlare, che si esprime attraverso qualcosa" sposta l'attenzione sulle caratteristiche comunicative del fattore artistico.

Si deve far risalire la distinzione tra arte ed artigianato alla sensibilità artistica rinascimentale. Durante il Rinascimento, infatti, il fiorire delle arti figurative e la nascita di grandi capolavori universalmente riconosciuti, stimolò il sorgere di teorie estetiche che portarono ad una spiritualizzazione della produzione culturale sotto l'aspetto di creazione artistica. Si cominciò a distinguere le opere che esprimevano ideali e sentimenti collettivi da quelle che, invece, rispondevano semplicemente a dei bisogni pratici. L'abilità tecnica dell'artista non fu più ritenuta frutto dell'esperienza pratica di un'arte meccanica (la quale fu attribuita all'artigiano), ma di una vocazione personale. L'artista divenne quindi un intellettuale in grado di materializzare dei valori universali con il proprio operato, autonomo da qualsiasi ingerenza esterna alla propria personalità, mentre l'artigiano fu relegato al ruolo di semplice lavoratore manuale. Nei secoli successivi tale distinzione non decadde bensì si evolse adeguandosi, di volta in volta, non soltanto al pensiero estetico ma anche ai sistemi politici, economici e sociali propri di ogni epoca e di ogni società. Fin quasi ai nostri giorni, quindi, l'arte è stata identificata nella produzione simbolica in cui il bello predomina sull'utile ed il cui creatore, operando con assoluta indipendenza rispetto al tessuto sociale, produce lavori unici ed irripetibili.

Recentemente, tuttavia, con il constatare quanto anche l'arte sia soggetta ad una dipendenza da fattori che stanno fuori dal campo dell'estetica quali l'economia, la politica e la tecnologia (in particolare le leggi del mercato e la comunicazione di massa), la sociologia dell'arte ha ridimensionato la pretesa di vedere nell'artista l'intellettuale che agisce autonomamente senza subire un condizionamento da parte del contesto sociale in cui è inserito. La distinzione tra arte ed artigianato, quindi, non si basa più su presunti valori spirituali del primo rispetto al secondo quanto piuttosto dal tipo di approccio che le varie discipline di ricerca impiegano nell'avvicinarsi allo studio della produzione simbolica. Così, l'uso del termine "arte" denota un approccio che basa la propria indagine su giudizi estetici, mentre con la parola "artigianato" si rivolge l'attenzione a quegli aspetti storico-economici che stanno dietro un particolare processo produttivo. In tal senso con il vocabolo "artigianato" si indica semplicemente quel processo produttivo che prevede la creazione di oggetti d'uso e di ornamenti mediante operazioni manuali o principalmente

manuali, che consentono all'operatore, il controllo diretto del prodotto in tutte le fasi dell'esecuzione. Artigianato designa, altresì, il bene finale ricavato da tale processo. Definito come processo produttivo, oltre che come prodotto finale, il termine artigianato è, in ambito economico, comunemente distinto dall'industria. Tale distinzione si fonda sulla diversità dei modi di organizzazione del lavoro, sulla quantità di beni prodotti, sull'impiego di macchine, sul volume di inversione del surplus nel processo produttivo, ecc. In tal senso si chiama industriale la produzione che prevede un numero rilevante di lavoratori, per lo più salariati, una quantità di produzione elevata, l'utilizzo di macchine ed investimenti cospicui.

A partire dagli anni settanta, in America Latina sono stati promossi, da istanze governative, una serie di studi tesi a delineare ed identificare, con un certo rigore, le caratteristiche principali che contraddistinguono la produzione artigianale. Tale interesse è nato dalla volontà da parte dei governi latinoamericani di intervenire nel settore con politiche di tipo protezionistico e di promozione. Per poter operare correttamente, infatti, si è reputato fondamentale stabilire con esattezza chi fosse realmente artigiano e chi no. I risultati di tali ricerche hanno portato a definire il termine artigianato sia in conformità a criteri pratico-economici (unità produttiva familiare, lavoro manuale, produzione limitata, partecipazione dell'artigiano a tutte le fasi della lavorazione, ecc.), che geografico-culturali (aspetti estetici tradizionali e produzione in ambito rurale o urbana popolare). Così per la Dirección General de Artesanía (D.G.A.), una diramazione del Ministerio de Industria, Turismo e Integración (M.I.T.I.) dello stato peruviano sono definite artesanías (articoli artigianali) "aquellos productos fabricados total o parcialmente a mano, con modestas inversiones de capital inicial, que tienen un diseño que se inspira a menudo en factores culturales locales y que, en general, están confeccionados con materiales existente en el país productor".

Il motivo per il quale nei paesi latinoamericani, in particolare in quelli con una considerevole presenza indigena, il concetto di artigianato ha assunto una connotazione culturale oltre che più propriamente storico-economica, va ricercato nel particolare valore ideologico che i beni artigianali assunsero dopo una serie di politiche culturali di tipo nazionalista. In Perù, già durante gli anni venti (oncenio Leguía), ancora prima che i governi adottassero dei programmi d'intervento diretti a sostegno del settore, in seguito all'influenza di alcuni intellettuali sulle politiche statali, si diffonde l'idea che l'artigianato, per i suoi elementi costitutivi che richiamano a valori autoctoni, rappresentasse una componente essenziale dell'identità nazionale. Fu promossa una vera e propria campagna tesa a rivalutare, seppur attraverso canoni tipicamente borghesi, l'estetica delle classi subalterne a partire dalla loro produzione artigianale. Ancora negli anni settanta, lo spirito che anima le politiche di sostegno al settore artigianale è nuovamente quello di una rivalutazione dei valori nazionali. Tale tendenza culmina con l'assegnazione del Premio Nacional de Arte concesso nel 1975 dall'Instituto Nacional de Cultura a Joaquín López Antay, un retablista ayacuchano le cui opere furono giudicate come autenticamente peruviane. Il riconoscimento a Joaquín López Antay accese un dibattito, non ancora del tutto concluso, sui criteri di valutazione dell'opera d'arte e sulla distinzione fra arte e artigianato. Da un lato si schierarono quanti, critici con le scelte dell'Instituto de Cultura, non ammisero la possibilità che il giudizio estetico sull'arte dovesse basarsi semplicemente sui richiami a valori nazionali e, dall'altro, quanti videro nel premio un meritato riconoscimento per un settore da sempre relegato all'anonimato. Oggi, seppur lo spirito di valorizzazione dell'autoctono resta ancora soggiacente nelle indagini sull'artigianato e nelle politiche di sostegno da parte dello stato, si tende a smorzare l'immagine di tipo più palesemente nazionalista, con dei richiami alla salvaguardia delle espressioni estetiche tradizionali. In tal senso, non sono poche le voci di allerta che si sono elevate contro la minaccia rappresentata, per l'autenticità della tradizione, dal processo di industrializzazione accelerata e dallo sviluppo dei moderni mezzi di comunicazione. Fra gli studiosi più autorevoli che si sono espressi in questa posizione, menzioniamo, per il caso peruviano, José Sabogal Wiesse che nei suoi numerosi scritti ricorda più volte, quanto turismo di massa e politiche di sostegno non del tutto appropriate abbiano costituito per l'artigianato una minaccia per la propria esistenza in quanto hanno portato ad una produzione in serie e ad una volgarizzazione delle forme.

In America Latina più che altrove, quindi, il concetto di artigianato amplia il suo significato di connotati culturali per avvicinare la sua accezione a quella di "arte popolare" così come viene definita dalle scienze demologiche. Questa nozione nata dall'applicazione alle arti figurative del concetto romantico di "popolo", è concepita dagli studiosi sul folklore come un aspetto della cultura delle classi subalterne, siano esse rurali che urbane. I fenomeni che la pratica degli studi ha raggruppato sotto la classificazione di arte popolare sono stati prevalentemente degli oggetti, per lo più funzionali ma anche rituali o semplicemente

decorativi, con un accentuato interesse formale. Il dibattito dei folcloristi si centra, non tanto sugli aspetti pratici legati al processo di produzione (industria vs manifattura), quanto piuttosto sui fattori storico-sociali (circolazione dei beni, trasmissione del sapere e dei tratti stilistici, pratiche rituali, ecc.) che stanno dietro le fasi di produzione, distribuzione e consumo, e che hanno connotato il prodotto finale di particolari caratteristiche. La ricerca folclorica s'impegna, quindi, nel determinare la "popolarità" o meno del prodotto simbolico, cioè ciò che lo differenzia dalle altre forme estetiche contemporanee definite come "colte" o di "massa". Giuseppe Cocchiara, uno dei più autorevoli studiosi italiani di demologia, definisce il concetto di "popolarità" applicato alle arti figurative:

La popolarità di un prodotto artistico non è una qualità o un'essenza universale ed intrinseca, riconoscibile in ogni tempo ed in ogni luogo per i suoi inalterabili segni; essa è invece una "condizione" o un modo di essere determinabile e riconoscibile solo storicamente, e cioè in relazione solo con altre manifestazioni artistiche dello stesso tempo e dello stesso luogo, dalle quali si differenzia - o alle quali si contrappone - per concezioni, tradizioni stilistiche, ideali espressivi, ambito sociale di produzione e di consumo .

Determinare la popolarità di un prodotto artistico significa, quindi, tener conto in primo luogo, dei livelli e dei dislivelli socio-culturali delle diverse società.

Pur avendo come punto di partenza tali fattori, esterni alla materialità dell'oggetto in esame, sono state delineate alcune peculiarità formali che contraddistinguono l'esemplare d'arte popolare. È stata rimarcata, in particolare, la ricorrenza, nella produzione simbolica popolare, di una semplificazione delle linee, dei colori e dei volumi che porta a non rispettare, in taluni casi, le regole della prospettiva e del chiaro-scuro; una stilizzazione delle figure con la conseguente abolizione di tutti gli elementi accessori; un'accentuazione di certi tratti che servono a denotare particolari status sociali, condizioni fisiche, sentimenti, ecc.; una ripetizione di alcune linee o intere figure a scopo decorativo .

Il concetto di popolo, così come si era formato in Europa in ambito demologico, passa in America Latina a designare una proprietà di gruppi indigeni isolati, con poche differenziazioni sociali e con tecniche semplici. In passato, gli studi sul folclore si sono limitati a rintracciare i tratti distintivi delle società tradizionali prendendo come oggetto di investigazione piccole comunità autarchiche. Si sono creati dei prototipi ideali di cultura in cui si sono rappresentati tutti gli elementi della vita tradizionale così come avrebbero potuto risultare in un sistema chiuso, senza contatti con altre società. L'attenzione si è, quindi, centrata sugli aspetti culturali nella loro staticità e nella loro permanenza nel tempo, piuttosto che nel loro mutare e nell'interazione con altre società. Sono mancati, così, gli studi tesi a verificare i cambiamenti che il mondo folk ha subito con l'avvento della modernità. Si sono ignorate nuove formazioni sociali nate dall'interpretazione e dalla riproduzione da parte di società tradizionali di strutture capitaliste. I mass media, l'urbanizzazione e l'industrializzazione sono visti semplicemente come fattori che concorrono inevitabilmente alla disgregazione dei valori della tradizione. La "Carta del Folclor Americano", elaborata da un gruppo di specialisti che nel 1970 si riunì a Caracas per discutere di folclore, è esemplificativa di tale tendenza. In essa si ribadisce come il folclore sia costituito da un insieme di beni e valori legati alla cultura orale e locale, di per sé inalterabili se non a causa di agenti perturbatori esterni. Si rivendica, inoltre, come il folclore costituisca la base dell'identità di ogni paese latinoamericano e come la modernità, in quanto forza disgregatrice della tradizione, rappresenti un pericolo per gli ideali nazionali. Negli ultimi decenni, tuttavia, si sono levate voci che denunciano come una concezione ortodossa di folclore così come è stata concepita in passato, non sia più sostenibile nell'attualità dato che lo studio della cultura popolare deve tener conto dell'interazione di fattori complessi e dinamici che, in molti casi, minacciano di dissolvere la delimitazione di un'area esclusivamente tradizionale della cultura delle classi subalterne. Durante la "Segunda Reunión Interamericana Sobre Cultura Popular y Tradicional", tenutasi anch'essa a Caracas nel 1987, fu proposto da alcuni partecipanti di ampliare la prospettiva di studio verso l'analisi delle relazioni tra il mondo tradizionale ed alcuni aspetti della modernità e coinvolgere, conseguentemente, anche quei settori della cultura popolare non legati all'ambiente rurale. Fra i vari interventi, si rivelarono particolarmente interessanti le osservazioni (riprese poi in vari lavori) di Néstor García Canclini, il quale nel confutare il concetto di popolarità ritiene necessario ribattere quelle posizioni scientifiche alle quali si deve, in maniera decisiva, la visione della popolarità come un'entità esistente a priori: il folclore, l'industria culturale ed il populismo politico. Per García Canclini, il carattere artificiale del concetto popolare risulta chiaro nel momento in cui si ripercorre il formarsi di tale nozione nelle

diverse strategie concettuali. Lo stesso termine, infatti, può assumere dei significati anche molto diversi a seconda che sia posto in scena da antropologi, studiosi di mezzi di comunicazione di massa oppure sociologi politici. La nascita di società capitaliste e l'avvento della cultura di massa, tuttavia, spingono ad una imminente riformulazione del concetto di popolare che tenga conto della nuova realtà:

La modernización disminuye el papel de lo culto y lo popular tradicionales en el conjunto del mercado simbólico, pero no lo suprime. Reubica el arte y el folclor, el saber académico y la cultura industrializada, bajo condiciones relativamente semejantes. El trabajo del artista y el del artesano se aproximan cuando cada uno experimenta que el orden simbólico específico en que se nutría es redefinido por la lógica del mercado. [...]. Lo que se desvanece no son tanto los bienes antes conocidos como cultos o populares, sino la pretensión de unos y otros de conformar universos autosuficientes y de que las obras producidas en cada campo sean únicamente "expresión" de sus creadores .

Con la modernità le differenze fra nazioni, etnie e classi si riducono enormemente rispetto al passato, senza tuttavia scomparire. Quel che accade è un incrocio di differenti tradizioni e di queste con i valori propri del mondo contemporaneo, dando luogo a società "ibride" in gran parte nuove. Le nuove tecnologie ed i mezzi di comunicazione di massa non hanno causato la scomparsa dell'arte popolare, bensì hanno determinato il nascere di prodotti nuovi. Un esempio di strategia di adattamento alle forme e ai valori della modernità da parte del mondo tradizionale può essere rintracciata nella rielaborazione dei prodotti e dei saperi degli strati sociali più poveri che si conformano ai gusti del consumatore urbano o del turista. Lo sviluppo moderno, quindi, non può provocare la scomparsa dell'arte popolare, quanto piuttosto dei cambiamenti tesi a rispondere alle nuove esigenze. Al contrario, la produzione subisce addirittura un aumento nei volumi dovuto alle possibilità offerte dai media e dalle nuove vie commerciali (non dobbiamo dimenticare tuttavia, che tale aumento risponde spesso a precise strategie di mercato o politiche, piuttosto che seguire un'evoluzione autonoma che parte dall'interno del mondo popolare). In definitiva, quindi, per García Canclini la modernità riduce le distanze fra artista colto ed artista popolare / artigiano in quanto entrambi devono adattare il proprio ordine simbolico alla logica di mercato. Nel corso della redazione dei paragrafi che seguono, abbiamo ricorso più volte ai termini artista / arte ed artigiano / artigianato impiegando l'una o l'altra parola secondo l'accezione che, di volta in volta, abbiamo ritenuto più consona. In numerose occasioni, tuttavia, abbiamo riscontrato la possibilità di un'assoluta alternabilità fra tali vocaboli senza percepire sostanziali cambiamenti di significato. Non abbiamo avvertito come un atteggiamento superficiale, quindi, l'utilizzo di una differente terminologia per riferirsi allo stesso oggetto di studio. Al contrario tale atteggiamento ci è sembrato legittimato in primo luogo dal constatare quanto in America Latina l'opposizione arte popolare e artigianato sia avvertita come minima, ed in secondo luogo, dalla necessità, ricordata da García Canclini, di superare le divisioni concettuali delle varie discipline per poter intraprendere, in maniera integrale, lo studio della modernità nelle culture tradizionali. Vogliamo, infine, ricordare il parere degli stessi interessati, i produttori di San Marcos, i quali non rivelano alcuna differenza fra i termini artista ed artigiano per riferirsi a loro stessi, anche se ritengono che il primo aggiunga una particolare nota di merito alle loro abilità. Essi superano qualsiasi distinzione di parte definendosi *imagneros* cioè semplicemente creatori di immagini sacre.

La persistenza di elementi indigeni nell'arte popolare peruviana

Uno dei temi che più ha impegnato gli storici che, in questo secolo, si sono occupati dell'arte prodotta in Perù a partire dalla colonia, è stato quello di calibrare quale sia stato l'impatto della conquista sulle popolazioni native e conseguentemente sulle loro arti, ma anche quale sia stato l'apporto dell'estetica preispanica all'arte del Vicereame.

Durante la prima metà del XX secolo alcuni storici si erano impegnati nel tentativo di rintracciare prove di un'originalità dell'arte coloniale rispetto ai modelli della metropoli. In questa prima fase, gli studiosi si erano limitati a rivelare, esclusivamente, quelle evidenze che costituivano delle peculiarità eclatanti quali, ad esempio, gli elementi decorativi che traevano ispirazione dal paesaggio americano, trascurando tuttavia l'analisi in profondità delle forme artistiche. Solo a partire dagli anni sessanta e soprattutto settanta, il lavoro congiunto di diverse discipline quali la sociologia, l'antropologia e la semiotica, applicando i loro

differenti saperi e i loro differenti metodi d'indagine al campo artistico, hanno messo in evidenza aspetti in precedenza ignorati che rivelano un profondo coinvolgimento della componente indigena nell'arte postcolombiana.

Stastny, criticando i primi studi, rileva come in passato si sia affrontato l'argomento in maniera limitata, commettendo gravi errori come quello di voler rintracciare o confutare gli elementi nativi a partire dalla presenza o meno, in età postcolombiana, di copie di immagini provenienti dalle antiche culture andine. Altro limite fu quello di limitarsi ad analizzare il fenomeno soltanto nell'arte religiosa ufficiale, trascurando sia la produzione di manufatti creati, tra il XVI ed il XVII secolo, per la nobiltà inca, rimasta in uno stato di semilibertà nell'antica capitale dell'impero, sia la produzione simbolica popolare che si è saputa mantenere viva fino ai nostri giorni.

Nell'interazione dei componenti estetici indigeni ed ispanici, è possibile isolare almeno due orientamenti:

- Coesistenza attraverso vie parallele indipendenti e mantenimento della propria individualità.
- Fusione e continuo adattamento ai cambiamenti del contesto socio culturale.

Andando ad esaminare più attentamente il fenomeno nell'arte popolare odierna, che è poi il tema del presente lavoro, si possono rilevare elementi propri dell'estetica precolombiana sia nel processo di produzione, sia in alcuni aspetti formali che costituiscono gli oggetti artistici stessi.

In primo luogo, esistono ancora tecniche di fabbricazione molto arcaiche, come l'elaborazione di ceramiche senza l'ausilio del tornio ed il telaio a cintura, tuttora molto comune nella società rurale andina. In secondo luogo, si può riconoscere la persistenza di forme che sono rimaste invariate, o hanno subito leggeri cambiamenti dall'epoca della conquista. Rifiutate come modello di bellezza rappresentativa dall'etnocentrismo occidentale del XVI secolo, le forme indigene non poterono sopravvivere, se non in minima parte, nelle grandi opere dell'arte ufficiale della colonia, bensì negli oggetti utilitari legati alla quotidianità. Sono testimoni di una continuità culturale che ha resistito ai secoli e all'acculturazione dei dominatori alcuni elementi del vestiario, numerose forme di ceramica e di mate, statuette e vasi a forma di animali, kero, ecc.

Con alterna fortuna, sono sopravvissuti anche alcuni motivi ornamentali, in parte tollerati durante la colonia, perché considerati, probabilmente, carenti di valore simbolico, quindi non chiaramente attribuibili a frutto di credenze pagane.

Tuttavia, per rintracciare l'apporto indigeno all'arte peruviana (sia essa coloniale, repubblicana o contemporanea) non è neppure sufficiente riconoscere l'autenticità e l'originalità a partire esclusivamente dal constatare la persistenza di tecniche e motivi propri dei popoli preispanici. È importante, piuttosto, scomporre l'oggetto artistico nelle varie componenti che lo configurano, andandone a rintracciare il valore simbolico che essi possiedono all'interno della cultura che li ha prodotti. Molti di questi oggetti rivelano il proprio significato solo comprendendo il contesto nel quale sono nati e le occasioni per le quali furono creati. Non tutte le forme più propriamente autoctone, infatti, sono chiaramente riconoscibili come tali, bensì si manifestano in maniera nascosta. G. Kubler ha dimostrato come la possibilità di sopravvivenza di una forma artistica, dopo la conquista, sia stata inversamente proporzionale al contenuto simbolico da essa posseduto. Così, se in parte e non in maniera del tutto invariata, poterono sopravvivere alcune tecniche e forme funzionali, dovettero nascondersi sotto aspetti ingannevoli quelle manifestazioni che, per i loro contenuti, erano state proibite dalla chiesa cattolica e dall'apparato coloniale.

Come in parte abbiamo accennato, il processo di catechizzazione e l'imposizione religiosa cattolica non portò alla definitiva e totale scomparsa del sistema religioso nativo. Se la religione ufficiale del Cusco sparì rapidamente con la conquista, i culti regionali alle waca, le entità soprannaturali locali, legati a particolari elementi e fenomeni naturali, sopravvissero alla caduta dell'impero inca, seppur in maniera non incontaminata.

L'imposizione del nuovo credo e la censura imposta dal clero cattolico sulle rappresentazioni che richiamavano la religiosità nativa, portò nell'arte indigena con chiaro valore simbolico, ad una netta separazione della forma dal contenuto. Per sfuggire al processo di estirpazione delle idolatrie il mondo indigeno reagì conferendo alle proprie credenze forme e stili occidentali. È lo stesso fenomeno che E. Panofsky, studiando il persistere di temi e motivi classici nell'arte medioevale e rinascimentale europea chiamò "dissociazione".

Tale particolare situazione si è verificata in America Latina sia nell'arte colta sia in quella popolare. Considerata priva di valore estetico dai conquistatori, l'arte nativa non poté esprimere liberamente le proprie forme nelle grandi opere dell'arte coloniale. Tuttavia, gli studi più recenti, condotti in particolare

da Teresa Gisbert negli anni settanta ed ottanta, hanno dimostrato come anche nei più importanti esempi di architettura barocca e nei dipinti delle grandi scuole pittoriche che avevano caratterizzato la colonia, vi siano chiari rimandi al mondo simbolico andino, seppur espressi con mezzi stilistici propri della tradizione europea.

Ma il fenomeno della dissociazione, è più chiaramente riconoscibile in quella parte dell'arte popolare legata alle pratiche e alle credenze religiose indigene. Lo stile plastico al quale ricorrono gli artisti popolari è di chiara ispirazione occidentale e deriva in gran parte dai modelli ufficiali del Vicereame. Gli esempi più chiari di questo vincolo con l'arte coloniale non sono riscontrabili tanto nella produzione di oggetti utilitari, realizzati soprattutto a livello familiare, quanto piuttosto in quelle opere che per la loro complessità rappresentativa e per la difficoltà nell'esecuzione richiedono la specializzazione di un determinato settore della popolazione al quale sono rimandate particolari competenze. Il codice rappresentativo d'ispirazione europea impiegato per le opere con valore simbolico, può spingere l'osservatore non attento ad ignorare il contenuto semantico latente che si cela dietro l'apparenza. Solo una lettura più approfondita può arricchire l'indagine estetica del significato soggiacente ed introdurre al dominio dell'ideologia nativa.

Non si deve vedere, quindi, il San Marcos come la semplice rappresentazione di santi, patroni delle differenti specie animali che reinterpretano antiche divinità preispaniche né, tanto meno, la palese figurazione di cerimonie agro-pastorali; il suo significato simbolico si rivela solo andando a considerare la funzione ed il valore che esso assume nei riti della popolazione rurale. È importante, altresì, che la constatazione del fenomeno della disgiunzione non porti, ad analizzare la forma indipendentemente dal contenuto o viceversa. A tal proposito Stastny sottolinea come, nell'arte popolare latinoamericana:

La forma occidental no es sólo una cobertura exterior. Es en realidad un componente intrínseco de la ideología sincrética de la población campesina. La forma cristiana integra sustancialmente la mentalidad sincrética en su organización estructural heterogénea.

Il San Marcos è un prodotto originale rispetto a forme simili di tradizione europea e non può essere analizzato ricorrendo alle categorie occidentali. L'esame delle componenti estetiche e simboliche rivela come il San Marcos sia uno dei prodotti culturali che più di ogni altro esprime il profondo sincretismo delle attuali popolazioni andine.

Il "cajón de San Marcos"

Il termine "cajón de San Marcos" designa un oggetto che, per alcuni aspetti formali, richiama alla mente i tabernacoli religiosi di stampo popolare del vecchio continente. Si tratta in realtà di un genere molto diverso che, seppure, come vedremo più avanti, presenti molti punti di contatto con il modello europeo, possiede delle caratteristiche proprie e specifiche, che lo mettono in relazione con alcune pratiche e credenze indigene. Nell'ambiente rurale andino, infatti, il San Marcos è considerato un oggetto ad uso rituale e propiziatorio, che svolge una funzione magico-religiosa in alcune cerimonie agro-pastorali, in particolare durante la festa che si tiene nel mese di agosto (in alcune aree in febbraio) in occasione della marcatura del bestiame.

In passato, il San Marcos era denominato in quechua *Missa Mastay*, nome che oggi è purtroppo entrato in disuso. Per la similitudine del vocabolo *Missa* con le parole spagnole *misa* (messa) e *mesa* (tavolo), il termine *Missa Mastay* è stato messo in relazione da un lato con il rituale religioso cristiano e dall'altro con il mantello (*manta*) che, steso a terra durante alcune cerimonie di offerta native (pagapu dallo spagnolo *pagar* = pagare, e dal quechua *Apu* = divinità che risiede nelle montagne; cioè sacrificio che serve a ripagare il favore del dio), svolge la funzione di altare e prende appunto il nome *mesa*. Questa seconda ipotesi è avvalorata dal fatto che *Mastay* è un verbo che richiama l'azione di stendere un tessuto. *Missa* è, infine, anche il luogo in cui si svolge la festa della marcatura del bestiame. Roberto Villegas, invece, collega, in realtà senza trovare dei nessi logici precisi, il nome quechua che indica il San Marcos, con un antico gioco rituale, conosciuto anch'esso come *Missa Mastay*, in cui i partecipanti si contendevano una pannocchia di mais.

Tradizionalmente il cajón de San Marcos è costituito da una parte lignea, l'armatura portante del

tabernacolo ed una parte in pasta di patate e gesso, le figure racchiuse all'interno. Il legno impiegato per la confezione della cassa è scelto fra quelli reperibili in luogo, preferendo tuttavia il maguey, lo stelo dell'infiorescenza dell'agave americana, pianta comunissima fra le alture che circondano la città di Ayacucho. Le dimensioni sono approssimativamente 25-30 cm per l'altezza, 20-25 cm per la larghezza e 5-10 cm per la profondità. Corona la struttura lignea un piccolo frontone triangolare alto circa 5 centimetri. Una porta laterale a due battenti, uniti al corpo centrale con delle piccole strisce di cuoio, permette di chiudere la cassa in modo da proteggere le figure interne. Tutte le pareti sono precedentemente rivestite di un intonaco di gesso e successivamente decorate con pitture a tempera alla quale era stata aggiunta della colla naturale. Nell'interno si può trovare un solo ambiente, oppure, più comunemente, una divisione su diversi livelli (tradizionalmente solo due).

Con un amalgama ottenuto dall'impasto di patate lesse, gesso e colla si modellano le statuine che, una volta indurite, andranno a popolare il San Marcos. Per dare forma alle figure, l'artigiano si avvale di alcuni strumenti molto semplici come pinze, forbici e coltelli. È molto diffuso, tuttavia, anche l'impiego di stampi di gesso che permettono la creazione in serie di alcuni personaggi. Dopo che l'impasto ha preso forma e si è seccato, si passa alla colorazione delle varie immagini e per ultimo, alla loro rifinitura con della vernice lucida. Terminato il modellato, le piccole sculture raffigureranno santi, musicisti, ballerini, lavoratori e animali e saranno collocati all'interno del tabernacolo secondo una precisa disposizione. Approfondiremo l'analisi sugli aspetti formali del San Marcos andando ad esaminare gli elementi simbolici che si celano dietro i vari componenti strutturali.

Per secoli, il sistema carovaniero costituì la principale via commerciale per i San Marcos, in quanto manufatti destinati alle comunità agro-pastorali, spesso situati anche ad una notevole distanza dalla città. Due interi quartieri di Ayacucho, Carmenca e San Juan, si dedicavano, in maniera quasi esclusiva, alla professione di mulattiere. I carovanieri fungevano, da un lato come intermediari tra i contadini e gli artigiani, e dall'altro come agenti di trasformazione che mettevano in relazione l'economia rurale, basata sul baratto, con quella monetizzata dei centri urbani. Non esisteva, quindi, un rapporto diretto tra il produttore ayacuchano ed il cliente, se questi risiedeva in località appartate; era il mulattiere che si faceva carico della domanda del mercato rurale veicolandone le richieste. Basandosi sulle necessità dei singoli contadini, i carovanieri indicavano all'artigiano, con un certo anticipo, quali dovessero essere le caratteristiche finali del manufatto. Gli oggetti artigianali erano scambiati sia per denaro che per beni in natura. Generalmente, al momento in cui faceva pervenire l'ordine, il proprietario di una carovana lasciava un acconto che, una volta ritornato da un viaggio commerciale, integrava con parte dei prodotti agricoli ottenuti dal baratto nelle campagne dei manufatti acquistati nella città. I principali beneficiari di tutto questo circuito erano proprio i carovanieri poiché le merci delle botteghe ayacuchane erano comprate "all'ingrosso", mentre i generi agricoli moltiplicavano il proprio valore una volta immessi nel mercato urbano.

Gli elementi magico-simbolici del Cajón de San Marcos

Numerosi studiosi hanno contribuito, con importanti ricerche, a rintracciare i richiami simbolici che hanno determinato la riproduzione all'interno del San Marcos di particolari motivi ed elementi rappresentativi, dando un impulso decisivo all'analisi interpretativa della reale natura dei San Marcos. Tra i primissimi lavori in tale campo è doveroso ricordare l'articolo di Emilio Mendizábal Losack "la difusión, aculturación y reinterpretación a través de las cajas de imaginero ayacuchanas", scritto nel 1957 ed apparso nel 1964 sulla rivista "Folklore Americano", che resta ancora oggi uno dei saggi più approfonditi sul San Marcos ed il punto di partenza obbligato per lo studioso che intendesse affrontare il tema. Le conclusioni di Mendizábal sono state arricchite, negli ultimi anni, dalle osservazioni di altri importanti intellettuali quali Pablo Macera, Gertrud Solari, Nicario Jiménez e Roberto Villegas, apparse anch'esse in rivista e per le quali rimandiamo alla bibliografia. Non tutti i punti sono stati chiariti, alcuni risultati lasciano ancora adito a dubbi, tuttavia dall'esame più attento dei componenti strutturali che costituiscono il San Marcos appare evidente come questo non possa più essere considerato semplicemente come un tabernacolo ligneo custodente alcuni santi cristiani, bensì un oggetto magico religioso che compie una funzione chiaramente definita nei costumi e nei rituali del mondo rurale andino.

Certamente l'aspetto più problematico, sul piano interpretativo, è costituito dai motivi decorativi pittorici riportati sulle pareti e sulle porte della cassa di legno che funge da l'involucro protettivo per le statuette racchiuse all'interno. Si tratta, principalmente, di disegni a carattere floreale, oppure, soprattutto negli esemplari più antichi, semplicemente lineari o puntiformi, più raramente figure geometriche o simboli cristiani. La scelta dei colori può variare a seconda delle botteghe, dipendendo dalle preferenze dell'artigiano, sebbene sembrano prevalere il rosso ed un viola scuro tendente al blu.

Generalmente, la maggior parte degli autori ha trascurato l'indagine sul reale significato che si potrebbe nascondere aldilà della palese apparenza delle rappresentazioni che decorano la struttura lignea del tabernacolo. Sull'origine dei motivi pittorici del San Marcos, infatti, possiamo solo azzardare alcune possibili spiegazioni che tuttavia non risultano comprovate da prove certe. Per quanto riguarda gli elementi lineari e le figure geometriche possiamo tentare di rintracciare dei paralleli e delle analogie in altre forme artigianali quali ad esempio i tessuti. Avvalendosi dei risultati conseguiti grazie all'intensificarsi, negli ultimi decenni, delle ricerche sull'arte tessile andina, possiamo avanzare l'ipotesi di una possibile corrispondenza nei significati di figure che ricorrono in maniera simile in entrambi i generi. Sulla base di tali dati, abbiamo rintracciato tre temi principali che, pur considerando le varianti con le quali si presentano nella resa espressiva, dimostrano avere chiare somiglianze nelle due forme artistiche: figure romboidali, linee ondulate e simboli cruciformi.

I primi due casi sono strettamente legati l'uno all'altro, non solo perché si trovano spesso associati nella stessa raffigurazione, ma perché entrambi fanno richiamo al mondo simbolico legato alle acque. E' stato visto, infatti, nei disegni romboidali il referente figurativo della Mama Qocha, mentre nelle linee ondulate l'immagine dell'Amaru Mayu, il serpente-fiume simbolo di fertilità ed abbondanza, ma anche forza irrazionale dal potere distruttivo.

Potremmo proporre l'ipotesi che anche i motivi floreali celino in realtà lo stesso simbolismo magico religioso. E' quanto ci suggeriscono alcune affermazioni dello scultore ayacuchano Jesús Urbano Rojas, il quale, in un opuscolo scritto in collaborazione con Rosaura Andazabal Cayllahua, suggerisce alcune chiavi di lettura per interpretare le proprie opere. Sulle porte dei suoi San Marcos appaiono spesso raffigurate delle grosse foglie (che secondo quanto riferisce l'autore sarebbero da identificare con le foglie del guarango -acacia tortuosa- un arbusto andino usato dalla popolazione locale anche a scopi medicinali per cicatrizzare ferite) associate a fiori. Jesús Urbano ricollega la forma allungata e ondeggiante delle foglie e delle venature fogliari a delle linee d'acqua che sfocerebbero in laghi (qocha), rappresentati dai fiori. Il terzo tema che ricorre comunemente è la croce. Non vogliamo negare l'evidenza del simbolismo cristiano nella croce del San Marcos, cercando di rintracciare ad ogni costo antichi simboli precolombiani, e sminuire, a tal punto, l'effettiva evangelizzazione delle Ande. Tuttavia, ci sembra doveroso ricordare come tale motivo venisse frequentemente raffigurato nelle espressioni artistiche dei popoli americani ancor prima della conquista. Nel mondo andino, infatti, la croce, nelle diverse varianti in cui si può presentare, è il referente simbolico sia per alcuni corpi astrali, come le stelle (in particolare per la "croce del sud"), sia per la tetrapartizione nella quale gli indigeni si immaginavano diviso il mondo. Data la sua similitudine e compatibilità formale con le croci indoamericane, la croce cristiana è probabilmente uno dei simboli che più facilmente è stato accolto delle culture andine.

Non dobbiamo dimenticare che il San Marcos è un'opera eseguita su commissione e che, conseguentemente, i gusti e le preferenze del destinatario assumono un peso importante nella scelta del motivo decorativo. A volte il cliente può preferire la rappresentazione di un particolare tipo di fiore, piuttosto che di un altro, perché questo cresce in prossimità di alcuni luoghi sacri ed acquista, quindi, uno speciale valore simbolico. Anche per la decisione del colore possono essere determinanti le indicazioni del destinatario. Siamo a conoscenza, per esempio, come un allevatore abbia chiesto espressamente, ad un artigiano di San Marcos, che la decorazione pittorica della parte lignea del tabernacolo, dovesse prevedere una combinazione di rosso e nero perché questi colori rappresentavano, da un lato, il sangue versato durante la marcatura del bestiame e dall'altro la fertilità della mandria.

Aperto le porte del San Marcos appaiono, comunemente ordinati su due livelli, un numero variabile personaggi eseguiti in pasta di patate e gesso. Nell'insieme, le immagini presenti all'interno del tabernacolo sono in media una trentina ma può capitare che molte di esse, essendo eseguite a stampo, si ripetano, duplicate o addirittura triplicate, all'interno della stessa opera. Il numero complessivo dipende, in genere dalla volontà e dalle capacità economiche del committente. Nel tentativo di arricchire le conoscenze sul San Marcos e avvicinarci al significato simbolico che esso racchiude, esamineremo,

inizialmente, le caratteristiche che contraddistinguono le singole figure e le vicende narrative che le coinvolgono, rimandando, a un secondo momento, l'analisi della loro disposizione spaziale su due piani. In base alla tematica della rappresentazione, le statuette del San Marcos possono essere suddivise in tre gruppi: immagini agiografiche, personaggi che popolano la scena della cosiddetta *pasión* e personaggi che riguardano, invece, la *reunión*.

Il numero dei santi può variare da un minimo di uno ad un massimo di cinque. Ogni santo è il patrono di una particolare specie animale. La presenza o l'assenza di un patrono è determinata, in molti casi, dal fatto che il proprietario del bestiame e destinatario del San Marcos, possieda o meno l'animale domestico di cui il santo è protettore. Se all'interno del tabernacolo è presente una sola immagine agiografica si preferisce sostituire il termine San Marcos con quello del santo raffigurato.

Le rappresentazioni sacre identificano i seguenti santi:

- San Marco guardiano dei bovini / del toro
- San Luca patrono del leone (puma) / degli animali selvatici / del toro / delle mucche
- San Giovanni Battista guardiano delle greggi ovine
- Sant'Antonio da Padova protettore degli equini
- Sant'Elena / Sant'Agnese protettrice delle capre
- Santiago (non frequentemente rappresentato) patrono di tutti gli animali domestici / dei camelidi andini (lama, alpaca, vigogna e guanaco)

La prima cosa che viene osservata è l'incertezza e la confusione esistente, da parte sia degli artigiani che degli stessi destinatari del San Marcos, nell'identificare alcune delle immagini agiografiche.

La figura femminile, per esempio, è indistintamente identificata con Sant'Elena o Sant'Agnese.

Mendizábal, domandando ad un informatore quale delle due sante fosse rappresentata in un San Marcos, pur facendo notare che alle due immagini corrispondevano due personaggi storici differenti, ottenne come risposta che le due sante erano in realtà la stessa cosa con l'unica differenza del nome: "è lo stesso, solo il nome è differente".

La stessa confusione esiste riguardo la specie di animale al quale il santo offre protezione. A volte si crede che San Luca sia il patrono del leone, altre volte di tutti gli animali selvatici, altre volte ancora del toro o delle mucche. Lo stesso si può dire per San Marco, al quale si attribuisce la salvaguardia del toro oppure dei bovini in generale, e Santiago, protettore dei camelidi andini o di tutti gli animali.

Esaminando, ad uno ad uno, gli attributi che, all'interno del San Marcos, vengono conferiti ad ogni singolo santo e l'iconologia e la simbologia con cui vengono ritratte le immagini agiografiche, ci accorgeremo che, in molti casi, questi non corrispondano a quanto tramandato dalla tradizione ufficiale cattolica.

San Marco è raffigurato con una tunica giallo-verde oppure celeste ed un mantello rosso. Porta nella mano destra una penna d'oca e nell'altra un libro aperto. Il libro, che conformemente all'iconologia cristiana dovrebbe essere identificato con la Bibbia (San Marco è uno degli evangelisti), è in realtà, secondo le testimonianze degli stessi artigiani, un registro in cui il santo appunta la contabilità riguardante l'aumento del bestiame. Sebbene uno dei simboli iconografici che più contraddistinguono San Marco nella tradizione religiosa europea sia costituito dal leone, nel tabernacolo popolare andino, questo è più spesso sostituito dal toro. Il calendario liturgico cattolico festeggia San Marco il 25 aprile. Non siamo a conoscenza per il periodo precolombiano, di feste che si tenessero durante il mese di aprile nella regione di Ayacucho.

Guaman Poma de Ayala ricorda che in tale mese venivano forati gli orecchi agli adolescenti appartenenti alla nobiltà inca. Tale rito di passaggio, che doveva essere molto importante durante il *tawantinsuyo* ed essere celebrato con sacrifici solenni, sembra, tuttavia, essere stato circoscritto alla classe aristocratica di Cusco e conseguentemente, non aver avuto diffusione fra la popolazione rurale. Riteniamo, quindi, di poter escludere una relazione fra i due eventi. Ci sembra, piuttosto, importante ricordare che aprile è il mese in cui finisce la stagione delle piogge ed inizia la raccolta delle coltivazioni.

San Luca è vestito con una tunica di colore chiaro ed un mantello verde o azzurro. E' raffigurato con una penna d'oca nella mano destra ed un libro chiuso nella sinistra, sul quale, secondo la tradizione andina, il santo appunta la contabilità legata alla diminuzione del bestiame dovuta sia alla vendita sia alla morte o

furto degli animali. Il simbolo cristiano che identifica San Luca nell'iconografia cattolica è il bue, ma più spesso nel cajón de San Marcos è raffigurato con un puma. Al santo si attribuisce quindi la capacità di proteggere le mandrie ed i greggi dagli attacchi degli animali selvatici.

San Luca è festeggiato il 18 ottobre. Con tale mese si chiude la stagione secca e si riapre un nuovo calendario agricolo con la semina delle varie coltivazioni. Durante l'impero inca si tenevano nel mese di ottobre dei festeggiamenti che servivano a propiziare l'arrivo delle piogge. Il periodo che va dalle celebrazioni patronali di San Luca a quelle di San Marco costituisce quindi un intero ciclo agricolo, che comincia con la semina ad ottobre e termina con la raccolta ad aprile.

San Giovanni Battista indossa una tunica gialla ed un mantello rosso. Spesso la tunica non copre completamente il corpo del santo, ma lascia scoperte le gambe. La concezione cristiana lo considera "pastore di fedeli" e per questo l'animale che lo rappresenta è l'agnello. Conformemente alla tradizione iconografica cattolica, anche nel cajón de San Marcos, San Giovanni Battista è simboleggiato da un agnello riprodotto, in posizione accovacciata, su di una bibbia che il santo tiene nella mano sinistra mentre nella destra stringe una grossa croce.

Il giorno in cui viene festeggiato San Giovanni Battista è il 24 di giugno. Durante il regno degli inca, si tenevano nel mese di giugno i grandi festeggiamenti per il solstizio d'estate (21 giugno), in preparazione dei quali ci si purificava con lunghi periodi di digiuno. E' interessante notare come anche la figura di San Giovanni, che secondo i vangeli avrebbe battezzato Gesù, sia strettamente legata, nella concezione cristiana, all'idea del rinnovamento e della purificazione.

Sant'Antonio da Padova è vestito esclusivamente di una tunica blu. Nel San Marcos è raffigurato con una penna d'oca nella mano sinistra mentre sull'altra sorregge, su di una bibbia, un Gesù Bambino vestito di rosso. Nel mondo andino, Sant'Antonio è il guardiano degli equini e gode di speciale venerazione da parte dei carovanieri che sono soliti portare con sé, durante le lunghe marce, dei tabernacoli con le effigi del santo, a protezione dei loro viaggi. Il legame che il santo aveva, già in Europa, con cerimonie vincolate alle attività agro-pastorali, ed i numerosi miracoli e doti soprannaturali che gli venivano attribuiti, quali il potere di curare alcuni tipi di malattie come l'herpes, deve averne favorito, anche nel nuovo mondo, la diffusione del culto che resta, a tutt'oggi, uno dei più sentiti presso tutta la popolazione rurale. Nella regione di Ayacucho gli sono conferiti particolari poteri quali la facoltà di mediare con le anime dei defunti.

Sant'Antonio viene celebrato nel calendario liturgico cattolico il 13 giugno, sebbene la data di nascita del santo sia il 15 agosto. Ciò fa escludere che ci possa essere una relazione fra i festeggiamenti in onore del santo ed i rituali che si tengono nel mese d'agosto in occasione della marcatura del bestiame.

La figura agiografica femminile indossa una tunica rossa ed un mantello violaceo. Porta nella mano destra un giglio (o una piuma d'oca), mentre con l'altra sostiene una capretta di cui la santa è patrona. Purtroppo non siamo in grado di spiegare le cause dell'incertezza, ricordata in precedenza, relativa all'identificazione di tale figura con Sant'Agnese oppure Sant'Elena, né del resto siamo in grado di risalire all'effettivo personaggio storico, dato che nell'agiografia cattolica esistono numerose sante con questi nomi, ma nessuna delle quali possiede gli attributi corrispondenti a quelli raffigurati nel San Marcos (giglio e capra).

Santiago (San Giacomo apostolo), pur rappresentando uno dei santi più importanti nella tradizione religiosa del mondo andino e pur essendo frequentemente raffigurato in molti generi d'arte popolare, compare raramente nel San Marcos ayacuchano. Il culto all'apostolo Giacomo godeva di particolare venerazione già in Spagna, paese di cui era patrono, dove secondo la tradizione, egli predicò negli ultimi anni di vita. L'iconografia di questo santo conta, tra gli altri, il tipo detto Santiago matamoros (uccisore dei mori): stando a una leggenda, nata all'epoca della Reconquista, il santo apparve miracolosamente alla vigilia di una grande battaglia tra cristiani e mori, promettendo la sua assistenza durante il combattimento. In questa veste, San Giacomo veniva raffigurato in groppa ad un cavallo bianco, con la spada in pugno. La stessa conquista del Perù fu realizzata sotto la protezione di Santiago. Nel nuovo mondo, in seguito alla vittoria degli spagnoli sugli indigeni, Santiago si convertì da Matamoros a Mataindios (uccisore degli indigeni). Fin dai primissimi tempi della colonia, la figura del santo è stata associata dalla popolazione indigena a quella dell'antico dio del tuono Illapa, il dio dalla potenza distruttrice del lampo, ma anche

della fertilità poiché dà vita mediante l'acqua dei suoi temporali. Una così precoce identificazione di un santo cristiano con una divinità autoctona ci è testimoniata in un passo di Guaman Poma de Ayala che, parlando delle usanze religiose dei peruviani, riferisce: "sacrificauan al Yllapa, q' agora llaman Santiago, quemando coca y comida y cicha" . Pablo José Arriaga attribuisce tale identificazione all'abitudine degli spagnoli di dire, durante le tempeste, che Santiago stava correndo, per il cielo, con il suo cavallo. Inoltre i conquistatori, nel corso delle battaglie, gridavano il nome del santo durante gli assalti con le armi da fuoco, il cui rumore avrebbe fatto ricordare, agli indigeni, il frastuono del tuono. È possibile, tuttavia, che le caratteristiche di Santiago, fossero, già in Spagna, quelle di una divinità ignea. Bisogna ricordare, infatti, che in un passo del vangelo secondo Marco, Gesù, rivolgendosi a Giacomo, lo chiama "Boanerges" cioè figlio del tuono.

Accompagnano le immagini agiografiche una serie di personaggi che per la tematica della rappresentazione costituiscono due scene narrative distinte, conosciute con i nomi di *pasión* e di *reunión*. Per entrambe, tuttavia, l'ambiente in cui sono situate le vicende è quello pastorale, in particolare la festa che si tiene in occasione della marcatura del bestiame nel mese d'agosto (in alcune comunità in febbraio). Nella *pasión* è raffigurata la punizione di un contadino indigeno colpevole di aver rubato un capo di bestiame. Come personaggio principale appare l'*hacendado*, il proprietario terriero (altre volte viene identificato come un giudice, altre come un *mayordomo*, il responsabile che si fa carico della festa sostenendone le spese in cambio di onori e riconoscimento da parte della comunità), in posizione centrale rispetto agli altri personaggi, seduto dietro ad un tavolo sul quale si trovano alcune bottiglie di bevande alcoliche, una penna d'oca ed un quaderno, registro degli aumenti e delle perdite degli animali di cui è possessore. Sua moglie si trova non lontano, con un tamburello (*tinya*) mentre canta un *jarawi*, una melodia tradizionale. Non lontano dal proprietario terriero viene collocato l'*abigeo*, il contadino indio accusato di furto. Compare legato ad un albero, con le gambe scoperte (diversamente può anche essere raffigurato appeso per i piedi a testa in giù). Al suo lato, sulla sinistra, si trova un'autorità al servizio del padrone mentre castiga con una frusta il presunto colpevole. Ad implorare perdono e supplicare compassione per le sorti dell'incolpato è venuta la moglie di questi, portando con sé la testa dell'animale scomparso. Cerca di convincere l'*hacendado* che il marito non ha commesso nessun furto e che, in realtà, la bestia è morta per cause naturali. Un personaggio che non sempre compare è il *cocalero*, lo sciamano che, leggendo nelle foglie di coca, è in grado di rintracciare gli oggetti smarriti e la refurtiva rubata individuandone i responsabili. È a lui che il proprietario terriero si rivolge per seguire le tracce ed acchiappare il colpevole. Altre figure, connesse alla *pasión*, ma anch'esse non sempre presenti nel San Marcos, sono una serie di donne che piangono per la dura punizione dell'indio. José María Arguedas , sulla base della testimonianza dell'artista ayacuchano Joaquín López Antay, narra in tale modo la vicenda presentata nella *pasión*:

El Patrón (dueño de tierra y ganado), en medio. Delante una mesa con tinta y pluma; una jarrita de chicha, una botellita de "trago" (aguardiente). Esa tinta pluma manda a los indios para que agarren a un ladroncito; y lo traen delante del patrón. ¿Qué cosa has robado? ¿ Una oveja, dos ovejas? Entonces, échale látigo - dice el patrón -. Y latigaban ese indiecito, delante del patrón, rodillando. También está malobrado la esposa del ladrón, roto la cabeza. Rodillando rogaba al patrón : << Amallay, taytay, asuntichiyñachu, ñam ñakarunña (Ya no más papacito; no lo hagas azotar más. Ya ha padecido). >>

Il termine *pasión* (passione), in ambito artistico-religioso sta ad indicare la rappresentazione del dolore e delle pene di Gesù Cristo durante la crocifissione. Nel mondo popolare andino tale termine si è esteso ad un'accezione più ampia, suggerendo, non solo il martirio di Cristo ma anche ogni espressione artistica in cui è figurata la sofferenza umana. Domandando agli artigiani di San Marcos il perché del nome *pasión* per indicare la scena del castigo dell'indio, abbiamo ottenuto come risposta:<< perché l'indio sta soffrendo>>. José María Arguedas , ci conferma che, nella cordigliera centrale, il termine è usato con lo stesso significato, anche in altri generi artistici quali la danza. Nella valle del Mantaro, per esempio, si chiama *pasión* il primo movimento della danza di origine africana, denominata *pachawara* (l'alba) in cui dei ballerini neri, vestiti da cavalieri del XVIII secolo, ricordano, con il loro ballo, i tempi della schiavitù facendo vibrare delle fruste. Anche un'altra danza, la *jija*, sempre appartenente alla stessa area geografica, possiede un movimento chiamato *pasión*, in cui si mimano le fatiche dei lavori agricoli.

Non pochi sono i richiami all'iconografia cristiana della passione di Cristo; l'indio legato alla colonna e le donne che si disperano per la sua sofferenza costituiscono dei rimandi espliciti al martirio del Messia narrato nei vangeli. Difficile è, tuttavia, stabilire quale sia il significato profondo della rappresentazione della punizione dell'indio da parte del padrone. Stastny non esclude l'ipotesi del proposito occulto di simbolizzare un sacrificio umano per propiziare la fertilità, richiamo inconscio di supposti antichi riti precolombiani. In realtà, il dolore dell'indio rivela il proprio valore se messo in relazione con le restanti figure del San Marcos. La scena, infatti, si trova concettualmente opposta alla composizione di immagini agiografiche presenti nello stesso tabernacolo, riproducendo in tale maniera, la struttura duale del sistema cosmologico preispanico che prevedeva tutta una serie di opposizioni binarie tra categorie in antitesi. Torneremo sull'argomento andando ad analizzare la disposizione spaziale delle statue all'interno del San Marcos.

Distinta dagli stessi artigiani, per il soggetto narrativo, è la scena denominata reunión (riunione, festa). In realtà non esiste, all'interno del San Marcos, una separazione fisica tra le figure che compongono l'una o l'altra rappresentazione bensì i personaggi che costituiscono la reunión si trovano inseriti fra i protagonisti della pasión. La testimonianza di Don Joaquín López Antay, raccolta da José María Arguedas, c'è utile, ancora una volta, per mostrare alcune delle caratteristiche del San Marcos, nel caso specifico, introdurre i componenti che figurano più frequentemente nella reunión:

Turu sak'tachkak (tumbador del toro)
Jarawikuchkak (cantante de jarawi, canción implorativa)
Tinya wak'tachkak (tocador de tinya)
Kisillu k'apchichkak; ladumpi allk'ochampas tiachkak (la amasadora de quesillo; su perrito está a su lado, sentadito)
Toro corneta tocachakak (tocador de corneta, hecha de cuernos de toro)
Atok'cha richkak': oveja suask'antapas apaspa; (el zorrito llevandose la oveja que ha robado)
Wiskacha pituchakuschakak (Una vizcacha con las manos empalmadas)
Patrón ladumpi warmicha puchkachkak (una mujercita hila al lado del patrón)
Runacha quena tocachakak' (un indiecito tocando quena)
Torocha, llamacha tiakuchkak (toro y llama, sentados)
Warmicha vaca chawachkan (mujercita ordeñando una vaca)
Altupi kondor muyuchkan (un condor vuela en las alturas)
Yutucha tapampi (una perdiz en su nido)
Ovejacha tiachkak' (una oveja sentada)
Ovejacha wawan ñuñunchichkak' (una ovejita le da de mamar a su hijo)
Viajero mulachanta k'atispa richkan charanguchanta tocaspa, triste takispa (un viajero arreando su mula, toca su charango, y canta muy triste)

Come si può vedere dal brano di Arguedas, nella reunión si rappresenta la vita dei campi ed i lavori agricoli accompagnati da scene festive. Talvolta l'insieme delle figure che costituiscono la pasión e la reunión è denominato fieles (fedeli), personaggi, cioè, che, all'interno del San Marcos hanno il compito di accompagnare ed onorare i santos (santi). Il numero dei fieles è strettamente connesso alla condizione economica e sociale del committente: se la sua famiglia è numerosa, o se ha molti uomini che lavorano per lui, allora richiederà, all'artigiano, che nella sua reunión siano presenti un gran numero di figure perché queste simboleggiano i familiari devoti ai santos.

Nel San Marcos sono raffigurati anche numerosi animali. In primo luogo devono risaltare gli animali domestici, in particolare la specie da cui trae più beneficio il proprietario e per i quali si chiede la protezione al santo, secondariamente anche gli animali selvatici poiché questi rappresentano le greggi del Wamani, la divinità che risiede nelle montagne. Così la volpe è considerata come il cane, al tempo stesso pastore e guardiano del dio, vigila sugli altri animali selvatici ed avvisa il padrone dell'arrivo di un malintenzionato. Il pastore che si serve dei pascoli e caccia gli animali della montagna senza rendere le dovute offerte sacrificali al Wamani, è punito da questi con l'invio della volpe a devastare le greggi. Anche la viscaccia, un roditore che vive nelle zone montane dell'America Meridionale, ha il compito di sorvegliare le proprietà ed i segreti del dio. È rappresentata sempre con le mani congiunte ed in atteggiamento vigile. Il nome, d'altronde, deriva dai termini quechua wiska = chiuso, oscuro e cache =

guardiano, cioè guardiano dell'occulto e racchiude in sé, quindi, le principali prerogative simboliche attribuite all'animale.

L'oca andina è ritenuta, invece, il messo benaugurale del Wamani e della Mamacocha poiché la sua apparizione preannuncia il dono divino di una illa, segnalandone il luogo della comparsa. Tuttavia, fra gli uccelli che, sicuramente, godono del più alto rango nella scala gerarchica degli animali sacri alle varie entità religiose, sono lo yutu (pernice) e soprattutto il condor, i quali possono incarnare lo stesso spirito della montagna. Nel San Marcos indicano la presenza del Wamani fra le figurine che compongono la reunión e la pasión.

Contrariamente all'importanza simbolica che da sempre gode fra le culture andine, il puma è raramente riprodotto in maniera isolata ed indipendente dalle altre figure del San Marcos. Generalmente la sua presenza è associata a quella di San Luca con il quale compone un tutt'uno simbolico e rappresentativo. Tradizionalmente, le figure del San Marcos sono disposte su due livelli, chiaramente distinti da un piano che costituisce la superficie d'appoggio per i personaggi situati nell'ambiente superiore. Sono noti, tuttavia esemplari con un numero differente di livelli; nelle opere antiche non è raro trovare tutte le figure collocate in un unico spazio, mentre in tempi più recenti gli artisti si sono sbizzarriti nel creare oggetti di dimensioni maggiori e sempre più ricchi di elementi costitutivi.

Analizzando la disposizione delle statuette all'interno del San Marcos (considerato il tipo classico a due ambienti), possiamo dedurre che alcune figure sono riprodotte preferibilmente sul piano superiore mentre altre in quello inferiore. Le immagini agiografiche, per esempio, si presentano esclusivamente nel livello più alto, spesso accompagnate dagli animali dei quali sono i protettori. L'ordine orizzontale in cui compaiono i santi può variare in relazione alle preferenze e allo stile dell'artista, ma anche in base alle richieste del committente. Quest'ultimo preferirà riservare la posizione centrale al patrono dell'animale di cui più beneficia la famiglia.

Nell'ambiente inferiore, invece, sono situati, generalmente, i protagonisti della reunión e della pasión ma non è raro, tuttavia, trovare tali composizioni sviluppate sui due livelli differenti, rompendo, in questo modo, l'unità della narrazione. Alcune figure, in particolare, sembrano non seguire una regola precisa per quanto riguarda la collocazione spaziale: la fauna selvatica, i mulattieri con i loro animali, i musicisti e i ballerini, occupano indistintamente i due piani.

Gli studiosi sono concordi nel vedere nella bipartizione delle rappresentazioni figurative del San Marcos su due ambienti, la prova della persistenza del modello cosmologico andino che prevede la divisione dello spazio in due categorie gerarchicamente distinte ed opposte: hanan (sopra) e hurin (sotto). Durante l'impero inca (e probabilmente anche durante le epoche che lo hanno preceduto) l'organizzazione sociale, rituale e spaziale era regolata da precisi principi numerici, fra i quali, il più importante era, senza dubbio, la divisione duale. Ogni comunità, dalle più piccole fino alla capitale Cusco, era divisa in due metà, due ayllu (l'unità di lignaggio, l'insieme delle famiglie che dichiaravano di discendere da un antenato comune), hanan e hurin, ognuno dei quali era guidato da un capo (curaca). Fra la metà di sopra e la metà di sotto di una stessa comunità, come fra i rispettivi curaca, vi era un rapporto di subordinazione, per cui risultava che il più importante dei due fosse hanan. Ciascun ayllu era ulteriormente suddiviso in due parti, anch'esse regolate reciprocamente da una relazione di tipo gerarchica. La divisione in due, quindi, subisce a sua volta una suddivisione, risultando ogni comunità ripartita in quattro parti. Nel San Marcos l'opposizione fra hanan e hurin si paleserebbe nella rappresentazione preferenziale dei santos e degli animali del Wamani nel piano superiore (che conseguentemente richiamerebbe al mondo celeste, Hanaq-pacha), e delle restanti figure della pasión e della reunión in quello inferiore (il mondo terreno o kay-pacha, con i doveri, le sofferenze ma anche le gioie dell'uomo). Da un lato quindi l'ordine dell'universo e dall'altro la rottura di tale ordine (il furto, la punizione e le fatiche del lavoro).

Concludendo, possiamo riassumere come nel San Marcos non siano presentate scene tratte dalle vite dei santi. Le figure religiose possiedono spesso attributi che non trovano alcun riscontro nelle agiografie ufficiali tramandate dalla tradizione cattolica. Quel che chiede il cliente tradizionale al produttore di San Marcos non è tanto l'identificazione delle rappresentazioni con dei fatti reali o immaginari legati al santo, bensì la presenza di particolari immagini in uno specifico ordine. Abbiamo constatato, del resto, come anche nella pasión e nella reunión non siano presentati semplicemente dei quadri di vita quotidiana, bensì si celino dei significati latenti che si svelano solo conoscendo le strutture profonde del pensiero nativo. Ciò che determina, quindi la sacralità del San Marcos non risiede nella capacità delle rappresentazioni di rievocare dei modelli di virtù, quanto piuttosto nel valore magico attribuito culturalmente a tali figure.

Nasce un nuovo genere: dal San Marcos al Retablo ayacuchano

A partire dai primi decenni di questo secolo, cominciano ad apparire, anche nelle città di provincia, i primi tratti distintivi della modernità. Lo sviluppo di nuove reti commerciali in un contesto socio-culturale in rapido mutamento, l'ingresso di prodotti industriali e con essi anche di nuovi modi di vedere il mondo, determina il decadimento di certe pratiche magiche-religiose e di conseguenza anche di quegli oggetti tradizionali legati al mondo del rituale. Un durissimo colpo alla produzione di San Marcos fu inflitto dalla progressiva perdita d'importanza del sistema carovaniero (tradizionale rete d'interscambio fra il produttore artigiano e il proprietario di bestiame, principale acquirente) dovuta all'ingresso di nuovi mezzi di trasporto. Ma negli anni 40, tutta la produzione stava passando un periodo di grave crisi. Poche erano a quel tempo le botteghe che continuavano a creare cajones de San Marcos. Secondo quanto riferisce Ignacio López Quispe, figlio di Joaquín López Antay, nei primi decenni del secolo, nella bottega del padre si producevano annualmente dai 100 ai 150 San Marcos, mentre già alla fine degli anni 30, non ne venivano richiesti più di una quindicina. Gli imagineros ayacuchani, in parte, cercarono di far fronte alla crisi che stava investendo il settore, dovuta al venir meno della clientela della campagna, potenziando la produzione di altri generi che potevano trovar mercato nei circuiti commerciali della città.

Quando la pittrice e collezionista Alicia Bustamante, nel 1937 arriva ad Ayacucho per acquistare pezzi d'arte popolare da esibire in un'esposizione internazionale, non viene neppure a conoscenza dell'esistenza dei San Marcos. Negli anni successivi, gli studi sull'arte popolare, condotti in particolare da Sabogal, si intensificarono in occasione dell'allestimento del Museo de la Cultura Peruana. Solo allora la classe intellettuale limegna venne a conoscenza dell'officina di Joaquín López Antay, un modesto artista produttore di San Marcos che da allora, grazie all'interessamento di un gruppo di intellettuali vicini alle tematiche legate alla popolazione indigena (definiti per questo "indigenisti"), divenne, in breve tempo, uno dei più apprezzati maestri d'arte.

I San Marcos, come la restante produzione di statuette popolari ayacuchane, entrarono nell'orbita d'interesse dei nuovi stimatori, ma l'attenzione di quest'ultimi si soffermò esclusivamente sul valore estetico, trascurando il significato simbolico di cui erano portatori gli oggetti d'arte appena conosciuti. Nella bottega di Joaquín López Antay fu ancora Alicia Bustamante, durante un suo secondo viaggio ad Ayacucho nel 1941, che, impressionata dalla ripetizione costante di temi e motivi su ogni San Marcos, suggerì, all'artista ayacuchano, di rappresentare nuove scene legate ai costumi della città e della regione. Gli indigenisti furono i primi ad usare il termine "retablo", per l'analogia con la decorazione, ricca di figure di santi, delle ancone barocche delle chiese coloniali. Seppure nella capitale il nuovo vocabolo prese il sopravvento su quello tradizionale e passò a designare sia le rappresentazioni religiose sia quelle di costume, ad Ayacucho si continuò ad usare il nome San Marcos per indicare le opere nello stile antico, mentre si cominciò a adottare il termine retablo per il nuovo genere. Vale la pena riportare la citazione dello scrittore José María Arguedas, la cui amicizia per Don Joaquín López, lo spinse a scrivere un breve articolo sull'artigianato huamanghino:

Don Joaquín Lopéz comprendió inmediatamente lo que sus nuevos clientes deseaban y adecuó los los "San Marcos" a este nuevo tipo de demanda, aunque sin romper en sus primeros trabajos todo el estereotipo del retablo tradicional. Don Joaquín no alteró la composición del piso donde figuran los Santos Patronos, pero en el piso bajo reprodujo, en lugar de la "Reunión", o las "Pasiones" otras escenas relativas al campo como la siembra o la trilla; encontró luego una forma más audaz de laicizar totalmente el "San Marcos": suprimió a los Apóstoles y; libremente, modeló en el retablo, dispuestos en uno, en dos y aún tres pisos escenas memorables de las costumbres de la región. .

Il passaggio che portò a sostituire le figure del San Marcos con scene di costume, seppur rapido, fu in ogni caso graduale, interessando da prima solo il piano inferiore e solo successivamente anche quello superiore. Numerose figure che avevano caratterizzato il San Marcos continuarono ad essere impiegate nei nuovi retablos. Animali domestici e selvatici, musicisti e ballerini andini, contadini e pastori che avevano animato le scene della pasión e della reunión, continuarono a popolare rappresentazioni di feste e lavori agricoli, con un nuovo valore simbolico ed un nuovo senso della composizione. Comparando una

ventina di retablos, prodotti ad Ayacucho nei primi anni 40, Mendizábal fa notare come su 143 figure differenti, più di un terzo (le comparse più frequenti), corrispondono ai personaggi che già popolavano i San Marcos.

Lopez Antay fu l'artista che più velocemente si seppe adattare alla nuova situazione, interpretando correttamente i gusti e le aspettative dei nuovi clienti. Il successo che incontrarono le sue opere stimolarono altri imagineros a seguirne l'esempio, ma i risultati di quest'ultimi mostrano l'incertezza ed il disorientamento dei loro creatori di fronte alla nuova realtà.

Tal desconcierto se patentizaba de inmediato en la presencia sorprendente, de estas clásicas figuras, acompañando a personajes con los cuales no guardan relación alguna. (...). Las figuras de orden de los San Marcos aparecían, inmediatamente, junto a los Santos Patronos y a los personajes del carnaval. Aparecían como representaciones inexplicables, y en realidad no tienen otra explicación que la de ser un rezago del cual el artista no ha podido liberarse; y aunque este mismo hecho daba a las figuras un sentido ornamental nuevo y sorprendente, tal valor parecía ser fruto de la casualidad y del mérito parcial de cada objeto y no de la previsión y el talento creador de la "escúltor" .

Mendizábal analizzando il contatto delle botteghe ayacuchane con gli indigenisti, mostra una certa perplessità sul modo in cui la classe intellettuale della capitale interagì con il mondo della produzione artistica popolare. Pur ritenendo inevitabile il contatto e l'evolversi della tradizione verso la modernità, sottolinea come il cambiamento non sia risultato da un graduale maturare, bensì il frutto di un intervento esterno, avvenuto repentinamente, che ha modificato gli elementi tradizionali verso altre forme ed altri fini secondo i propri gusti ed i propri interessi.

Bisogna notare, tuttavia, come la diminuzione della domanda dei San Marcos non sia legata al sopraggiungere di una nuova clientela, bensì al rapido declinare del mondo tradizionale coinvolto nel violento e repentino ingresso nel sistema produttivo di tipo capitalista. L'interesse commerciale, nato al seguito degli indigenisti, verso le forme artistiche popolari rappresentò il primo tentativo del mercato capitalista d'inserire, nel proprio circuito, aspetti della cultura tradizionale. Vedremo nel capitolo seguente come tale mercato condizionerà, in maniera sempre maggiore, la produzione artigianale a partire dagli anni '60. Bisogna, piuttosto, sottolineare come la domanda degli indigenisti non determinò la scomparsa definitiva dei tradizionali San Marcos, i quali continuarono ad essere prodotti, seppure in maniera limitata rispetto ai decenni precedenti, per la clientela tradizionale, bensì determinarono la nascita di un genere totalmente nuovo, il retablo ayacuchano, che seguirà un'evoluzione indipendente rispetto al modello originale.

Nuovi sviluppi:

Dagli anni sessanta ai nostri giorni

La politica statale nel settore artigianale

Nella seconda metà del XX secolo, differenti modalità d'irruzione della modernità nell'ambiente andino causano profondi cambiamenti disgregatori nell'organizzazione sociale tradizionale, interessando, in maniera considerevole, anche il settore dell'artigianato.

In primo luogo, si assiste, a partire dagli anni '60, alla penetrazione massiccia, sia in ambito rurale che urbano, di prodotti industriali che hanno come conseguenza, da un lato, la drastica diminuzione (in taluni casi, la scomparsa) dell'artigianato utilitario, e, dall'altro, la generalizzazione dell'economia monetaria a scapito di altre forme d'interscambio quali il baratto e la prestazione d'opera. Secondariamente, una serie di fattori, anch'essi legati ai meccanismi della società dei consumi, danno vita a dei fenomeni nuovi, o che si presentano in una forma nuova, quali il turismo di massa, l'esportazione in larga scala e l'intervento di politiche statali nel settore artigianale.

Il turismo crea una domanda per gli oggetti "esotici", cioè differenti, in apparenza, da quelli elaborati nei luoghi di provenienza del turista. Come ogni fatto legato alla moda e dunque al consumo, i paesi turistici sono l'oggetto di una pubblicità mistificatrice che spesso li presenta in maniera distorta, preoccupandosi di non deludere le aspettative dell'eventuale turista. Di conseguenza, il turista medio arriva nelle località prescelte con un'idea riguardo agli oggetti che troverà che è, in buona parte, già formata ed influenzata da

stereotipi comuni. Traendo vantaggio, in termini numerici, sia al turismo che all'artigianato, la promozione turistica tende a presentare in maniera semplificata ed unitaria, concentrando l'attenzione sul già noto ed accettato, le varie forme e tecniche in cui si presenta la produzione manifatturiera. Il frivolo, il non autentico, ed il superficiale, divengono, così, alcune delle caratteristiche che contraddistinguono l'oggetto turistico.

Analogo alla crescita della domanda turistica è l'interesse per gli oggetti di tipo "etno" da parte dei paesi ricchi che favorisce le esportazioni dei prodotti artigianali. Sebbene ai nostri giorni si presenti con caratteristiche del tutto nuove, l'esportazione dei manufatti peruviani verso altri paesi non costituisce un fenomeno recente, avendo caratterizzato buona parte dell'economia nazionale in età coloniale e primo-repubblicana. Essa si presenta, tuttavia, come un fattore di novità per alcuni rami artigianali quali ad esempio il retablo. Per potersi imporre sul mercato internazionale, il prodotto artigianale deve possedere i seguenti requisiti: essere prodotto in grandi quantità, si deve saper adeguare alla domanda estera, deve superare la competizione rappresentata dai prodotti provenienti da altri paesi ed infine deve trovare una via che lo immetta nel circuito commerciale. L'acquirente non necessariamente è a conoscenza del paese di provenienza del manufatto, né tanto meno della funzione svolta all'interno della società in cui è inserito tradizionalmente. Più che corrispondere all'immagine della località d'origine, l'oggetto artigianale deve interessare il consumatore per particolari caratteristiche, quali la qualità estetica, la novità, la capacità di incuriosire, ecc.

Accanto al mercato rappresentato dal turismo e dall'esportazione verso i paesi stranieri, esiste anche all'interno dei confini nazionali una domanda rilevante per i prodotti artigianali. A livello nazionale l'attrazione verso le forme estetiche popolari nasce, come abbiamo visto, agli inizi degli anni trenta con la corrente intellettuale degli indigenisti. Tuttavia, è soprattutto in seguito alla politica nazionalista del governo militare di Velasco Alvarado, in cui l'artigianato è considerato una componente fondamentale dell'immagine e dell'identità nazionale, che l'interesse per le espressioni artistiche popolari si sviluppa in maniera considerevole. Ponendo l'enfasi su alcuni aspetti estetici che richiamano, in particolare, al tipico e al folk, ma che non corrispondono, spesso, ai criteri estetici della reale società che li ha prodotti, l'oggetto che copre il mercato cittadino nazionale assume dei connotati simili a quello inserito nel circuito commerciale turistico, del quale riprende anche gli stessi canali di distribuzione.

La caratteristica comune che unisce questi tre tipi di domande è costituita dall'esteriorità del bene artigianale rispetto alle forme tradizionali di circolazione. Se pure, in precedenza, il carovaniere si faceva portavoce delle richieste del mercato delle campagne, artigiano e cliente si trovavano inseriti nella stessa area culturale di cui condividevano i valori e le credenze. Oggi produttore e consumatore appartengono a società molto diverse tra loro e distanti sia in termini culturali che geografici. Il divario che intercorre fra produttore e consumatore, favorisce l'emergere di una nuova figura specializzata nei canali di distribuzione: l'agente di commercializzazione o "intermediario". L'intermediazione, sotto le numerose varianti in cui si presenta, è uno dei tratti che più contraddistingue, oggi, il commercio del genere artigianale in Perù. Si va dal grossista locale che rivende i prodotti nello stesso luogo di produzione, all'agente che immette la merce direttamente nei mercati nazionali ed internazionali, all'intermediario locale, infine, che rifornisce altri intermediari situati a livelli più ampi. Il problema maggiore rappresentato da questa forma di commercializzazione è costituito dalla forte competizione del mercato che porta l'intermediario a stabilire, a suo vantaggio, il prezzo finale del genere artigianale. Le contraddizioni ed i conflitti di interesse fra artigiani e commercianti sono ben sintetizzati da Mirko Lauer:

En su viaje entre los productores y los consumidores, estos objetos cruzan varias líneas económicas: los artesanos suelen manejar economías de subsistencia y asignar a sus objetos un valor correspondiente a esa escala, mientras que los compradores finales se encuentran ubicados en sociedades de consumo donde los objetos son valorizados en virtud de lo que sería los costos de un objeto industrial similar. Es cierto que una vez fuera del espacio de la producción original, los costos corresponden a la estructura comercial del capitalismo urbano, y aun internacional, pero de todas maneras existe una profunda brecha entre el precio del origen y el último precio de venta de la artesanía .

Spesso non esiste una divisione netta fra produttore e distributore poiché alcuni artigiani combinano l'attività produttiva con il commercio, in ambito regionale e non, di manufatti acquistati. Per facilitare la commercializzazione verso circuiti più ampi che garantiscono migliori guadagni, molti artigiani, in

particolare quelli che grazie all'alto livello qualitativo raggiunto dalle loro opere si sono meritati dei premi e quindi notorietà, si sono trasferiti nella capitale. Oggi, le botteghe più importanti di retablos non si trovano più ad Ayacucho, bensì a Lima.

Le possibilità commerciali che le nuove realtà appena descritte offrono all'artigianato, così come numerosi altri fattori economici e sociali interni alla realtà peruviana, hanno stimolato, negli ultimi decenni, l'interesse attivo da parte dello stato che è intervenuto nel settore con la creazione di nuove istanze amministrative e con politiche di promozione. A partire dal governo militare di Alvarado, infatti, l'artigianato è visto, da un lato, come una delle manifestazioni più caratteristiche dell'identità nazionale e dall'altro, come una importante fonte di entrata di valuta estera. Valorizzare l'artigianato significa, quindi, trovare una garanzia per la persistenza delle tradizioni tecniche, artistiche e culturali che più hanno contraddistinto la storia e la società peruviana, ma anche apportare un contributo rilevante all'economia nazionale. Essa costituisce, inoltre, un mezzo importante per frenare l'emigrazione verso le città della costa ed attutire i conflitti sociali che potrebbero risultare dai problemi di disoccupazione. E' tale visione, attenta agli aspetti cultural-nazionalisti, così come agli sviluppi economici, che ha guidato, non senza fallimenti e contraddizioni, l'intervento statale nel settore artigianale dagli inizi degli anni settanta fino ai nostri giorni.

Al fine di proteggere e promuovere la produzione artigianale, lo stato peruviano ha predisposto, per il settore, la creazione di una serie di organismi specializzati nella formazione professionale e nell'assistenza amministrativa, tecnica, commerciale e finanziaria. Nel 1975 fu istituita la Dirección General de Artesanía (D.G.A.) come una diramazione del Ministerio de Industria, Turismo e Integración, il cui ruolo fu quello di dirigere, coordinare e controllare l'applicazione della politica artigianale e regolarne le norme. A partire dal 1978 esiste, inoltre, la "Empresa Peruana de Promoción Artesanal" (E.P.P.A.-Perú), poi divenuta "Artesanía de Perú", con il compito principale di trovare un mercato per gli oggetti artigianali. In pratica "Artesanía de Perú" funziona come un agente di commercializzazione che svolge un'opera d'intermediazione fra produttore e cliente. In tal senso essa si colloca come il principale acquirente all'ingrosso, garantendo all'artigiano una fonte di reddito più sicura e regolare rispetto a quella dell'intermediario privato. Per agevolare la vendita, tuttavia, sono imposti i modelli più facilmente adattabili al mercato nazionale ed internazionale. Fino ai primi anni ottanta, l'assistenza finanziaria all'attività artigianale era concessa dal "Banco Industrial de Perú" (B.I.P.) che dava prestiti agli artigiani iscritti, al Ministero, nei registri della categoria. La politica finanziaria dello stato si è verificata, tuttavia, fallimentare e le cause di tale insuccesso sono da ricercare, secondo José Sabogal Wiesse, da un lato nell'incapacità dei funzionari bancari di saper interagire con una società situata su un diverso piano culturale e dall'altro nella mancanza nell'artigiano di una mentalità di tipo imprenditoriale. Attualmente nessun'entità finanziaria possiede delle linee di credito specifiche per il settore artigianale e non si accordano prestiti senza garanzie ipotecarie. Esistono, tuttavia, alcune istituzioni, associazioni ed ONG che offrono, tra gli altri servizi, anche un appoggio creditizio. Ad Ayacucho, per esempio, operano, in tal senso, organismi come I.D.E.S.I. (Instituto de Desarrollo del Sector Informal), CEPRODEP (Centro de Promoción y Desarrollo poblacional), Asociación Rasuhuilca, Centro de Promoción de Desarrollo Andino - AYNÍ Perú, ecc.

Una delle principali critiche che è stata rivolta alla politica artigianale dello stato peruviano consiste nel rilevare che la promozione è rivolta esclusivamente agli oggetti commercializzabili nel mercato estero, turistico ed urbano nazionale, senza incidere minimamente nelle restanti forme di produzione e circolazione di artigianato. Funzionando come vere e proprie imprese, gli organismi creati dallo stato sono diventati, oggi, i più importanti agenti di trasformazione ed espansione del settore, come anche i principali canali di distribuzione. Quello che si incrementa è la capacità di produrre quantità e modelli in accordo con la nuova domanda, senza però interessarsi di rispettare il carattere artigianale della produzione. La promozione dell'artigianato avviene, quindi, attraverso le vie del capitalismo industriale.

Frente a los artesanos la presencia estatal, a pesar de los enunciados de la ideología nacionalista, no es en ningún momento la de una entidad protectora, o aun neutra, en la actividad, sino que se manifiesta como parte del proceso de expansión y explotación del capital comercial. Existe una contradicción entre los propósitos estatales del fomento artesanal (proteger la actividad, beneficiar al artesano) y los resultados de ese fomento. En la medida en que las nuevas formas de la demanda en expansión se concentran en la producción artesanal de tipo tradicional, tienden a propiciar su transformación en unidades industriales de

producción .

Il fine principale è la commercializzazione del bene e questo scopo è raggiunto costruendo, all'interno del paese, il mito di un patrimonio culturale nazionale ed all'estero, con un programma di divulgazione che, al pari della propaganda turistica, mostra il mondo andino popolare in maniera distorta rispetto alla realtà, presentandolo come l'incarnazione ancora vivente della tradizione incaica. Rientra in questo processo di costruzione ideologica, il premio nazionale per l'arte (Premio Nacional de Arte) concesso al retablista Joaquín López Antay dall'Istituto Nacional de Cultura nel 1975. La polemica in campo artistico che ne conseguì, riguardo l'opportunità che un artigiano potesse essere elevato al rango di artista, manifesta la nuova posizione raggiunta dall'artigianato in Perù.

Oltre allo stato, esistono una serie d'istituzioni non governative (ONG ed associazioni) che appoggiano il settore artigianale in vario modo, spesso, pur ricalcando le stesse modalità, ponendosi in competizione con lo stato stesso. Come in parte abbiamo visto, il loro sostegno va dalla concessione di prestiti fino alla commercializzazione, dalla formazione professionale alla fondazione di premi per le opere che si distinguono qualitativamente, ecc. Fra queste entità, una delle più importanti è Inti Raymi - Raymisa che a partire dal 1992 ha istituito il premio Inti Raymi de artesanía che costituisce, oggi, uno dei più alti riconoscimenti per l'artigianato a livello nazionale.

I nuovi sviluppi della realtà storico-sociale in cui è inserito il settore artigianale, modificando i canali di distribuzione e i gusti della clientela, hanno agito sugli aspetti estetici e simbolici del manufatto finale modificandone sensibilmente il significato tradizionale. Un ultimo elemento rimane ancora da verificare: i cambiamenti più rilevanti che negli ultimi decenni, si sono verificati nel processo di produzione.

Anticamente, il mestiere dell'artigiano veniva trasmesso, in ambito familiare, di padre in figlio, ammettendo, comunque, nella propria bottega anche un certo numero di apprendisti esterni alla famiglia. L'apprendista imparava la professione a partire dalle istruzioni, tanto teoriche come pratiche, impartite dal proprio maestro artigiano. In cambio di tali insegnamenti, l'apprendista doveva svolgere alcuni lavoretti all'interno dell'atelier senza percepire alcuna forma di ricompensa in denaro (era garantito soltanto il vitto e l'alloggio). Oggi, pur restando maggioritari gli artigiani che hanno imparato la pratica del mestiere all'interno del proprio nucleo familiare o attraverso l'apprendistato, sono in numero sempre più rilevante, soprattutto fra le nuove generazioni quelli che hanno seguito dei corsi di formazione professionale organizzati da entità statali o associazioni. Fra gli organismi che operano a tale fine si ricordano i "Centros de Educación Ocupacional" (CEO) che dipendono dal Ministerio de Educación attraverso le Direcciones Regionales. Ad Ayacucho sono in numero di otto di cui, però, solo una metà offre corsi riguardo l'artigianato. A fianco alla forma tradizionale di produzione, quella domestica (familiare o individuale), stanno emergendo anche unità produttive strutturate in maniera diversa rispetto al passato, come le cooperative e le officine con operai salariati. Queste ultime, pur operando nel settore della creatività artigianale, prevedendo l'impiego di dipendenti e la divisione del lavoro in sotto processi, si avvicinano più al modello di piccola impresa industriale piuttosto che alla forma di produzione più propriamente artigianale.

Il turismo ed il mercato estero adattano la produzione artigianale dei retablos ai propri gusti ed alle proprie esigenze, indirizzando e trasformando gli aspetti estetici del lavoro finale. L'orientamento della produzione artigianale verso tale domanda crea un processo di massificazione. I manufatti divengono allora dei prodotti industriali che si sottomettono alla logica del mercato capitalista, si trasformano e si semplificano. Il prodotto artigianale perde completamente il valore simbolico e rituale che possedeva all'interno della società tradizionale che lo aveva creato, per divenire un oggetto-merce il cui significato può essere differente in riferimento al produttore o al consumatore. Tuttavia, queste nuove forme di mercato coesistono sia con la domanda popolare, locale e regionale, per gli oggetti che svolgono una precisa funzione rituale all'interno della società tradizionale, sia con la richiesta di qualità da parte di una clientela esperta, conoscitrice della realtà culturale ed attenta al valore estetico del lavoro finale. Il turismo e la produzione in serie, quindi, seppure abbiano condizionato in maniera decisiva la produzione artigianale negli ultimi decenni, non ne hanno determinato la definitiva omologazione. Per molti immagineros il mercato turistico costituisce, oggi, la principale fonte di reddito, ma la persistenza dei principali canali commerciali del passato continua a costituire, ancora ai nostri giorni, un forte legame con la tradizione. Lo sviluppo di nuove vie di commercializzazione a scapito di quelle antiche costringe l'artigiano a rimanere sempre attento ai cambiamenti delle mode e pronto ad adattare in maniera repentina

i propri prodotti alle nuove richieste. La competizione rappresentata dagli altri artigiani, così come le pressioni del mercato e l'intervento di politiche statali, hanno generato l'apparizione di un numero rilevante di forme originali, spesso anche molto diverse da quelle tradizionali. Si impiegano, così, mezzi espressivi come la plastica, i metalli, il vetro e la carta, si diversificano i supporti, che possono essere ora gusci d'uovo, zucche cave (mates), canne di bambù divise in due, scatoline di fiammiferi, ceramiche, ecc, ma anche le tematiche delle rappresentazioni delle figurine: a fianco dei motivi religiosi o festivi troviamo temi storici e di attualità, scene di vita cittadina ed elementi legati alla modernità. Per tutti, in ogni modo, il San Marcos resta il modello di riferimento, fonte d'ispirazione inesauribile, immagine sempre presente nel momento di creare forme originali.

Il sopraggiungere della società dei consumi ha determinato, quindi, l'evolversi dell'artigianato verso forme nuove, subendo addirittura un aumento nel volume dei beni prodotti. Riprendendo Néstor García Canclini possiamo sintetizzare che la sopravvivenza dell'artigianato nella società contemporanea è dovuta ai seguenti fattori:

- Impossibilità di incorporare tutta la manodopera nella produzione industriale
- Necessità del mercato di includere le strutture ed i beni simbolici tradizionali, per poter raggiungere anche quegli strati della popolazione che resistono, per diverse motivazioni, al consumo uniforme della produzione industriale. Da un lato, possiamo, quindi, trovare come consumatori di artigianato gli antichi strati popolari ancora legati alla cultura folk, dall'altro, nuovi stimatori come artisti, intellettuali, emigranti ecc.
- Interesse politico per il folclore al fine di rinforzare l'unità nazionale, ma anche per fattori economici (incremento delle esportazioni e del turismo, diminuzione della disoccupazione, ecc.)
- Continuità nella produzione culturale dei settori popolari dovuta alla persistenza sia di strutture simboliche tradizionali come di forme di economia pre-capitaliste anche in società capitaliste

In conclusione, quindi, possiamo affermare che, seppure in maniera minore rispetto al passato, non solo continuano esistere, ad essere prodotti e a svolgere la loro funzione rituale oggetti come i San Marcos, ma si è sviluppato anche un ramo specializzato nella produzione di oggetti di qualità, per il quale, in taluni casi, la competizione del mercato e i riconoscimenti statali hanno rappresentato un fattore di stimolo per la creatività. E' probabilmente grazie alla nuova situazione nata con l'avvento della modernità che sono divenuti noti, a livello nazionale, artigiani quali Joaquín López Antay, Jesús e Julio Urbano Rojas, Heraclio Núñez, Jesús Palomino, Florentino Jiménez Toma, Augusto Poma Rojas, Angel Castro, Teodoro Chuchón, Pompeyo Huamán, ecc.

Conclusioni

Analizzare l'evoluzione che ha interessato il retablo ayacuchano significa, in parte, ripercorrere la storia culturale del mondo andino post-colombiano. Prodotto "ibrido", ma non per questo semplice incrocio di elementi di diversa provenienza, il San Marcos / retablo si presenta, piuttosto, come una creazione originale in cui, da sempre, i fattori più vari hanno concorso alla sua configurazione, dalla genesi fino agli ultimi sviluppi. Comune, dapprima, in alcune comunità agro-pastorali della regione di Ayacucho, per le quali assolveva specifiche funzionalità riconosciute dall'intera collettività, divenne poi oggetto d'interesse da parte degli intellettuali della capitale. Inizialmente, quindi, San Marcos, oggetto magico-religioso in cui elementi simbolici occidentali ed indigeni si fondono insieme per dare origine ad una rappresentazione plastica con precise finalità rituali, e successivamente retablo, articolo da collezione apprezzato dalle classi borghesi in seguito a riconosciute qualità estetiche. Ultimamente infine, con l'avvento di un'economia di tipo a capitalista sono cambiati i rapporti sociali che stanno dietro al fattore artigianale (inteso come processo che prevede non solo una fase di produzione, ma anche una di distribuzione/circolazione ed una di consumo), trasformando conseguentemente anche il senso e le forme del prodotto finale. Due sono attualmente le tendenze della produzione dei retablo. Nella prima, le leggi del mercato non solo hanno influito negativamente sulle qualità estetiche dei retablos, ma li hanno anche svincolati dai legami culturali che li tenevano uniti alla società in cui tradizionalmente erano inseriti. In tal senso, la distinzione fra bene artigianale e bene industriale non può basarsi più su quei richiami ai valori

cultural-nazionali che fino ai nostri giorni hanno animato le politiche di sostegno al settore artigianale. Il prodotto culturale diviene una qualsiasi merce che si muove fra i canali propri del commercio capitalista. L'altra tendenza è quella che porta avanti la tradizione pur movendosi e manifestandosi con i mezzi propri del mondo contemporaneo e che vede attivi numerosi artigiani nella ricerca delle soluzioni più consone per esprimere al meglio la propria creatività. Molti sono gli imagineros che hanno dotato di un'impronta personale la tradizione del retablo. IL loro lavoro che si è posto in maniera critica nei confronti della logica di mercato, rompe la dicotomia arte vs artigianato e tradizione vs modernità. La diversità e la vitalità che ancora oggi la produzione dei retablos possiede, sono la dimostrazione del dinamismo di una cultura viva che dà prova di non subire passivamente i cambiamenti sociali, ma di sapersi rinnovare continuamente, proponendosi come un qualcosa di nuovo senza, tuttavia, contraddire la propria origine culturale.

Bibliografía

AAVV: Diagnóstico situacional de la artesanía ayacuchana. PROMPERU ayacucho 1998.

AAVV: Estudio integral del sector artesanal a nivel nacional: diagnosis de producción. M.I.T.I.N.C.I. Lima 1978.

Acha, Juan: Arte y sociedad. Latinoamérica: sistema de producción. Fondo de Cultura Económica, Ciudad de México 1979.

Albareda del Castillo, Eduardo: Canales de distribución comercial del producto artesanal peruano. M.I.T.I., Lima 1983.

Arguedas, José María: "Notas elementales sobre el arte popular y la cultura mestiza en Huamanga". In Revista del Museo Nacional, Tomo XXVIII, pp. 140-194, Lima 1958.

Auqui Torres, Moisés: "La artesanía en Huamanga". In XI Congreso Nacional de Folklore, I Congreso Internacional Andino de Folklore. 19-23 de agosto de 1991. Huancayo - Perú. Actas y memorias científicas, Vol. I

Barrionuevo, Alfonsina: Artistas populares del Perú. Editorial SAGSA, Lima.

Cirese, Alberto Mario: Oggetti, segni, musei. Sulle tradizioni contadine. Giulio Einaudi Editore, Torino 1977.

Cisneros Velarde, Leonor; Rotondo dall'Orso, Marisabel: Promoción de la artesanía en los Andes: visión global y estudio de casos. Seminario-taller: promoción de la artesanía y la pequeña industria en el Perú. Lima 1 y 2 de octubre de 1986

Castrillón, Alfonso: "¿Arte o artesanía?". In Historia y Cultura. Revista del museo nacional de historia. N° 10, Lima 1976 / 1977.

Cocchiara, Giuseppe; Aragan, Giulio Carlo; Marabottini Marabotti, Alessandro; Bussagli, Mario: "Popolare". In Enciclopedia Universale dell'Arte. Vol. X Casa Editrice Sansoni, Firenze 1963. Pp.784-834.

Contreras Hernández, Jesús: "La arriería en Carmen Alto: notas sobre articulación económica en la región de Ayacucho". In AA.VV. Peruanistas contemporáneos. Edición Wilfredo Kapsoli, Lima 1989.

De Carvalho, José Jorge: "la presencia de las tradiciones folklóricas en la industria cultural". In Revista de investigaciones folklóricas. Vol. IX, Buenos Aires diciembre 1994.

Degregori, Carlos I.; Urrutia, Jaime: "Apuntes sobre el desarrollo del capitalismo y la destrucción del área cultural Pokra-Chanka". In Revista de la Universidad de San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho 1980.

Degregori, Carlos I.; Urrutia, Jaime; Balutansky, Edwige: "Apuntes sobre el desarrollo del capitalismo y la destrucción del area cultural Pokra-Chanka" In III Congreso Peruano: el hombre y la cultura andina. 31 de enero - 5 de febrero. Segunda serie, Tomo IV, Ramiro Matos M. Editor, Lima

Degregori Carlos I.: Ayacucho 1969-1979. El surgimiento de Sendero Luminoso. Instituto de Estudios Peruanos, Lima 1990.

Delgado Sumar, Hugo : Ideología andina : el pagapu en Ayacucho. Ponencia presentada al VII Congreso Nacional de folklore. UNSCH, Ayacucho 1984.

De Vidas, Anath: Mémoire textile et industrie du souvenir dans les Andes. Éditions L'Harmattan, Paris 1996.

Erbesole, Robert: La artesanía del sur de Perú. Instituto Indigenista Interamericano, México 1968.

Eugeni, Ruggero: L'analisi semiotica dell'immagine. I.S.U. Università Cattolica, Milano 1995.

Ferri, Silvio; Matthiae, Guglielmo; Salerno, Luigi; Jayakar, Pupul: "Artigianato". In Enciclopedia Universale dell'Arte. Vol. I. Casa Editrice Sansoni, Firenze 1958. Pp. 800-816.

Fiorentino, Daniele: L'America indigena. Popoli e società prima dell'invasione europea. Giunti Gruppo Editoriale, Firenze 1992.

García Canclini, Néstor: Culturas híbridas, estrategias para entrar y salir de la modernidad. Editorial Grijalbo, México 1990

- Arte popular y sociedad en América Latina. Editorial Grijalbo, México 1977.

García Canclini, Néstor (a cura di): el debate sobre la modernidad en América Latina. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México 1991.

Garcilaso de la Vega, Inca: Los comentarios reales. Editora Espasa-Calpe Argentina, Buenos Aires 1952 (1609).

Gisbert, Teresa: Iconografía y mitos indígenas en el arte. Gisbert y Cia S.A., La Paz 1980.

- "Iconografía indígena: transformación y pervivencia de los símbolos", in AAVV, Reproducción y transformación de las sociedades andinas. Siglos XVI-XX. Tomo II. Ediciones Abya-yala, Quito 1991.

Gutiérrez Santayana, María: "Religiosidad en Chongos Bajo". In XI Congreso Nacional de Folklore, I Congreso Internacional Andino de Folklore. 19-23 de agosto de 1991. Huancayo - Perú. Actas y memorias científicas, Vol. I. Pp 187-192.

Hauser, Arnold: Arte popolare, di massa e d'avanguardia. Vol. III. Giulio Einaudi Editore, Torino 1977

Huertas, Edilberto: Vida y obra de Florentino Jiménez Toma. CEDAP, Ayacucho 1987.

Lanternari, Vittorio: Folklore e dinamica culturale. Crisi e ricerca d'identità. Liguori Editore, Napoli 1976.

Lauer, Mirko: Crítica de la artesanía. Plástica y sociedad en los Andes peruanos. DESCO Lima 1982.

- La producción artesanal en América Latina. Mosca Azul Editores, Lima 1989.

Laytin, Robert: *Antropología dell'arte*. Feltrinelli, Milano 1981.

López Baralt, Mercedes: *Icono y conquista: Guamán Poma de Ayala*. Ediciones Hiperión, Madrid 1988.

Lupe, Camino: *La artesanía en la costa del Perú: una visión global de la situación actual y los orígenes de esta problemática*. Seminario-taller: promoción de la artesanía y la pequeña industria en el Perú. Lima 1 y 2 de octubre de 1986

Macera, Pablo: "Retablos andinos y Don Joaquín López Antay" en *Boletín de Lima*, N° 19, Año 4, enero 1982.

- *Historia de la antropología indigenista: México y Perú*. Editora Regional de Extremadura, Merida; in coedición con Editorial Anthropos, Barcelona 1993 (1981)

Mariátegui, José Carlos: "El factor religioso" in *Sette saggi sulla realtà peruviana ed altri scritti politici*. Giulio Einaudi Editore, Torino 1972

Marzal, Manuel M.: *Estudios sobre religión campesina*. PUC, Lima 1977.

- *El sincretismo iberoamericano: un estudio comparativo sobre los quechuas (Cusco), los mayas (Chiapas) y los africanos (Bahía)*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima 1988 (1985).

Matayoshi, Nicolás: "Artesanía y cultura popular". In *XI Congreso Nacional de Folklore, I Congreso Internacional Andino de Folklore*. 19-23 de agosto de 1991. Huancayo - Perú. Actas y memorias científicas, Vol. I. Pp. 325-338.

Matos Mar, José: *Hacienda, comunidad y campesinado en el Perú*. Instituto de Estudios Peruanos, Lima 1976.

Mejía Huamán, Mario: "Pensamiento acerca de dios en la cosmovisión andina". In *XI Congreso Nacional de Folklore, I Congreso Internacional Andino de Folklore*. 19-23 de agosto de 1991. Huancayo - Perú. Actas y memorias científicas, Vol. I. Pp. 193-199.

- "Los conceptos Estéticos en el pensamiento andino" In *XI Congreso Nacional de Folklore, I Congreso Internacional Andino de Folklore*. 19-23 de agosto de 1991. Huancayo - Perú. Actas y memorias científicas, Vol. I. Pp. 411-416.

Mendizábal Losack, Emilio: "La difusión, aculturación y reinterpretación a través de las cajas de imaginero ayacuchano". In *Folklore Americano*, Tomo XI-XII, Lima 1963-1964.

- "Una contribución al estudio del arte tradicional peruano". In *Folklore Americano*, N° 5 Año V, Lima 1957.

Métraux, Alfred: *Gli Inca*. Giulio Einaudi Editore, Torino 1969 (1961).

Millones, Luis: *De la evangelización colonial a la religiosidad popular peruana: el culto de las imágenes sagradas*. Fundación El Monte, Sevilla 1998.

Millones, Luis; Tomoeda, Hiroyasu: *Religión oficial y tradición verdadera*. UNSCH, Ayacucho 1998.

Morales Padrón, Francisco: *Historia de España. América hispana: hasta la creación de las nuevas naciones*. Editorial Gredos, Madrid 1986. Vol XIV.

- *Historia de España. América hispana: las nuevas naciones*. Editorial Gredos, Madrid 1986. Vol XV

Prada L., María; Vergara, Felícita: *Contribución al estudio del retablo ayacuchano*. Tesi presentata

all'Universidad Nacional de San Cristobál de Huamanga, Ayacucho 1977.

Razzeto, Mario: Don Joaquín López Antay. Testimonio de un artista popular andino. Instituto Andino de Artes Populares, Lima 1982.

Rengifo, Antonio: La artesanía en la obra de José Sabogal Wiese. CEPIA, Lima 1989.

Ricci, Franco Maria: Arte popolare d'America. Franco Maria Ricci Editore, Milano 1981.

Rodríguez Rendón, Rubén: Marco legal e institucional de la promoción artesanal. Seminario-taller: promoción de la artesanía y la pequeña industria en el Perú. Lima 1 y 2 de octubre de 1986

Romano, Ruggiero (cur): America indiana. Storia cultura situazione degli indios. Giulio Einaudi Editore, Torino 1976.

Sabogal, José: El desván de la imaginaria peruana. Banco Central de Reserva, Lima 1988.

Solari, Gertrud; Jiménez, Nicario; Villegas, Roberto: "El cajón de San Marcos". In Boletín de Lima, N° 45 Año 8, Lima 1986.

Soto Ruiz, Clodoaldo: Gramática quechua Ayacucho-Chanca. Ministerio de Educación / Instituto de Estudios Peruanos, Lima 1976.

- Diccionario quechua Ayacucho-Chanca. Ministerio de Educación, Lima 1976.

Spalding, Karen: De indio a campesino. Instituto de estudios peruanos, Lima 1974.

Stastny, Francisco: Las artes populares del Perú. Ediciones EDUBANCO, Madrid 1981.

Toschi, Paolo: Saggi sull'arte popolare in Italia. Edizioni dell'Ateneo. Roma 1960.

Urbano, Henrique (a cura di): Modernidad en los Andes. Centro de Estudios Regionales Andinos "Bartolomé de Las Casas". Cusco

Urbano Rojas, Jesús; Macera, Pablo: Santero y caminante. Santoruraj-Ñampurej. Apoyo, Lima 1992.

Urbano Rojas, Jesús; Andazábal Cayllahua, Rosaura: Retablos andinos. Ayacucho. Lima 1997.

Urrutia, Jaime: La diversidad huamanguina, tres momentos en sus orígenes. Instituto de Estudios Peruanos, Lima 1994

Valcárcel, Luis E.: "Sabogal y el arte popular" In Folklore Americano, N° 15 Año XV-XVI, Lima 1967-1968.