

Ni rica ni famosa: Sarita Colonia en la representación pequeño-burguesa ilustrada de Lima, Perú

Neither rich nor famous: Sarita Colonia in the petty bourgeois illustrated representation in Lima, Perú

Harold Hernández Lefranc¹

Universidad San Antonio Abad, Cuzco, Perú

Universidad Norbert Wiener, Lima, Perú

hglefranc@hotmail.com

“El culto a Sarita Colonia, que se considera un extraordinario fenómeno religioso y los milagros que ella otorga, es un hecho que asombra a sociólogos, antropólogos, intelectuales, filósofos, religiosos...” (Hipólito Colonia, *Sarita Colonia Zambrano, una biografía familiar*).

Resumen

Lo que se plantea en el presente texto es que Sarita Colonia, culto de origen popular migrante andino peruano, ha sufrido una notoria transformación que se dirige hacia la constitución de un ícono de lo popular emergente integrado, debido a la contribución de algunos medios de comunicación, intelectuales y artistas, que son espacios de producción de significación de origen no popular. Sarita y lo que su culto religioso representa, han sido “domesticados” e idealizados por parte de estos espacios de producción de significación para asirse de algún referente de lo popular como integrado. De este modo han logrado constituir a Sarita como algo más que un culto religioso: un ícono o referente comunicativo de un ideal de lo popular; semántica, gramática, medio de comunicación, que conativamente comunica lo popular con lo burgués, para generar diálogo entre este y aquel. Sarita Colonia es la *lingua franca* que permite empatía entre lo popular y lo pequeño-burgués ilustrado con afán de utopizar la sociedad, de manera que ella ha llegado a formar parte del espacio público de significaciones sociales, dentro de un flujo de íconos que objetivan las esperanzas y logros de los pobres, así como los mensajes de alianza e integración de parte de los burgueses de cierta vanguardia cultural, en Lima, Perú.

Palabras clave: Sarita Colonia / Religiosidad popular peruana / Ícono religioso

Abstract

This text states the following: Sarita Colonia, peruvian andean migrant popular cult of origin, has undergone a remarkable transformation that is directed towards the establishment of an icon of the popular emerging integrated, due to the contribution of some media, intellectuals and artists who are spaces of meaning production of not popular origin. Sarita and what your religious cult represents, have been “domesticated” and idealized by these production spaces of meaning to hold on to some reference of the popular as integrated. In this way they have managed to build Sarita more than a religious cult: an icon or communication relating to an ideal of what popular. Semantics, grammar, media, which like propensity communicates the popular with the bourgeois, to generate dialogue between this and that. Sarita Colonia is the *lingua franca* that allows empathy between the popular and the petty bourgeois illustrated to idealize the society, so that it has become part of the public space of social meanings within a flow of icons that objectify the hopes and achievements of the

¹ Antropólogo. Licenciatura y Maestría en Antropología por la PUCP, estudios de Doctorado en Antropología en la UNMSM. Director de Centro de Investigación de la Universidad Norbert Wiener, Lima, Perú.

poor and partnership and integration message of the bourgeoisie of certain cultural vanguard, in Lima, Peru.

Keywords: Sarita Colonia / Religiosidad popular peruana / Religious Icons

I. Primera parte

1. Orígenes sociales del culto de Sarita Colonia: de la marginalidad a la autonomía y la integración

Miembro de una familia pobre y anónima de la sierra norte del Perú, que migró a la capital en busca de mejor porvenir, Sarita Colonia (Huaraz 1914 - Lima 1940) solo hacia fines de los años sesenta del siglo XX empezó a destacar como una de las “almitas” milagrosas entre los visitantes pobres del cementerio Baquijano y Carrillo, del Callao, puerto de Lima, en cuya fosa común fue enterrada.

Inició el culto como “santa popular” al menos veinte años luego de su muerte, entre los sectores populares del Callao:

Algo pasa... de modo definitivo, entre los 60 y los 70. Se comienza a crear la devoción. Primero son los choferes, las empleadas domésticas, los desocupados pero luego, casi instantáneamente, el nombre de Sarita Colonia invade los pueblos jóvenes. (Franco 1991: 113).

Según testimonios recogidos por Franco en los años setenta el culto era multitudinario y se formaban largas colas de dos mil quinientos fieles diariamente (*loc. cit.*). Y agrega que fue una invención popular, en el sentido de que se trata de una “creación colectiva” y no hay “evidencias de reconocimiento público de sus virtudes por la comunidad que la acompañó en vida ni testimonio colectivo de sus poderes...” (p. 115).

Respecto a esto, el autor distingue dos momentos en el proceso migratorio de las provincias a Lima, en el siglo XX: el de los cincuenta a inicios de los sesenta, y el de mediados de los sesenta a los setenta. Identifica el culto a Sarita Colonia con este segundo momento, de notables transformaciones culturales: el cholo, la plebe urbana, ha sido ganado por la idea del progreso; la experiencia del migrante ya no asume como referente fundamental el pueblo de origen, sino la ciudad, con sus precariedades, dramas y retos. Esta nueva cultura integra una visión socioreligiosa distinta, de afirmación urbana de su nueva identidad (Franco 1991: 119-122). El culto es expresión de las necesidades de identificación cultural; y donde se expresa una autónoma capacidad consagratoria de los pobres y su creativa producción de sentido religioso. Autonomía es lo que puede resumir lo que este autor ve en el culto.

Por su parte y en un sentido opuesto, el antropólogo Alejandro Ortiz (1990), destaca la condición marginal del culto. Para este autor, se trata de “grupos que, desde la perspectiva de los patrones culturales tradicionales urbanos y andinos, representan la marginalidad...”, la cual “está acompañada de un sentimiento de anonimato personal, de ser agredido”, elementos que son encarnados por Sarita Colonia (Ortiz 1990: 169). Sarita Colonia “fue una provinciana como cualquiera, fue pobre, agredida, murió en el anonimato y fue enterrada en una fosa común”. Según Ortiz la identidad marginal de los devotos es muy compleja, pues estos “pertenecen a una mayoría numérica y muy dinámica, pero que es percibida por el conjunto de la sociedad peruana, como periférica.” (p. 201).

El antropólogo Alex Huerta Mercado, especialista en cultura popular y medios de comunicación, analiza el guion de un episodio de la serie de televisión policial, *Gamboá*, de producción y dirección de Luis Llosa, de mediados de los años ochenta: unos malhechores, antes de delinquir, solían encomendarse a Sarita Colonia, hecho que es utilizado por la policía para infiltrarse en el culto y capturar a los delincuentes, uno de los cuales increpa a su captor la traición a

su confianza y a Sarita Colonia². Hay aquí, muy tempranamente una lectura mistificada del culto por parte de los *media*, en este caso la televisión, de producción burguesa, como un culto propio de marginales y delincuentes, así como un indicio de apropiación del culto por parte de la formalidad de la sociedad mayor, representada por el policía captor, que aparecería también como devoto. A mediados de los 80 el culto en general es percibido como propio de la marginalidad social asociada a la condición de Sarita Colonia.

Marginalidad, pero también banalidad, es lo que encuentra Alejandro Ortiz: la biografía “oficial” de la santita “... es conmovedora por lo banal.” Es decir, fue pobre, no accede a la educación, es doméstica, lavandera, y murió finalmente en la pobreza. Y esboza la idea de que “tal vez sea esta banalidad lo que haya facilitado la identificación de gentes como ella, y su posterior devoción” (1990: 172); devoción que crece notoriamente en la década de los setenta.

Pero Ortiz ya percibe un fenómeno que se manifiesta desde el año 2000 en adelante, una especie de “domesticación” e institucionalización del culto, a la par que el declive de su militancia y presencia física en el lugar del mismo. Si no ha ganado más adeptos, sí ha logrado

... cierta popularidad y aceptación general en vastos círculos ciudadanos e institucionales; pero tal vez por lo mismo, pareciera que ha perdido intensidad o que sus más fieles devotos son menos o lo parecen si se les compara con los novísimos pero no tan entusiastas seguidores... [y que al mismo tiempo que] se extiende y se torna variado el origen social de sus seguidores, las peregrinaciones declinan y las imágenes se propagan pero parecen banalizarse... La ‘normalidad’ entonces restaría fuerza a una devoción que en sus orígenes fue de los ‘anormales’ y olvidados (en la sociedad y en la fosa) (1990: 170-178).

Lo que señala aquí el antropólogo es que cuando se institucionaliza el culto, es menos abandonado a la espontaneidad y a los segmentos más informales de la sociedad. En otras palabras, se “civiliza” o “domestica”. Es la propia familia y los devotos más cercanos a ella, quienes lo han institucionalizado, dentro de un afán, observo, de integración a la sociedad mayor. Ortiz finalmente halla que su vocación no es la ruptura o el replanteo religioso, sino la integración (p. 201).

La socióloga Ana María Quiroz (1993) señala que solo en los años setenta el culto se hizo notorio y significativo. Destaca también los orígenes sociales marginales de los devotos de Sarita Colonia. Son, dice, “prostitutas, delincuentes, homosexuales, entre los marginales; madres abandonadas, amas de casa, desempleados, subempleados, pequeños comerciantes, choferes de micros, taxistas, etc. Empezó por ser culto de marginales, pero luego se difundió a diversos sectores del mundo popular.” (1993: 145).

Un rasgo importante de dicha marginalidad se aprecia, señala Quiroz, en que la Iglesia católica oficial no ha reconocido el culto y que por ello los devotos están en guardia y desconfían de la Iglesia. Por eso “Sarita no es santa [en el sentido oficial], es simplemente una *almita milagrosa* y, como tal, incursiona informalmente por senderos que conducen hacia la santidad.” (1993: 153). Insiste también Quiroz en que los fieles de Sarita son social y racialmente como ella; una suerte de invento cultural de contenido mítico.

Según lo expuesto hasta aquí y desde una perspectiva antropológica que trata de captar, representar e interpretar los procesos de grupos y agentes sociales específicos, podemos plantear a modo de hipótesis que, el culto a Sarita Colonia, manteniéndose popular, se ha orientado, sin embargo, a una autonomía cultural y a la integración a la sociedad mayor mediante un proceso de “invención” o construcción cultural de un símbolo icónico. Tal ícono integra y articula los factores socioculturales de ese proceso de autonomización e integración sociocultural.

2. Sarita Colonia es blanca: la producción popular y anónima del ícono

² Entrevista personal del 2 de abril de 2015.

De Sarita Colonia solo existe una original fotografía familiar, de 1926, donde aparecen ella, de escasos 12 años, sus padres y sus hermanos Hipólito y Esther (Véase imagen 1 e imagen 2).

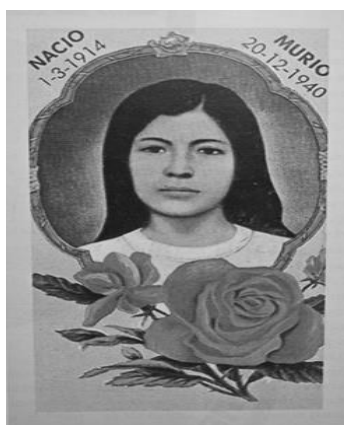


**IMAGEN 1 Sarita Colonia y su familia,
Año 1926**



**IMAGEN 2 Sarita Colonia y su familia,
Año 1926 (detalle)**

El padre es de rasgos más bien criollos; la madre y los hijos, de rasgos marcadamente mestizos y andinos. Es de este retrato familiar de donde una suma de anónimos creadores o recreadores de segmentos populares, al menos desde los años sesenta del siglo pasado, han producido la imagen con que en todos los sectores sociales del Perú nos representamos a Sarita Colonia —una de las más conocidas, la de la imagen 3—.



**IMAGEN 3 Estampita de Sarita
Colonia, de 4.5. x 7.5 cm**

Dos elementos caracterizan esta transformación: Sarita se torna adulta y blanca. Y esta representación muy tempranamente se transforma en un ícono. Se ha constatado que de una manera extendida se practica el blanqueamiento de la piel en los retratos de segmentos populares; es decir, esto no es exclusivo de Sarita Colonia. Y se extiende, por tanto, a otros personajes religiosos y aun cívicos: "...una típica estrategia de espacios económica, social y culturalmente subalternos, es la de, en la plástica, blanquear, tornar un ícono originalmente andino o cholo, en un ícono fenotípicamente blanco o criollo." (Hernández 2007: 60).

Puede verse en dos santas populares: en la beatita Melchorita Saravia Tasaico (1897-1951), de Chincha, departamento de Ica, al sur de Lima. La imagen 4 es una foto nunca reproducida a modo de estampa; la imagen 5 es una fotografía retocada para estampitas.



IMAGEN 4 Foto inédita de Melchorita Saravia Tasaico



IMAGEN 5 Foto retocada de Melchorita

. Julia Rosa Muñante Milos, Rosita de Pachacútec (1966-1975), del distrito de Pachacútec, departamento de Ica, es otra santa popular, muerta violentamente de niña, de devoción limitada regionalmente. La imagen 6 es la única fotografía de la niña; la imagen 7 es una figura sustentada en la fotografía, mandada a producir por un devoto, pero que ha tornado con rasgos completamente distintos.



IMAGEN 6 Fotografía de Rosita de Pachacútec



IMAGEN 7 Retrato pintado por anónimo a pedido de devoto, de Rosita de Pachacútec

Para Huerta Mercado, en la construcción del ícono el primer paso lo da el artista popular anónimo:

Sarita es una construcción artística, porque comienza con una foto de cuando tiene doce años; y de ahí el artista popular, que suele retocar los retratos, la convierte en una niña de veintitantos años. Entonces, el verdadero artista que la construye es ese grupo de gente anónima que hace estampas [...] El verdadero apropiador ha sido el artista popular, el anónimo. Yo incluiría a esos artistas populares que no tiene nombre, pero que la han creado. (Entrevista personal de 2 de abril de 2015).

Esto, a su vez, se integraría con un proceso histórico social de proyección de una realidad social peruana mayor en el llamado “desborde popular”, la modernidad popular en el Perú. Este proceso implica, en la dimensión de la subjetividad religiosa, la necesidad de los sectores populares de un Dios y de unos intermediarios menos severos y más flexibles y comprensivos de las situaciones sociales; que mantenga su dimensión moral de “premiar” y/o “castigar” pero que tengan capacidad de interceder ante Dios, como mediadores, y que entiendan y sean condescendientes con la vida dramática de los devotos. Es decir, unos “santos” a la “medida” de las circunstancias sociales y culturales que les toca vivir.

Es este un aspecto de la apropiación de la modernidad por parte de los sectores populares, pues a pesar de que no se deja de lado en el espacio de la subjetividad la consideración de las influencias morales-espirituales para signar la biografía de las personas, se construye autónomamente desde lo popular en una especie de santo *ad hoc*. Los rasgos socioculturales de este “santo” son los étnicamente originales de los grupos que lo promueven, pero se le involucra en la sociedad mayor integrándolo desde una perspectiva estética (tornándolo de fenotipo criollo o blanco) y autonomizándolo socialmente.

Gustavo Buntinx [1992] (1999), historiador de arte, crítico y curador, plantea que la metamorfosis de la imagen de Sarita Colonia “se ofrece como una posibilidad moderna para nuestras culturas populares, secularmente desplazadas y despreciadas.” Buntinx parte de la única fotografía de la santita para guiarnos a través de las diversas alternativas estéticas, expresión de las últimas décadas de historia social del Perú, con sus desgarros y dramas. En estas imágenes, Sarita no solo adquiere edad, sino también una “agresiva presencia sexual y étnica.” (1999).

De una de las imágenes refiere que, apareciendo llamativamente retocada, en el Perú imágenes como esta “identifican ciertas formas de arribismo popular y provinciano, *blanqueando* rostros y *modernizando* hogares”. El proceso, según Buntinx al analizar diversas imágenes de Sarita de 1997, va de la alienación a la apropiación describe:

...nos muestra a una Sarita emblanquecida cuyos rasgos delicados y ojos insólitamente azules parecieran hablarnos de una alienación cultural extrema. Pero con igual facilidad podrían corresponder a las desenfadadas estrategias culturales de apropiación simbólica

predominante entre las nuevas juventudes mestizas que conforman la tercera o cuarta generación de migrantes en la gran capital. (Buntinx 1999).

3. La biografía de Hipólito Colonia: hito en la transformación de Sarita

Importante es en este proceso la biografía que escribe y publica su ya anciano hermano, Hipólito Colonia Zambrano, en 1999. Lo es por varias razones: 1. Como parte del espacio del culto de su hermana, no se espera que escriba un libro, y menos que polemice con algunos estudiosos e investigadores sobre el tema. 2. Su biografía, además de ser una vindicación de su hermana, es una vindicación explícita de la familia, y de los provincianos migrantes en Lima. 3. Su discurso, además de vindicativo, es integrativo. Y es precisamente aquí donde acontece una polémica con algunos investigadores del tema.

El hermano biógrafo dice que escribe una biografía de la “santita” motivado por una reacción a “absurdas mentiras, que han escandalizado y causado indignación y bochorno en la familia.” (Colonia 1999: 1). Se refiere a que supuestamente Sarita murió ante un intento de violación, cuando prefirió lanzarse al mar y morir, antes de ser vejada; que no ha existido realmente; que los restos mortales no están en el mausoleo. A esto suma el autor algunas otras versiones de algunos periodistas a lo largo de los años, así como de algunos estudiosos del tema. Además, la biografía es una suerte de canto ingenuo a la gesta de la migración, quizá el proceso social más importante y enorme del siglo XX en el Perú, y que lo transformó entre los años sesenta y ochenta del pasado siglo.

Hipólito Colonia se apercibe de que a lo largo de los años algunos estudiosos del hecho social de Sarita Colonia, como antropólogos, sociólogos y psicólogos, han asumido una actitud de menosprecio y discriminación hacia el culto afirmando que sus devotos son lumpen, marginales, vagabundos, prostitutas, delincuentes; pero que su culto no se limita a los estratos marginales. Cuestiona en la biografía a Ana María Quiroz, socióloga, que dice que los fieles son transgresores; también a Fernando Ampuero, periodista y literato, quien habla de la violación sexual, que es falsa; cuestiona, además, a Rocío Silva Santisteban, periodista y literata, que dice que Sarita es el nuevo mito chicha (Colonia 1999: 59, 81 y 82). Y afirma:

La gracia del milagro que Sarita concede, no es exclusivamente para el estrato social marginal, como afirma su comentarista. Sino por el contrario, porque a su mausoleo-tumba llegan a visitarla personas o fieles devotos, de las más diversas capas sociales: económico, político, artístico, financiero, intelectual; llevándole hermosos aparatos de flores muy costosos... (1999: 60).

Al respecto podemos decir, desde una postura científica, que estos intelectuales no “menosprecian” el fenómeno, lo interpretan desde una perspectiva analítica que contrasta con la postura más emocional del familiar cercano. Son intelectuales “burgueses” que aprecian un fenómeno social “no burgués” y rescatan de él los aspectos quizás más insólitos y socialmente transgresores. El biógrafo transita en dirección contraria: pretende integrarse rescatando a devotos más bien exitosos, famosos, integrados: el compositor de música criolla Augusto Polo Campos, el propio historiador de arte Gustavo Buntinx, el novelista peruano que dicta en Berkeley, Eduardo González Viaña. Y en ese recuento de personajes que dan estatus, rescata el biógrafo al importante artista plástico Enrique Polanco y una pintura suya donde aparece su hermana y en cuyos extremos aparecen nada menos que los dos santos emblemáticos del Perú, Santa Rosa de Lima y San Martín de Porres (Véase imagen 8).



**IMAGEN 8 Trilogía, de Enrique Polanco,
acrílico sobre acuarela, 29 x 24 cm**

Don Hipólito es, socioculturalmente, un integrador y un cosmopolita (Hernández 2003). Es decir, suma réditos simbólicos de prestigio social a favor del culto y de la presencia de su familia dentro del mismo, rescatando a estudiosos connotados, o eventualmente figuras de la política o del espectáculo, como capital simbólico que alimenta su búsqueda de legitimidad social y religiosa.

Entonces, la actitud de los “ilustrados” no se limita a una interpretación “disruptiva”, que rescata lo marginal, lo transgresor, lo distinto, lo peligroso sino que parece contribuir a la construcción de una utopía. Ya hacia 2007 se había hecho esta anotación, de distinguir dos alternativas de producción de significación sobre Sarita Colonia desde el espacio no popular, burgués, ilustrado, académico y secular: la disruptiva y la utópica. En este contexto se destaca el caso del taller E.P.S. Huayco, trabajado por Gustavo Buntinx (Hernández 2007). Otro caso similar de probable producción de las alternativas mencionadas es el del Taller de Estudios de Mentalidades Populares, TEMPO, impulsado por el sociólogo Gonzalo Portocarrero, que trabajó y reflexionó intensamente sobre las implicancias sociales del culto, contribuyendo a “utopizarlo”. Así, a propósito de una visita y observación en el mausoleo de Sarita Colonia en el cementerio del Callao, Portocarrero escribe:

...donde los sectores medios desesperan, especialmente las generaciones más jóvenes, los sectores populares son capaces de inventar la esperanza. Las bases de su fortaleza están en esa fe ciega. En su credulidad. Creo que las razones de nuestra fragilidad está en lo difícil que nos resulta creer. (Portocarrero 1993:181).

Y más adelante indica que “Sarita representa una religiosidad de confianza y comunidad. La reconciliación entre estrechez material y satisfacción espiritual... Sarita es un modelo a contracorriente de la cultura dominante. No fue rica ni famosa. Tampoco tuvo poder” (1993: 182). Así, mientras el intelectual rescata que el modelo del culto no fue rico ni famoso, el hermano del modelo rescata a famosos, exitosos e integrados, para legitimar cultural y socialmente el culto.

Veamos a continuación cómo en los últimos años se ha venido desarrollando con mayor intensidad un proceso que podríamos llamar de iconización en torno de la figura simbólica de Sarita Colonia.

II. Segunda parte

4. Sarita Colonia es un ícono.

En los últimos veinte años ella se ha hecho extraordinariamente popular, sin embargo, el culto no ha crecido significativamente, según se ha podido corroborar en nuestras propias visitas realizadas periódicamente desde el 2000. Se mantiene en sus mismas proporciones la cantidad de visitas los días principales del culto (nacimiento y muerte de Sarita Colonia, el 1 de marzo y 20 de

diciembre, respectivamente). Esta misma presunción es anotada por otros investigadores que visitan regularmente el mausoleo de Sarita³. De acuerdo con nuestras observaciones, en momentos de mayor presencia de devotos en la tumba de Sarita, estos llegan a unas tres mil personas. Esto es escaso si se compara con devociones a diversos Cristos, santos, cruces, y advocaciones de la Virgen María, donde congregan decenas de miles de fieles, en Lima y todo el Perú.

Huerta Mercado afirma, además, que ya no observa la presencia de estampitas de Sarita colgadas de los espejos retrovisores del transporte público, lo que se explicaría porque, siendo Sarita culto de los pobres, estos no pretenden de manera extendida presentarse así:

El culto de sarita ha bajado porque la gente ya no se autopresenta como pobre... El consumo ya no pretende ser restringido para pobres, sino que intenta ser más globalizado. Sigue habiendo presencia, culto a Sarita, pero ha bajado bastante. No diría que el culto está creciendo. Evidentemente no ha crecido. Y cada vez es más focal lo que se ve; y cada vez hay menos atención mediática (entrevista a Huerta).

Entonces, ¿cómo explicar que ella sea tan popular pero que su culto no haya crecido significativamente en devotos asiduos? Reflexionando conjuntamente con Huerta Mercado, podríamos decir que en la subjetividad de la mayoría de peruanos o limeños, en los últimos veinte años al menos, el mercado ha crecido; ha habido un apogeo de la economía peruana, concretada en el consumo; la cultura burguesa ha sido, en términos de nivel de ingresos, más inclusiva con los sectores económicamente populares; y todo esto ha conllevado una ideología de “saberse de clase media”. Pero a esto se suma la actitud de buscar inclusión de parte de los sectores populares, de modo que se ha generado una ideología de modernidad en la mentalidad “plebeya”⁴.

Lo popular podemos entenderlo como los elementos socioculturales ampliamente extendidos en la población mayoritaria, porque ha sido creación popular y que les sirve como referente para representarse simbólicamente la realidad. Así, Sarita Colonia es popular, en el sentido de ser creación popular y un referente para quienes no pertenecen al espacio sociocultural de culto y devoción. El culto como tal ha desbordado sus propios límites religiosos para llegar a convertirse en un signo o referente comunicativo que intentar generar identificación entre segmentos sociales diferentes o económicamente distantes. Los gestores y creadores de este proceso han sido algunos sectores de la pequeño-burguesía limeña, entre académicos, intelectuales, periodistas, artistas plásticos, promotores culturales y otros agentes que representan una vanguardia cultural en nuestro país. Un país donde por cierto la cultura es muy poco importante para amplios segmentos de la población. Este proceso se da en constante flujo, a veces conflictivo, con los sectores populares, creadores de Sarita Colonia como culto religioso y signo de identificación y pretensión de autonomía o inclusión social.

Entre los sectores populares urbanos y los burgueses ilustrados peruanos existen claras diferencias en términos de estándar de vida, consumo de bienes y servicios, así como acceso a la educación formal. Siendo diferentes sus estilos de vida, hay entre estos dos sectores, también, una marcada diferencia en la perspectiva religiosa sobre la realidad. En los sectores populares urbanos esta es más bien ingenua, de manera que el curso de la vida del individuo se entiende como moralizado desde presencias místicas —Dios, Cristo, la Virgen María, los santos, etc.— que, invocadas ritualmente, colaboran en el encaminamiento de la vida de individuos, objetivamente incapaces de solucionar por sí mismos los dramáticos problemas económicos, morales, familiares, de violencia doméstica, criminalidad, etc. En los sectores burgueses ilustrados persisten ciertas formas de perspectiva religiosa de la realidad, debido a la educación formal, secularizante y crítica, con disciplinas humanísticas, sociológicas y artísticas, que contribuyen a una perspectiva crítica de lo humano como problema social y no religioso o sobrenatural. Y es en esto último —la crítica de

³ Entrevista personal con el antropólogo Huerta Mercado del 2 de abril de 2015.

⁴ *Loc. cit.*

lo social— donde estos segmentos socioculturales han hallado un filón para comunicarse con los sectores populares urbanos religiosos, expresando, así, una crítica a las limitaciones del Estado y la clase burguesa para comunicarse con estos segmentos populares.

Las primeras explicaciones de la popularidad del culto a Sarita Colonia daban un lugar a los medios de comunicación y a espacios intelectuales y artísticos, con sus alternativas utópica y disruptiva, ya mencionadas. Sin embargo, tenemos elementos para pensar que ya no es simplemente de lo que los medios, intelectuales y artistas, productores, reproductores, y transformadores y difusores de signos, ven de los sectores populares; ahora es lo que estos mismos agentes sociales y comunicativos ven sobre lo que *ellos mismos ven* de los sectores populares. Es como la producción de un lenguaje subsumido en otro; una suerte de lenguaje del lenguaje⁵. La realidad se ha transformado. Los niveles del discurso y de representación se mezclan; la distancia entre el sujeto que enuncia y el sujeto enunciado se ha acortado. El sujeto que enuncia se torna sujeto enunciado para otro sujeto que enuncia, intelectual, artista, periodista o devoto.

Pero hay algo más todavía: desdibujada la realidad centrada en el culto, que se ha desimpermeabilizado, esta ha tornado esponja que absorbe los enunciados de los sujetos investigadores o recreadores, así como sus personas o lo que significan sus personas, apropiándose los devotos de la legitimidad que otorgan los intelectuales, los medios y los artistas, al culto. El caso más notorio de esto es el de Hipólito Colonia, que legitima el culto de su hermana rescatando al estudioso del culto Gustavo Buntinx, o rescatando la pintura del artista plástico Enrique Polanco. Sarita ha tornado en una gramática y una semántica más o menos común entre periodistas, intelectuales, artistas y devotos; y todos ellos producen y reproducen este lenguaje a través del cual se comunican y comunican a la opinión pública.

Todo esto se comprende mejor si se entiende, desde la antropología, que la religión es un proceso social: Sarita, además de ser un fenómeno religioso, es la cara visible, icónica, de un proceso social —complejo— en el sentido más secular de la palabra. Se trata del proceso secular de construcción ideológica de identidades, complementario al del nacimiento de inéditos espacios sociales que se buscan un lugar en los intersticios de la sociedad, y se transforman ellos mismos, transformando las propias estructuras sociales.

Hemos venido utilizando el término “ícono”, cuyo concepto debemos entenderlo en el sentido de referente o significante muy concreto y visual —como la imagen o imágenes de Sarita— que señala una realidad más bien elusiva, un ideal que tiene lindes en lo utópico y eventuales implicancias políticas. Así, el “ícono” puede significar diversas cosas alternativas para los diversos sectores sociales, pero permite, sin embargo, un mínimo de comunicación e identidad entre dichos diversos segmentos de la sociedad; es un proceso que trasciende clases sociales, espacios étnicos o segmentos culturales. Sarita Colonia, planteo, es eso, un ícono, apertura a intenciones conativas, afectivas e identitarias; Sarita abre a un horizonte utópico.

Veamos a continuación algunas evidencias empíricas de lo que estamos planteando, presentando una suma de fuentes de datos, discursos, que lo sustentan.

4.1. Gustavo Buntinx y E.P.S. Huayco

Buntinx (1992; 1999), distinguido historiador y crítico de arte peruano estudia las relaciones entre el arte y la política, el arte y la violencia, el arte y la religión; fue miembro del Colectivo Sociedad Civil, que a través de manifestaciones públicas de resistencia contribuyó a evidenciar los intersticios sórdidos de la dictadura del presidente Fujimori, y finalmente a su derrocamiento por vías cívicas y pacíficas. Es importante mencionar esto, para entender las motivaciones que pueden dibujarse en el muy temprano interés de Buntinx por Sarita Colonia como producción popular. Buntinx compara el valor y la autoestima recuperados por el pueblo chicano

⁵ Por ejemplo, el propio discurso del presente texto, aunque no lo querríamos, es evidencia de esto.

con el efecto que sobre algunos sectores populares ha tenido la “fabulosa construcción mítica de Sarita”, con su inabarcable variedad de manifestaciones; e involucra aquí a “artistas de formación erudita que en apenas dos décadas (hasta fines de los noventa) han realizado casi un centenar de variaciones plásticas sobre la imagen de Sarita.”

Este historiador acaso sea el caso emblemático del pequeño-burgués ilustrado, que reconoce que el espacio intelectual, periodístico y de producción estética, ha contribuido a la popularización de Sarita Colonia, no en tanto culto religioso como en cuanto ícono cultural y hasta político. El ícono Sarita Colonia tiene implicancias políticas; es potencialmente político, potencialmente utópico pues refiere a una sociedad mejor para quienes adhieren a él. Así parece del propio discurso de Buntinx:

...ante el derrumbe de la política, la religión (*re-ligare*) y lo telúrico afloraron en el imaginario artístico como un aglutinante póstumo. Una emoción incierta que se anunciaba ya en las visitas conjuntas al mausoleo de Sarita Colonia realizadas entre agosto y octubre de 1980 por E.P.S. Huayco —como trabajo de campo, sin duda, pero también como inquietud espiritual. Una ambivalencia que se prolongó en la secuencia de grabados producidos entre febrero y abril de 1981 a partir de esa imagen despreciada y sacra. El propósito era generar una nueva carpeta serigráfica que fuera también un comienzo nuevo para el taller. Y para el país todo. Un *símbolo*, otra vez en el sentido etimológico de la palabra. Un milagro de reunificación. (Buntinx 2005: 124).

Una suma de obras vinculadas a Sarita Colonia produjeron los integrantes del colectivo impulsado por Buntinx; pero lo destacable fue el trabajo conjunto que produjo *Sarita Colonia*, en octubre de 1980, una obra sobre tarros de leche de unos 60m², colocada en una ladera arenada al sur de Lima, en el presente virtualmente carcomida por la herrumbre (Véase estampa cuadrículada, boceto de la obra, imagen 9).



IMAGEN 9 Sarita Colonia, estampa cuadrículada, boceto de la obra

Buntinx, fuente con autoridad académica y prospectiva utópica, es indispensable analista e intérprete de los medios de comunicación cuando estos informan sobre Sarita Colonia. Es decir, los no devotos, los que nunca han ido al cementerio del puerto del Callao, que no conocen a ningún devoto de la santita, que son de clase burguesa o altoburguesa, que ven televisión o leen periódicos, conocen de esta devoción religiosa, a través de la perspectiva de los medios, y del especialista académico, que con perspectiva utópica lee a Sarita, iconizándola. Pero además, decía, Buntinx a fines de los 90 remite a que artistas académicos ya han producido casi un centenar de variaciones sobre el ícono de Sarita, de modo que su persona, se ha difundido de una manera extraordinaria.

4.2. Proyecto editorial Sarita Cartonera y de Milagros Saldarriaga

Creado en el 2004, consiste en la edición barata de libros de literatura latinoamericana contemporánea, de manufactura artesanal, para venderse a muy bajo precio (menos de dos dólares). La creación, llevada a cabo por los egresados de la UNMSM, Milagros Saldarriaga y Tania Silva, nació inspirada en Eloísa Cartonera, editorial similar de Buenos Aires. Saldarriaga, actual directora de la Casa de la Literatura Peruana, cuenta que Julio César Vega, también egresado, propuso el nombre: “Ponerle un nombre que *pegue*, un nombre popular; y eso es Sarita.” Le pregunto si alguno de los fundadores era devoto del culto. Dice que en absoluto; pero que más bien, con la institucionalización de la editorial se vieron en la necesidad de reflexionar en torno al nombre; y “El nombre se convierte en un gancho (golpe de suerte) y da sentido también”. Le pregunto cuál es ese sentido. Responde: “La democratización del libro, como un horizonte de trabajo”.

Comparando el culto de Sarita con el proyecto, dice del primero que su feligresía era diversa, popular, señoras del mercado, taxistas; “...eso de lo que Hipólito no sé si quiere desprenderse, le parece quizás una reducción de interés por su hermana. [Pero] eso es lo que nos interesaba a nosotros, como lectoría; formar una lectoría múltiple”. Es decir, Saldarriaga sabe de la lógica de Hipólito Colonia, de quizá salir de lo popular en el sentido de lo pobre; pero que el proyecto quería esa diversidad.

Le pregunto a Saldarriaga si ha acudido donde Sarita Colonia: “Muchas veces. Yo soy atea; pero a ese sitio voy”. Continúa: “He ido a dejarle libros. Antes dejábamos los libros que publicábamos; los dejábamos sueltos, para que la gente los coja...”. Explica así esta “atea” la razón de sus visitas al mausoleo de Sarita:

Yo empecé a visitar a Sarita cuando empecé a trabajar en la editorial... Yo consideraba que parte del trabajo era conocerla... Con el tiempo fui a agradecer, a dedicar cosas... como una ofrenda. Es agradecimiento, porque fue un período de un aprendizaje importantísimo. Finalmente creo que reconocí al ícono (Entrevista 31 de marzo de 2015).

A qué se refiere con ícono: “A su dimensión social, a la gente ahí reunida”. Así, Saldarriaga, siendo atea, acude a hacer ofrendas donde Sarita Colonia. Es académica, pero ve en Sarita y su culto un ícono, término que fue expresado espontáneamente por ella en el diálogo, y que ella reconoce en su “dimensión social”. Objetivamente, con la producción editorial se difunde el ícono de Sarita, con dos logos, uno con la cara de Sarita; otro con el nombre ‘Sarita Cartonera’ y una aureola en la “s”. Intercambio de sentidos de los artífices del proyecto editorial y los devotos que hallan libros de literatura peruana a su alcance.

4.3. Mujeres que dejan huella, de Liliana Com

En el 2008, un concurso convocó a ilustradores, caricaturistas y artistas gráficos, organizado por la gestora cultural Liliana Com y el crítico de arte Jorge Villacorta, patrocinado por el Centro Cultural de España y el restaurante oriental Wa Lok. Consistió en representar en distintas técnicas a veinte mujeres del Perú, sin que se sugiriera ningún nombre. Se presentaron cincuenta y tres trabajos. Hubo premios para los tres primeros puestos, y seis menciones honrosas. De acuerdo a datos que me ofreció la propia Liliana Com, de los cincuenta y tres trabajos presentados, Sarita Colonia aparece en veintiuno. Además, Sarita Colonia aparece entre las veinte mujeres más representadas, junto a Santa Rosa de Lima, Chabuca Granda o Micaela Bastidas. Aparece representada en la obra del segundo premio y en una de mención honrosa. En esta última aparece con Santa Rosa de Lima, Chabuca Granda y Mama Ocllo, entre otras. Véase imagen 10.



IMAGEN 10 20 mujeres que dejan huella, de César Ayllón Espinoza, mención honrosa, acuarela sobre tinta, 60 x 40 cm

Además, durante la Feria Internacional del Libro 2008, los organizadores de este concurso extendieron una encuesta a 1.500 personas sobre las mujeres más importantes del Perú. Entre las 334 mujeres referidas por los votantes, Sarita Colonia ocupa el número 37.

A Com, gestora cultural, entre otras actividades que realiza, no le sorprendió la presencia redundante de Sarita Colonia entre las imágenes representadas. (Entrevista personal del 1 de abril de 2015).

4.4. Programa documental *Sucedió en el Perú*, “Serie Mujeres peruanas”, de Antonio Zapata y TVPerú Canal 7

A lo largo del 2009, inspirado por el concurso de Liliana Com, el importante programa de la televisora estatal, *Sucedió en el Perú*, conducido en ese tiempo por el connotado historiador Antonio Zapata, difundió una suma de veinte programas dedicados a las mujeres peruanas. Se registraron diecisiete mujeres y cinco grupos de mujeres (como la mujer prehispánica o las mujeres plebiscitarias). Entre las diecisiete mujeres, a quienes se dedicaron respectivos programas, se distinguieron Micaela Bastidas, mujer de Túpac Amaru II, y María Parado de Bellido, vindicadoras del proceso independentista peruano, Tilsa Tsuchiya, artista plástica, Blanca Varela, poeta, María Elena Moyano, lideresa civil asesinada por Sendero Luminoso, entre otras; y junto a ellas, Sarita Colonia. Este programa, en una versión conducida por otra persona, produjo en 2013 un nuevo programa sobre Sarita Colonia.

Importante es esta presencia de Sarita Colonia: muerta anónimamente a los 26 años, enterrada en una fosa común, de existencia biográfica intrascendente, gracias a la creación popular, plebeya, urbana, y la alianza propuesta desde al menos los años ochenta por el espacio académico de vanguardia cultural, compite con personajes históricos, políticos y religiosos y culturales trascendentes para el país.

4.5. Galería Delbarrio, de Gabriela Tineo

El 2014, con motivo del centenario del nacimiento de Sarita Colonia, la galería de arte Delbarrio, de Gabriela Tineo Sanguinetti, organizó, sugerida por el artista plástico Mario Mogrovejo, hacia setiembre de ese año, una exposición colectiva, 100 por la Sarit, con obras de alrededor de ochenta artistas visuales. En el texto de presentación de Tineo, ella dice que felizmente se deja atrás la idea de que lo local es menos y que hay un atrevimiento para crear conceptos propios de peruanidad desde lo interior, íntimo y anónimo; y continúa diciendo de Sarita lo siguiente:

...es sin duda un ícono representativo de este pensamiento, siendo la más popular de las santas outsiders, patrona de los pobres, los presos, las trabajadoras del hogar, los choferes, las prostitutas y un montón de otros peruanos, que buscamos reconfigurar estructuras y nos

apaciguamos en su generosidad social, que no amenaza con fuegos eternos, purgatorios o inframundos” (Entrevista personal).

Aquí hay unos elementos que remarcar: una peruanidad vista de modo optimista; elogio de lo popular y anónimo; el recurso al término ‘ícono’ y, además, Tineo se incluye a sí misma en esa suma de peruanos, entre choferes, prostitutas y presos, y apunta al horizonte de variar estructuras (¿sociales?) inspirada en la prodigalidad social de Sarita. Interpretamos este discurso como la expresión de un horizonte y perspectiva utópicas respecto de un futuro ¿mejor? estructurado.

Tineo nació en 1970; estudió en el colegio burgués Antonio Raimondi; vivió parte de su vida en Italia. En Lima trabajó desde muy temprano en el área de cooperación internacional de la embajada de Italia en el Perú. Esto le hizo conocer con profundidad el Perú, monitoreando proyectos de desarrollo. De padre ayacuchano de familia de hacendados, de madre de ascendencia italiana nacida en Jauja, en 2008 dejó de trabajar en la embajada. Decidió emprender la constitución de una galería de arte. Esta la constituyó desde el universo mitológico peruano visto desde el pop; como logo característico de su galería el artista Cherman diseñó un *ekeko*. Por qué Sarita: “Para mí Sarita Colonia es importante básicamente por el tema de la integración... Se representa a una migrante andina; que es el estereotipo de nuestra sociedad”. Preguntada por cómo conoció la existencia del culto, dice lo siguiente:

En la calle; el ícono de Sarita Colonia es un ícono repetido en la sociedad; pero en estratos efectivamente más bajos. La chicha [suerte de ritmo de cumbia peruana urbana] ahora por ejemplo la escuchas también en una fiesta en Casuarinas [zona altoburguesa de Lima], cosa que antes no ocurría... Lo mismo ha ocurrido con Sarita Colonia: ha ido moviéndose en espacios diferentes.

El sentido que Tineo le da al término ícono en su presentación es el de “Algo con lo que todos nos podamos sentir identificados, sin tener que diferenciar”. Ella critica el logo de la “marca Perú”⁶, creado por una empresa de *branding* sueca señalando que “Para mí es más representativa Sarita Colonia que el ícono que han hecho los suecos”. Frente al hecho de que los peruanos se sientan identificados con el referente Sarita Colonia, refiere que la exposición “sirvió de pretexto para este acercamiento”. Es decir, implícitamente Tineo se asume como gestora de integración, para lo cual se sirve del ícono, y lo difunde.

Tineo compara a Sarita Colonia con la beatita Melchora Saravia, sin que esta haya sido mencionada en la entrevista refiriéndose a Melchora como “fea”. ¿Por qué? Porque en la galería ella ha tenido una pintura de Pancho Guerra García, que la representa, y que no se ha podido vender; “y todos los que han venido acá, a la galería, me han dicho ‘¡qué fea!’; y eso que Pancho (Guerra) me dijo que ‘...y eso que yo la he hecho bastante linda’”.

Tineo no ha visitado nunca el mausoleo de Sarita Colonia. Así, su camino no va por algo a lo que pueda llamarse devoción o contacto corporal con los sectores populares, pero expresa el proceso del que estamos dando cuenta en este trabajo. Ella y su trabajo representan un aspecto de la “iconización” de la imagen y símbolo de Sarita Colonia difundiéndose y enlazando diversos sectores sociales⁷.

4.6. Producción plástica de “artistas de formación erudita”

⁶ “Marca Perú” es un signo diseñado en base a una de las emblemáticas líneas de Nazca el cual es utilizado para promocionar turística, comercial e industrialmente al Perú en el extranjero. Los *spots* publicitarios de “Marca Perú” se encuentran en Youtube.

⁷ “100 por La Sarita” está en setiembre de 2015 en el Museo Convento de Santo Domingo – Qorikancha, Cusco. Esto significa mayor difusión del ícono en el Sur Andino peruano, y fuera del país —por la enorme afluencia de turistas extranjeros en el Cusco— a través de los diversos artistas que han iconizado la imagen. (El testimonio de Gabriela Tineo, por Entrevista personal del 28 de marzo de 2015).

Los artistas plásticos de la exposición por los cien años de Delbarrio, son entre otros, Alfredo Márquez, Charo Noriega, Cristina Planas, Cherman, Fidel Barandiarán, Herbert Rodríguez, Jaime Romero, Enrique Polanco, Luz Letts, Mario Mogrovejo, Pancho Guerra García, Susana Torres y Daniel Bengoa. Es decir, artistas de notable convocatoria fuera del espacio popular, religioso, tradicional; apertura, entonces, para extender el ícono a espacios seculares, jóvenes, burgueses, modernos, releyéndose de aún más diversas maneras a Sarita Colonia, y reificándola como ícono de un ideal de integración, cuando no con ciertos matices de irreverencia y disrupción.

Rescato de los “artistas de formación erudita” —para usar el término de Buntinx—, a Daniel Bengoa (fotógrafo), Luz Letts, Susana Torres, Cherman y Enrique Polanco. A pesar de las enormes distancias entre estos, hay en ellos un mensaje de vindicación, de inclusión del ícono dentro del círculo de integrados; incluirla, rescatarla, redimirla póstumamente, al menos en la imagen. No pretendo hacer análisis iconológico; solo presento sus respectivas obras. En el catálogo *100 por la Sarita*, de la exposición, junto a la reproducción de las obras, aparecen frases de los artistas, a excepción de Polanco, que confirman su mensaje visual:

[A Daniel Bengoa], Bendita eres Sarita, fotografía digital (véase imagen 11) se suma esta frase: Sarita patrona de los reclusos, patrona del pobre, santa no canonizada por la iglesia católica, pero una de las más seguidas en nuestras tierras, ella es como el pueblo, por eso que está desnuda como sus seguidores, como los que oran por ella, solo se la identifica por las túnicas de una virgen pero igual sigues siendo pura y transparente como el pueblo que te venera. (Catálogo *100 por La Sarita*, exposición de arte).



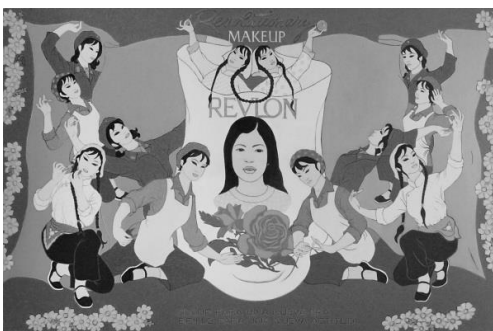
**IMAGEN 11 Bendita eres
Sarita, de Daniel Bengoa,
Fotografía digital, 110 x 60 cm**

[A Luz Letts], En las nubes, acrílico y témpera sobre lienzo (véase imagen 12) se suma lo siguiente: Nuestros 3 súperpoderosos del cielo: Sarita, Santa Rosa y San Martín, celebrando juntos en una acogedora nube el cumpleaños 100 de nuestra más joven Santa de los marginales, nuestra Santa de los no tan santos, aquí presentes, ciudadanos de nuestro país legendariamente sabio y asombrosamente joven.



**IMAGEN 12 En las nubes, de Luz Letts,
Acrílico y témpera sobre lienzo,
60 x 80 cm**

[A Susana Torres], Revlon Revolutionary 2004, Acrílico sobre lienzo (véase imagen 13), se suma lo siguiente: El culto a la personalidad vs. La imagen de culto. Todos necesitamos algo en que creer y alguien en quien creer. El problema es cuando se ama o admira ciegamente. Cuando dejamos de ser mujeres para ser solo devotas. Las mujeres invisibles volverán al espejo cuando aprendan a mirarse y mimarse como una forma más de hacer patria. El labial como arma: para salvar vidas y almas”.



**IMAGEN 13 Revlon Revolutionary,
De Susana Torres, Acrílico sobre lienzo,
130 x 200 cm aprox.**

[A Cherman], La Sarita, ilustración vectorial (véase imagen 14), se suma lo siguiente: Mi inserción en el mundo de la cultura se lo debo en parte a la movida de los 90s, mucho más luego de oír el disco Sarita Colonia de Los Mojarras, desde aquel entonces no volví a ser el mismo, me metí de lleno a la movida diske kontrakultural y social, inicialmente entre El Agustino, el centro de Lima y Barranco. Desde aquel entonces le debía mucho a este íkono, mi intención fue darle una konnotación popular entre lo moderno y el recurso sencillo del komik mezkklada kon una frase ke bordea las impaktantes kampañas gráfikas de bárbara Kruger”.



**IMAGEN 14 La Sarita,
de Cherman, ilustración vectorial,
56 x 43 cm**

De Enrique Polanco, *Trilogía*, acrílico sobre acuarela (véase imagen 8), se conoce el veto que sufrió su obra en una exposición dedicada a Santa Rosa de Lima, en la Basílica Catedral de Lima, en 1995. Un día antes de la inauguración se ordenó descolgar el cuadro. En carta abierta a una revista local el artista refirió lo siguiente:

El motivo aparente parece ser la presencia en mi cuadro de Sara Colonia, Sarita para los cientos de miles de gentes que hemos sabido respetar lo que fue su vida, un gran acto de caridad cristiana, vida ejemplar que parece asustar a las altas autoridades eclesiásticas.

A estos artistas plásticos habría que sumar a Moico Yaker; un óleo de gran formato titulado *Tendido*, de la serie Auto de Fe, hace aparecer a un sacerdote dominico dándole un beso a Francisco Bolognesi, y a dos damas del siglo XVIII, entre las cuales aparecen Santa Rosa de Lima y Sarita Colonia (véase imagen 15).



**IMAGEN 15 Tendido,
de Moico Yaker, óleo
de gran formato**

La obra de Bengoa con una Sarita semidesnuda puede recordar la desnudez de San Francisco de Asís que remitía a la pobreza; pero también a la humanidad edénica, antes del pecado original; su texto se centra en el pobre. La de Letts es un canto a la inclusión total: Santa Rosa de

Lima y San Martín de Porres llevan a Sarita a los cielos; es una suerte de ascensión; es entrar por la puerta grande al cielo de la integración. Su texto vindica a los marginales. La de Susana Torres involucra a la santita en el espacio central de los símbolos patrios: ella reemplaza al escudo nacional dentro de la bandera patria; Sarita es blanca, rosada; está maquillada. Su texto es un canto a Sarita como modelo de la inclusión-liberación-autonomía de las mujeres pobres. La de Cherman es un *aggiornamento* del ícono de Sarita, disponiéndola como heroína de un cómic. Su texto pretende autonomía desde la contracultura. La de Polanco remite a una Sarita Colonia canonizada; está “dentro” de la Iglesia. La de Yaker es una Sarita aún medio intrusa, pero al lado de Santa Rosa de Lima.

4.7. Producción televisiva y musical vinculada a Sarita Colonia

Como ya se mencionó, con ocasión del centenario de Sarita Colonia en el 2014, la prensa y la televisión hicieron una serie de reportajes especiales recordándola y dándola a conocer. El diario *El Comercio*, por ejemplo, le dedicó su portada y un amplio reportaje en su revista semanal *Somos* (N°1420, del 22 de febrero de 2014). No es casual que la frase de la portada sea: “Por la Sarita. El mito, la devoción y la imagen icónica de la ‘santa’ popular, a 100 años de su nacimiento”. Es decir, se destacan todos los elementos estereotípicos de la representación burguesa del personaje: el mito, la imagen icónica y la palabra santa entrecomillada. Y la frase “Por la Sarita”, que es el supuesto típico mentar a la santa para hacer juramentos en los sectores populares. Y en el interior, una entrevista, entre otros segmentos, a Gustavo Buntinx, con un título tomado del propio historiador, “Sarita es un símbolo de peruanidad nueva”: nuevamente utopía, prospectiva, iconización de la integración de los peruanos en una innovadora noción de la peruanidad popular. Pero a lo largo de la formación del ícono, la prensa no ha tenido relaciones tan avenidas con los sectores de donde originalmente nació el culto. La evidencia es la crítica de Hipólito Colonia ya referida, y sobre la cual en su pequeña biografía ofrece más datos de la prensa a la que critica por oprobios contra su hermana.

La televisión, además de reportajes diversos al culto, no ha sido ajena a Sarita Colonia como reproductora o difusora del ícono: *Por la Sarita* fue una miniserie producida por Michelle Alexander, productora de telenovelas y miniseries exitosas en el Perú, de veinticinco capítulos, que se difundió en el 2007. *Sarita Colonia*, producida por Michel Gomez, también exitoso productor, la antecedió; fue propalada en el 2001. La serie televisiva *Los del Solar*, de 2005, hacía aparecer en la puerta de la casa de los protagonistas una estampa de Sarita Colonia. Ya no hay series o miniseries, como *Gamboa*, de los años ochenta (véase más arriba), traído a la memoria por Huerta Mercado, que caricaturizan lo popular pobre identificándolo con lo delincuencial y con el culto de Sarita Colonia. La televisión se ha conciliado con lo popular y con Sarita.

Luego, en producción musical, solo mencionar a dos grupos de rock fusión peruanos vinculados profundamente con el ícono: *Los Mojarras*, conocidos por la canción “Sarita Colonia”, y su álbum debut del mismo nombre, producido tempranamente, en 1992, precisamente cuando empieza a escribirse desde las ciencias sociales sobre este tema. Luego, *La Sarita*, nacido en 1998, cuyo nombre remite a los valores de los devotos del culto. Sin embargo, debe decirse que ambos grupos son más bien de origen popular, que medianoburgueses, si bien estos grupos han sido consumidos por clases medias. Hay en otros ritmos musicales, especialmente cumbia o chicha, diversas agrupaciones que cantan a la santita.

En este espacio refiero el documental sobre Sarita Colonia de producción de Judith Vélez, presentado entre otros lugares en el Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica del Perú, con la asistencia de los hermanos y sobrinos de la santita. En este espacio, como en muchos otros, acontece que lo popular encuentra una validación del culto religioso en un contexto de intelectuales, académicos, cineastas, artistas. Mientras que, de otro lado, lo intelectual, valida su investigación o producción en la promoción y difusión artística y mediática del culto. A esto lo podemos considerar una especie de “reciprocidad de capitales simbólicos”.

Pero también el ícono se ha comercializado. La marca de bebidas gaseosas más popular del Perú, Inca Kola, involucró en el 2007 la imagen de la santita en una propaganda televisiva, donde introduce la frase “somos un país de fe”, al tiempo que se muestran varios íconos de la santita, uno de los cuales es el de Cherman, estampado en la camiseta de una modelo. De otro lado, Britt Shop Perú, en su tienda del aeropuerto internacional Jorge Chávez, del Callao, hacia el 2007 vendía cojines estampados con la imagen de Sarita Colonia —no está lejos el día en que Britt Shop Perú vendía llaveros con el ícono de Sarita, como lo hace con llamitas, o Machu Picchu—. Los casos pueden multiplicarse.

4.8. *Sarita Colonia viene volando*, de Eduardo González Viaña

El escritor González Viaña publicó en 1990 la novela *Sarita Colonia viene volando*, suerte de suma de versiones de personajes ficticios, algunos con nombres de personas reales, de carácter más bien onírico, de experiencias vinculadas con Sarita Colonia. Al respecto, Romina Gatti escribió en 2009 una tesis de licenciatura sobre esta novela. Gatti intenta conocer qué tipo de novela se había construido desde el hecho real del culto a Sarita Colonia. Y para eso toma como referente escritos píos de la época medieval, para echar luz sobre la intencionalidad del autor de la novela. Así, la tesis compara las motivaciones de esta con las hagiografías de santos medievales: “El objetivo del trabajo era demostrar que la obra intentaba una reivindicación, como las hagiografías medievales, de la santa, pero como sujeto marginal. A diferencia de las hagiografías de los santos, era la santa como sujeto marginal.” (Entrevista personal de 1 de abril de 2015). En términos de Gatti:

[El autor trata de]... amoldar al lector al modelo de la santa, no como santa, sino como individuo marginal; hacer participar al lector, que es este individuo de clase media obviamente o clase alta, de la realidad de la marginalidad, de hacerlo comulgar con ello [...] Es una novela con intenciones adoctrinadoras muy fuertes; muy contagiada del realismo mágico. Tiene un afán reivindicativo muy fuerte. Por eso hice el vínculo con la hagiografía; solo que ya no es una reivindicación religiosa, sino que es una reivindicación social. (Entrevista personal de 2 de abril de 2015).

En ese sentido la santa es solo una excusa de lo sustantivo:

Sarita Colonia viene volando ha sido escrita desde una perspectiva monológica, lo que implica que en ella se plasma una ideología correcta por encima de una ideología incorrecta. Dado el deseo de reivindicación que he establecido como primer motor de la novela, la corrección radica en la empatía con la realidad marginal. La creencia en Sarita, en cambio, es relegada y entendida como parte del contexto cultural de la comunidad de prácticas retratada, y ya no como una verdad que el lector deba asumir. (Gatti 2009: 23).

Esta crítica literaria a una obra de ficción, entiendo, practica en otro plano lo que la antropología hace con los actores sociales, no del culto, sino del espacio intelectual y artístico. González Viaña, desde la ficción, recrea ficcionalmente el ícono. Así, refiriéndose al novelista, el antropólogo Huerta señala que, “...gracias a él se disparó todo el interés académico por Sarita Colonia... Se volvió una moda... González Viaña lleva a la literatura lo que todos estaban haciendo en esos momentos en las ciencias sociales”.

III. Tercera parte: “Conclusiones” abiertas

El culto de Sarita Colonia ha significado un camino desde inicios espontáneos, familiares, domésticos, desarticulados, populares y aún marginales, en el sentido de culto de los pobres, escasamente integrados económica, laboral, social y culturalmente a la sociedad mayor y a sus

procesos más amplios. En tal sentido hay, a través del culto y la iconización de su principal símbolo, un intento de apropiación de la modernidad por parte de segmentos populares pobres urbanos. Un indicador de este proceso sería la creación del rasgo “*Sarita es blanca*”, de amplia difusión entre los devotos.

Hacia los años ochenta, la prensa y la televisión proyectaban sobre el culto, mayormente, bazaría y marginalidad, de manera que en espacios no populares el culto era percibido como síntoma de marginalidad. Por parte de los sectores “ilustrados” de la sociedad, desde los años noventa hay mayor institucionalización en la aceptación y popularidad del tema de Sarita Colonia. Sarita “migra” fuera de los espacios y sectores populares, dando, en ocasiones, la sensación de banalización de su imagen (es el caso de Ortiz 1990). Lo que empezó a ocurrir, en realidad, fue el proceso de iconización de Sarita Colonia. Proceso que puede ser ejemplificado en el caso de E.P.S. Huayco como la primera instancia de relectura intelectual del ícono desde el espacio “pequeño-burgués” ilustrado, intelectual y artístico. El resultado, la proyección de una utopía en un lenguaje “quasipolítico” o de proyecciones sociales.

Algunos estudiosos del tema, en los años noventa rescataron aspectos “bizarros” del culto, no con el fin de denostarlo, sino de elogiar la autonomía, insistiendo en lo marginal, popularizando más aún el culto, lo cual supuso una réplica impresa de un promotor del mismo, el hermano de Sarita Colonia, Hipólito Colonia. En él hay una protesta y el argumento de la inclusividad y canto al éxito y la integración sociales desde el pobre, así como la reafirmación de una creación de origen popular, capitalizando para ello el discurso de algunos intelectuales y artistas plásticos. Estos también idealizan a Sarita o proyectan utópicamente un ideal que los sectores medios y altos no tienen: “no fue rica ni famosa”. Sucede así que el personaje, desde orígenes “salvajes”, es “civilizado” por aquellos, y a los que en los inicios del 2000 se suma el periodismo (pensar en los conceptos de “sagrado salvaje” y “sagrado domesticado”, de R. Bastide).

Se genera una suerte de mutua apropiación simbólica: los sectores populares se apropian de la modernidad “blanqueando” a Sarita y haciéndose apreciar por los sectores pequeño-burgueses ilustrados de vanguardia, de manera que se autoperciben con una aún mayor autoestima; los sectores pequeño-burgueses se apropian de Sarita convirtiéndola en ícono de lo popular (domesticando lo popular) y aún de una nueva peruanidad. Es más, el mercado también ha jugado su papel en esta apropiación (producción televisiva de novelas y miniseries; propaganda de refrescos). Según Huerta Mercado:

Poco a poco ha sido apropiado, ya no como ícono religioso, sino como un ícono que da distinción, porque quiere decir ‘¡ah!, yo sé apreciar lo que es la cultura popular’; me incluyo yo también como intelectual... Apropiarse de los íconos desde abajo, por parte de los antropólogos, por parte de los artistas, les implica sensibilidad. Entonces, Sarita ha sido muy apropiada por el arte. (Entrevista personal del 2 de abril de 2015).

Civilizado o domesticado lo popular, cuando lo chicha ya no es amenazante, cuando ya no es imagen de culto, el ícono entra a la galería en forma de obra de arte, como ícono, secular, de lo popular integrado o integrador —donde no ha entrado y previsiblemente no entrará sino en varias decenas de años más, es en el espacio religioso institucional católico; más aún el conservador—. Sarita Colonia —usando una figura retórica— ha sabido inmiscuirse dentro de la sociedad para formar parte de la semántica y las significaciones de los procesos sociales, no solo dentro de la cultura popular, sino dentro de la cultura en general, y en especial en el espacio público de las significaciones.

Bibliografía

Buntinx, Gustavo. 1992. "De ícono religioso a héroe cultural". (Conferencia-performance presentada en el Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia en 1992 y en 1999 versión ampliada). *FAS Harvard*. Web. 22 Ene. 2002.

_____. 2005. "E.P.S. Huayco. Documentos". *100 por La Sarita. 5^{to} Aniversario Delbarrio*. Lima: Centro Cultural de España, IFEA, Museo de Arte de Lima.

Colonia Zambrano, Hipólito. 1999. *Sarita Colonia Zambrano, una biografía familiar*. Lima.

Entrevista personal. 2015. *Entrevista sobre Sarita Colonia*. Entrevista del 28 de marzo a Gabriela Tineo Sanguinetti.

Entrevista personal. 2015. *Entrevista sobre Sarita Colonia*. Entrevista del 30 de marzo a Milagros Saldarriaga.

Entrevista personal. 2015. *Entrevista sobre Sarita Colonia*. Entrevista del 1 de abril a Romina Gatti.

Entrevista personal. 2015. *Entrevista sobre Sarita Colonia*. Entrevista del 2 de abril a Alex Huerta Mercado.

Entrevista personal. 2015. *Entrevista sobre Sarita Colonia*. Entrevista del 1 de abril a Liliana Com.

Franco, Carlos. 1991. "Sarita Colonia o los 'cholos' invaden el cielo". *La otra modernidad. Imágenes de la sociedad peruana*. Lima: CEDEP. 111-127.

Gatti, Romina. 2009. "*Lo sagrado para los profanos: Sarita Colonia viene volando de Eduardo González Viaña*". Tesis para optar por el título de Licenciada en Literatura Hispanoamericana, Pontificia Universidad Católica del Perú.

Hernández Lefranc, Harold. 2003. "Una lectura antropológica del librito 'Sarita Colonia Zambrano, una biografía familiar', escrito por su hermano, Hipólito Colonia Zambrano." *Socialismo y Participación* 95: 43-55.

_____. 2007. "Sarita Colonia: estetización del ícono y uso de imágenes ¿para la autonomía cultural?". *Investigaciones Sociales* 19: 55-68.

_____. 2002. "Sarita Colonia: una santa emergente". *Punto de equilibrio* 76: 52-53.

_____. 2004. "La beatita de Humay." *Para entender la religión en el Perú*. Comp. Sánchez, José, Manuel Marzal y Catalina Romero. Lima: PUCP. 151-181.

Ortiz Rescaniere, Alejandro. 1990. "Expresiones religiosas marginales: el caso de Sarita Colonia". *Pobreza Urbana: interrelaciones económicas y marginalidad religiosa*. Valcárcel, Marcel Comp. Lima: PUCP. 169-201.

Portocarrero, Gonzalo. 1993. "Un mediodía con Sarita". *Los nuevos limeños. Sueños, fervores y caminos en el mundo popular*. Ed. TEMPO. Lima: SUR / TAFOS. 177-183.

Quiroz Rojas, Ana María. 1993. "Cuando Dios dijo que no, Sarita dijo quién sabe". *Los nuevos limeños. Sueños, fervores y caminos en el mundo popular*. Ed. TEMPO. Lima: SUR / TAFOS. 143-160.