

Pérez Celis y la popularidad como fenómeno

Por Mercedes Casanegra
Asociación Argentina e Internacional de Críticos de Arte

A manera de Introducción

El 15 de junio de 2001 Pérez Celis inaugura en el Palais de Glace de Buenos Aires una exposición antológica a la que ha titulado "Tributo", la cual nos ha convocado a realizar algunas reflexiones, no solamente sobre este singular artista en particular, sino también sobre el arte y la cultura de este principio de milenio. Pasado ya el año 2000 que constituyó una bisagra temporal, un fin y un comienzo, Pérez Celis cuenta con una carrera artística de casi cuarenta y cinco años desde su primera exposición en la galería "La Fantasma" del barrio de San Telmo en Buenos Aires. La visión hacia el futuro nos centra en torno a un tema insoslayable: su popularidad como artista plástico, que lo ha acompañado desde sus primeros años, en la mítica década del 60, y que él ha sabido cuidar como un preciado elemento de su acervo creativo.

Unos meses antes, poco antes del verano, comenzaron a aparecer en la calle carteles publicitarios de la tarjeta American Express con figuras muy destacadas del panorama contemporáneo. Aunque parezca demasiado obvio remarcarlo, esto fue una iniciativa autónoma de dicha organización norteamericana, que hoy se encuentra proyectada a casi todos los países del planeta. Entre los personajes exhibidos en nuestro país se cuentan, entre otros, el arquitecto argentino Rafael Viñoly, el golfista norteamericano Tiger Woods y el artista, también argentino, Pérez Celis. Se "pertenece o no se pertenece", tal el conocido slogan tan difundido.

Si hacemos referencia al término cultura en sentido amplio, se trata en todos los casos de personalidades cuyo marco de actividad es el cultural. Nadie duda que hoy la práctica del golf se ha generalizado para mucha gente y también millones de personas lo siguen a través de los medios, la televisión, las revistas o suplementos deportivos de los diarios. El deporte en sí mismo y su espectáculo forman parte de la vida cotidiana para muchos en todo el mundo. Por otra parte -pensamos ahora en Viñoly- la arquitectura es de las disciplinas más ancestrales. El ser humano siempre necesitó de un resguardo donde vivir o trabajar. Y, nuestro paisaje urbano está diseñado por ella.

¿Podemos decir lo mismo con respecto al arte, especialmente a las artes plásticas? El arte siempre acompañó a los seres humanos a lo largo de su historia. Sin embargo, a pesar de las utopías de los surrealistas de una sociedad identificada por

completo con el arte, éste, sobre todo en su modalidad contemporánea, no forma parte de la vida cotidiana de toda la gente en nuestros días. Son pocos los nombres de artistas del siglo XX que surgen de manera rápida desde la superficie de la memoria masiva. Picasso es casi la única excepción. Desde fines del siglo XVIII y principios del XIX el arte comenzó a ser lugar de injerencia sólo de élites y el artista a menudo un desclasado, una figura maldita en la sociedad. Hoy en día la cuestión es diferente. Algunos dicen que los museos de hoy son los templos de otras épocas. Creemos que es una presunción todavía demasiado optimista. El mercado de arte es más vedette que la práctica artística en si misma.

El subtítulo de un artículo de seis páginas de la recién aparecida revista *Punto*, un mes antes de la mega muestra citada, reza: "...Pérez Celis se convirtió en el pintor más popular de la Argentina"(1). Nadie puede dudar de la veracidad de esta afirmación. Entre esto y la publicidad de la tarjeta de crédito rápidamente se concluye que Pérez Celis es para muchos un símbolo del arte argentino. Se podría hablar del "fenómeno Pérez Celis" entre nosotros, el cual no es reciente, sino que data de por lo menos treinta años atrás.

Algunos saltarían para negar esta afirmación o para restarle trascendencia. Sin embargo, se trataría de los mismos que afirman que la lengua común de los tiempos que vivimos es la hermenéutica o interpretación, a diferencia de otras épocas dominadas por los grandes relatos o creencias colectivas. Es decir que, cada individuo tiene su propia versión del sentido de la vida y del mundo, y produce también sus propias definiciones sobre los temas más diversos. Así, lo hacen también sobre el arte. Por otra parte, los especialistas, los teóricos, los críticos, parecen tener sus criterios fijados con suficiente exactitud y claridad al punto, a veces, de no poder reformularlos con la versatilidad que la realidad requeriría.

Vanguardia -término privativo de las élites de especialistas- y consenso masivamente generalizado sobre determinado artista, grupo de artistas o tendencia, parecen haber sido desde hace tiempo principios antinómicos. Esto trajo aparejado el repliegue de los lenguajes artísticos sobre sí mismos y la comprensión de sus códigos manejada por un escaso porcentaje de personas, es decir, sólo por las élites mencionadas.

La ocasión de esta mega muestra de Pérez Celis en su ciudad de origen en un alto de sus andanzas mundanas nos llama a repensar todos estos temas a principios del nuevo milenio. El concepto cultura supone la movilidad caleidoscópica característica de un organismo vivo. Es uno de nuestros objetivos-propósitos intentar medir, a través de una mirada sobre este artista y su obra, los alcances de la flexibilidad del término. Y, fundamentalmente, preguntarnos por la compatibilidad de los conceptos de artes/artistas plásticos y popularidad, sobre la validez de la autonomía del arte, sobre la pluralidad de lenguajes artísticos en el siglo XX, especialmente a partir de la segunda mitad, sobre la vigencia de la pintura como medio de expresión artístico, y finalmente sobre un cuestionamiento sociológico en torno a la recepción del arte, entre otros temas.

Proyecciones de una trayectoria: pintura+muralismo+diseño

Nuestra hipótesis de trabajo es que en torno al fenómeno Pérez Celis hay un plus inmanente, difícil de definir, que implica a su pintura, pero la trasciende.

Posiblemente su secreto no sea uno solo, sino que se trate de un conjunto de razones que han hecho de su persona y su obra esto que suele denominarse "el pintor más popular de la Argentina". Razones, además, que no han sido simultáneas en el tiempo, sino sucesivas, escalonadas.

Las primeras respuestas estarán con seguridad en la manera en que se fueron labrando su lenguaje y su trayectoria. Tempranamente Pérez Celis optó por la pintura como principal medio de expresión, pero no fue el único. Desde sus comienzos, las breves biografías de sus catálogos lo definen como "pintor, grabador, diseñador y muralista". Esto habla de una actividad multifacética y de una diversidad de prácticas que marcaron casi desde el principio de su desarrollo ramificaciones fundamentales, que acompañaron a la pintura. Una de ellas es el muralismo. Su primer mural fue "Fuerza América", 1962, en la Avenida Rivadavia al 6140, a continuación uno para el establecimiento metalúrgico *Brousson*, 1962, el del Banco de la Nación de Formosa, 1967, en la fábrica *Alámbrica* de Morón, el de Aerolíneas Argentinas en el Aeropuerto de Ezeiza, los de la Universidad de Morón, 1994, entre otros, hasta llegar a los célebres murales *Ídolos* y *Mito y Destino*, populares por antonomasia, para el estadio de Boca Juniors a partir de su remodelación, inaugurados en 1997.

Si bien Pérez Celis se definiría en primer lugar como un pintor, desde el comienzo su concepción muralística fue escultórico-arquitectónica. Es decir, que su interés ha sido siempre el de integrar la obra mural al espacio que la rodea y, al mismo tiempo, se ha dejado inspirar por cada lugar circundante. Esta modalidad fue una adquisición que Pérez Celis hizo para su acervo en aquellos primeros años 60. En ese período muchos artistas se encontraban en un momento de experimentación y de emerger de los medios tradicionales. Una de esas vertientes fue la salida del espacio bidimensional del cuadro hacia el espacio exterior. Fue una de las soluciones que encontraron algunos de los artistas informalistas, tal el caso de Luis Wells, quien comenzó por relieves en madera y culminó hacia 1965 con relieves murales en los interiores de viviendas particulares como la de Osvaldo Giesso o para exteriores en edificios como el de la esquina de Libertad y Corrientes. Wells dejaría esta práctica para continuar su experimentación por otros carriles, no así Pérez Celis a quien hoy se le siguen requiriendo la elaboración de este tipo de proyectos y los sigue resolviendo de acuerdo a aquellos principios. Por otra parte, el arte mural es por definición un arte público, pues cada pieza es erigida para ser vista por los cientos, miles de personas, que transitan los lugares elegidos.

Los años 60 se prestaron de manera esencial para el cruce de barreras entre disciplinas. La escena del arte estaba de por sí más extrovertida, pero Pérez Celis

perpetuó esa modalidad hasta el presente. Por otra parte, también desde los primeros años 60, Pérez Celis se desempeñó como diseñador gráfico. Rafael Squirru, gran promotor de este artista desde el comienzo, lo presentó a Guido Di Tella, quien de inmediato lo contrató para trabajar en la agencia de publicidad de las empresas familiares, "Agens". La difusión de esta disciplina, aún incipiente comparada con el presente, era el corolario de toda una primera etapa de modernización en el país que desde un poco antes de los años 40 partía de la arquitectura, el mobiliario, el diseño de la moda, entre otros.

Como también lo cita María José Herrera hubo una influencia recíproca entre los diferentes campos de acción artísticos de Pérez Celis. La gráfica tuvo su influjo sobre la pintura y viceversa. Pero, hubo seguramente otro ingrediente más sutil en el cruce entre diseño gráfico y pintura en su obra. El título de un artículo periodístico otorga la clave: "Una pintura que todos comprenden"(2), (el subrayado es nuestro). Si bien este título no fue escrito por el artista, secretamente Pérez Celis siempre encarnó esa conciencia. Existe una fuerza de atracción, un poder de seducción en el mejor sentido del término, que Celis manejaría como instrumento de elaboración visual. Y éste es un elemento fundamental en la construcción de los lenguajes publicitarios y gráficos. "La publicidad me interesa como campo de creación"(3). Esta frase encerraba más de lo que Celis habrá querido decir en ese momento. Por otra parte, este componente al que nos referimos no es algo que pueda nominarse de un modo específico. Lo caracteriza su manera latente de estar presente. Y también, posiblemente Celis lo ha ido modificando de acuerdo con las diferentes etapas de su trabajo. En el arte y la estética contemporáneos, especialmente con el auge del neo-conceptualismo, éste no es un principio primordial en la construcción de las obras. Por su parte, a lo largo de toda su trayectoria, a Pérez Celis le ha interesado que el suyo sea un arte que llegue a *todos*.

"El arte no existe sólo cuando el artista lo realiza, sino fundamentalmente cuando alguien lo *recibe*. Por esto, el artista es el ser menos egoísta."(4)

En los años 60 con el auge del diseño puesto en marcha en diferentes campos, también los artistas plásticos eran convocados para diseñar artículos para la vida cotidiana como vajillas, alfombras, cortinas. La marca Dándolo & Primi y la firma Stilka, llamaron a Pérez Celis, entre otros, para realizar sus diseños. Se trataba de otra manera de llegar a *todos*. Era, además, otro síntoma más de la apertura y contaminación recíproca de campos en aquellos años. Hoy Pérez Celis continúa convencido de lo positivo de la generalización de lo estético.

La importancia de los medios de comunicación o también un artista mediático

La conciencia de la necesidad de la difusión también lo acompañó desde el principio, casi en coincidencia con la era Mc Luhan. En 1957 cuando realizó su

primera exposición en la galería "La Fantasma" en el barrio porteño de San Telmo -tenía 16 años- salió publicado en el diario *Democracia* un comentario del crítico García Martínez. Celis, quien se define retrospectivamente como un chico de barrio, muestra el valor que le dio siempre a los medios de comunicación, a través de la anécdota que sus padres en la fecha del artículo lo premiaron llevándole el desayuno a la cama. Poco después, en ocasión de su segunda exposición individual en la galería "Hache", junto con unos amigos, empapeló las calles con afiches, novedad todavía para la época.

A lo largo de los 60 también diversos semanarios –*Primera Plana, Gente, Siete Días, Confirmado*- dada la mayor difusión de las artes plásticas, se ocupaban de temas que hoy parecen ser más propios de los medios especializados.

"Un showman de la pintura"(5), reza un elocuente titular de *Siete Días*. Su recuerdo es que "el personaje", como el mismo lo llama, ya había nacido. Pérez Celis es también un personaje mediático, lo que acompaña su quehacer artístico y lo trasciende. Esto no puede si no recordarnos el clima de época que generó la galería de personalidades célebres ilustradas en las obras Andy Warhol, o en nuestro medio el famoso cartel publicitario protagonizado por Dalila Puzzovio, Charlie Squirru y Edgardo Giménez "*¿Por qué son tan geniales?*", 1965, ubicado en la esquina de Florida y Viamonte. Del mismo modo que con otros tópicos antes tratados, esa modalidad, si bien fundada en los 60 y 70, fue adoptada por Celis como permanente.

Un pop autóctono

Otro artículo periodístico muestra al artista y a su familia en el dormitorio del matrimonio con varios cuadros y un detalle que ofrece una clave: el respaldo de la cama pintado por el artista fileteador Martiniano Arce, de quien Celis se declaraba ferviente admirador. "*Colorín colorado, Pérez Celis está 'piantao'*"(6), decía el título, porque la nota se completaba con las fotos de su casa en el barrio de la Boca, de la cual había pintado el frente en contrapunto con las fachadas de color típicas de ese barrio, a la manera de lo que hoy ha hecho Marino Santa María con la calle Lanín. Esta imagen suya como artista da una pauta más del puente que Pérez Celis había tendido entre arte-popularidad, arte popular y arte-público. Pero, se trataría de versiones autóctonas de *Pop Art*. El trasfondo socio-económico-cultural de la Argentina de los años 60 no tenía que ver con el de las cunas del *pop* inglés o norteamericano. Nuestra sociedad de consumo era aún incipiente. Pero sí estaba dado el clima para que generar un lenguaje que se enlazara con el *pop* a través de la característica de ser "idiomas directos" y de tener la posibilidad de compartir los temas con la comunidad (7). La fachada de su casa formaba parte del barrio, y él se había inspirado a su vez en el vecindario.

Temas instalados en el imaginario colectivo

Muy a menudo Pérez Celis ha tomado temas ya instalados en el imaginario popular o colectivo y les ha dado su tratamiento propio: el fútbol, la *Misa Criolla* (exposición sobre la obra de Ariel Ramírez), 1967, el obelisco de Buenos Aires, el sol, la cruz, el libro en la cultura, el tango, Carlos Gardel, Jorge L. Borges, Walt Whitman, entre tantos otros. Esta estrategia suya se une a la intención de *llegar al público*, porque los temas escogidos tienen una preexistencia no sólo en el imaginario popular, sino también en el *sentimiento* popular. Celis los recrea dándoles una dimensión suya que los recontextualiza y les da un nuevo marco de comprensión que los pone de relieve.

En 1972 publicó en la difundida revista *Antena* un póster de Gardel. Esto iba acompañado de un comentario suyo: "Primer astronauta del Espíritu, porque llegó al espacio interior, al espacio profundo de nuestro espíritu." (8) Hay un gesto romántico en esta actitud que él reitera de manera constante.

Si se piensa en la presente exposición, "Tributo", son dos las vertientes a tener en cuenta en este sentido. Una es la serie de diez cuadros como interpretación visual de los siglos del milenio pasado. Nuevamente aquí ha tomado el caudal histórico de una civilización para realizar un homenaje universal. Por otra parte, está el tributo a tres mujeres fundamentales en su vida: su madre y sus dos esposas, Sara e Iris. En concreto, el homenaje se materializa en tres grandes obras que consisten en tres alegorías abstractas que, de manera respectiva, aluden a sus sentimientos y gratitud hacia cada una de ellas. Hace efectiva, otra vez, esa actitud romántica de enlazar sentimientos íntimos, individuales, y proyectarlos colectivamente, en este caso, hacia el público receptor.

"...La inspiración de Celis no se funda en una búsqueda de temas sino en una *recepción llena de recogimiento* donde el motivo es elaborado cuantas veces lo exige la riqueza de su presencia..." (9) Esta frase anunciaba algo de esta postura frente a los temas.

El pensamiento artístico de Pérez Celis

El pensamiento artístico de Pérez Celis se ha ido volcando a través de las innumerables entrevistas que el periodismo le ha realizado a lo largo de su trayectoria. Su personal punto de vista sobre el arte conduce a abundar sobre la comprensión de la relación directa, sin intermediaciones de ninguna especie, de este artista tanto con la obra como con el público receptor.

"Trabajo con la motivación como punto de partida" (10).

-¿Es intuitivo?

-*En arte, sí.*(11)

Ni la razón, ni las interpretaciones previas, ni las palabras, lo detuvieron nunca ante el gesto de pintar. Para él todos los razonamientos son posteriores. Todo esto recuerda el concepto de *painted word* de Tom Wolfe, con el cual Celis coincidiría seguramente en algunos puntos.

De la misma manera no se muestra partidario de la innovación -tal como se la ha concebido durante el siglo XX- como principio rector de su hacer. La innovación está presente en cuanto él vierte su sello artístico personal, pero no por la innovación misma.

La *tardomodernidad* no se ha liberado todavía de algunos lazos contraídos por la modernidad. La sujeción a la razón, pero más aún a algunos paradigmas específicos, no permite la observación de modelos de naturaleza diferente.

Posiblemente, sea esa la comprensión a la que no se ha llegado con respecto a Pérez Celis y su obra.

La popularidad de Pérez Celis como artista, la construcción de un personaje anclado en la conciencia colectiva, se ha erigido en torno a un complejo tejido de razones, de las cuales sólo hemos dado cuenta de algunas.

Referencias

- (1)Guillermo Quintero, "Los gozos y las sombras", Revista *Punto*, Bs.As., mayo de 2001.
- (2)"Una pintura que todos comprenden", *Crónica Edición de la mañana*, Bs.As., domingo 1 de junio de 1969, pág. 34.
- (3)"Pérez Celis: mañana es hoy", Boletín Publicitario, Bs. As., archivo del artista.
- (4) *El Nacional*, La Paz, 27 de mayo de 1971, pág. 11.
- (5)"Un showman de la pintura", Revista *Gente*, Bs.As., 1 de enero de 1970.
- (6)"Colorín colorao, Pérez Celis está 'piantao'", Revista *Gente*, Bs.As., 23 de marzo de 1972.
- (7)Lucy Lippard, *Pop Art*, Ed. Thames&Hudson, New York, 1985.
- (8)"Porque pinté a Gardel", Colección *Antena*, Bs.As., 1972.
- (9)"Pérez Celis: una imagen de América", Revista *Américas*, OEA, 1967.
- (10)Guillermo Quintero, *Ibidem*.
- (11)Olga Pareja de Nuñez, *El Capital*, Rosario, 28 de febrero de 1971.