

Pontificia Universidad Católica del Perú

Facultad de Letras y Ciencias Humanas



Hijos del destierro: migración, consumo y fragmentación
en el discurso de Los Mojarras

Tesis

Para optar por el grado de licenciado
en Lingüística y Literatura con mención en
Literatura Hispánica

Por

Mariano Daniel Vargas Vilca

Asesor:

Dr. Víctor Vich

Lima

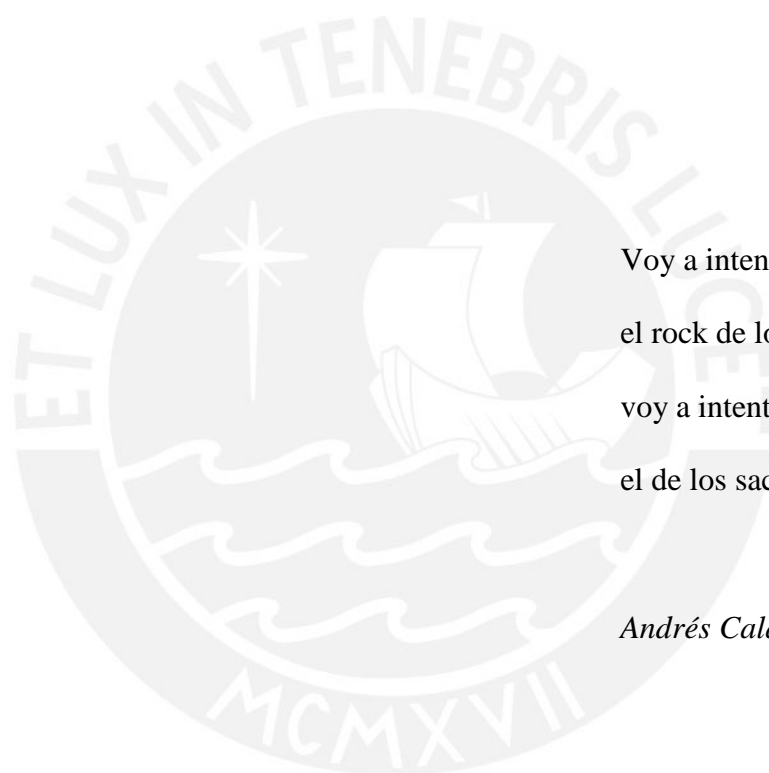
julio de 2008

Índice

Introducción.....	5
Entre lo propio y lo ajeno: reivindicaciones sociales en el consumo cultural.....	2
Triciclos y tonos pro: sistemas comerciales y financieros paralelos para un consumo alternativo.....	22
Violencia drogas y sexo: disgregaciones sociales en la sociedad de consumo.....	36
Conclusiones.....	49
Anexo.....	54



Para mis padres



Voy a intentar escribir
el rock de los vicios;
voy a intentar escribir
el de los sacrificios.

Andrés Calamaro

1. Introducción

La década de 1980 llegaba a su fin y con ello se abría paso a uno de los períodos más particulares de la historia republicana: se imponía el modelo económico neoliberal y Lima empezaba a verse inundada con productos culturales de todo el mundo, mientras en los barrios populares celebraban fiestas patronales con aires de provincia. En medio de todo ello, nace una de las bandas de rock más auténticas del medio: *Los Mojarras*. Esta agrupación, consolidada hacia los inicios de la última década del siglo XX, marca su estilo musical sobre la fusión del rock con la chicha, el huaino y la saya, entre otras vertientes locales. Ello significó un intento por construir una identidad multicultural, donde el rock no eclipsara a las demás vertientes musicales de carácter local, sino que se convirtiera en el hilo conductor que las situara sobre el relieve.

Si bien es cierto, el denominado rock-fusión ya había establecido nexos con ritmos andinos y se habían formado grupos como Polen y Del Pueblo que incluían zampoña, quena y charango en su repertorio, *Los Mojarras* llevaron ese primer experimento multicultural a escala nacional. A partir de su incursión en la telenovela Los de arriba y los de abajo, que tuvo difusión masiva a mediados de la década de 1990, podemos hablar de una irradiación cultural, no solo hacia los sectores sociales emergentes que consumían sus producciones, sino hacia todo el territorio nacional, creando los primeros cimientos de una cultura local claramente deslocalizada.

Cuando decimos que una cultura se deslocaliza, nos referimos a que esta promueve sus producciones más allá de sus límites geográficos. Un claro ejemplo de ello es la procesión del Señor de los Milagros celebrada en Nueva York o, en el otro lado de la moneda, el consumo de una hamburguesa McDonalds servida con salsa de huancaina. Esto quiere decir que muchas producciones culturales locales se desarrollan

fuera de su ámbito territorial y, por lo tanto, se deslocalizan. De este modo, *Los Mojarras* desterritorializan los ritmos musicales de la cultura local y los envuelven en una presentación de *hard rock*, lo cual representa un intento por legitimar los estilos musicales locales a través de su flujo en un género con identidad transnacional.

Esto me lleva a plantear la siguiente interrogante: ¿cómo se representa la identidad nacional? Para entenderlo en términos territoriales, la nacionalidad sería la condición y el carácter peculiar de los pueblos y habitantes de una nación dentro de los límites geográficos que esta posea. Sin embargo, esa definición aún se muestra muy básica y dice poco o nada sobre el problema que me he planteado. En este ensayo, trataré de responder a esa pregunta desde la óptica del consumo. En dicho sentido, sostengo que el sujeto representado en las canciones de *Los Mojarras* construye su identidad a partir de ciertas marcas que otorga dicho consumo. Asimismo, cabe indicar que el presente ensayo analizará el discurso emitido por esta agrupación desde la opción interdisciplinaria que ha traído la nueva teoría crítica.

Considero importante estudiar las producciones de una banda de rock porque este, probablemente, sea la expresión más significativa de la “primera generación global”. Su versión subterránea se establece como un medio de protesta en todo el mundo y permite expresar reivindicaciones frente al Estado. Dichas protestas, por lo general, se erigen en contra de las circunstancias y contradicciones que se dan en el lugar de origen, por lo que el rock ayuda a fortalecer el sentido de identidad y autonomía local. La adaptación de este género a las vertientes locales lo convierte en la base para la construcción de nuevas subjetividades y en parte sustancial de la memoria colectiva de una generación (Huber 47-49).

En correlación con lo anterior, considero que el estudio de *Los Mojarras* es ideal para ahondar en la problemática de la identidad nacional, ya que se trata de una

agrupación de rock subterráneo formado por jóvenes de El Agustino y en permanente contacto con la cultura popular y la transnacional. En las letras de sus canciones, encontramos el relato social de una época decisiva en la historia del Perú republicano: fines del siglo XX. En medio de un clima político que empezaba a sentar las bases de una economía neoliberal y un Estado convulsionado por la guerra interna, *Los Mojarras* producían un discurso que expresaba reivindicaciones sociales y, a la vez, denuncias contra el orden social, político y económico. Se trata de la emergencia de una nueva subjetividad que conviene analizar.

Por otro lado, hablar de identidades significa hablar de construcciones culturales que dependen de diversas variables. Concebir las identidades como una línea continua de evolución es un error en la comprensión del concepto. Ellas no se mantienen fijas de acuerdo con ejes temporales ni geográficos. La identidad se formula en un laboratorio donde el individuo ensaya diversos modos de ser él mismo. Supone una representación que goza de aceptación social y que, por lo tanto, tiene poder y consigue estabilizarse. El sujeto construye su identidad a partir de ciertas pertenencias que asume y que se reconfiguran a cada instante. En concreto, la identidad de un individuo depende del medio en el que se desenvuelva, de los intereses que persiga y de las culturas a las cuales crea pertenecer.

Para entender al sujeto contemporáneo, es preciso ubicarlo dentro del nuevo orden: la globalización. En ella, la producción ya no se encuentra organizada en estados territoriales, sino por corporaciones transnacionales que no se encuentran atadas a ninguna cultura en particular. Así mismo, la globalización “no solo genera transformaciones cuantitativas en el ámbito de la economía, sino también cualitativas en el ámbito de la producción cultural” (Huber 12). Lo que se globaliza no es únicamente el orden económico o político, sino también los comportamientos: los

patrones sociales y las prácticas culturales. Ante esta situación, las culturas no occidentales desarrollan su capacidad para modelar las importaciones culturales a su contexto y darles un significado diferente. Es decir, se hibridizan: en vez de absorberlas pasivamente, las adecuan a sus intereses locales y producen una nueva cultura, que será objeto de representación en el discurso de *Los Mojarras*.

El resultado de todo este proceso de importaciones, asimilaciones y transformaciones culturales es una nueva subjetividad, que se define por su capacidad de movilización cultural. El nuevo sujeto limeño, categoría con que nombro al sujeto representado por *Los Mojarras*, no es migrante, sino hijo o nieto de este. Su principal característica radica en la lucha por reivindicar su herencia andina y en su versatilidad para interactuar con los nuevos elementos transnacionales que, por primera vez, aparecen en su entorno.

Para analizar el discurso de esta banda de rock, citaré paulatinamente fragmentos de varias canciones que pertenecen a sus tres primeros discos: Sarita Colonia (1992), Ruidos en la ciudad (1994) y Ópera salvaje para tribus urbanas (1995). El análisis textual de estos fragmentos se realizará bajo la óptica interdisciplinaria de la nueva teoría crítica. Básicamente, los dos grandes pilares sobre los que se sostiene esta argumentación son la teoría del consumo y la teoría de la migración en el Perú. Adicionalmente, me apoyo en estudios sobre el comercio informal, las luchas por la ciudadanía y las nuevas subjetividades del sujeto limeño.

Si es un error pensar al individuo como un ser homogéneo que configura su identidad de acuerdo con patrones culturales únicos a los cuales pertenecería, entonces ¿cómo pensaremos al ciudadano contemporáneo?, ¿cómo es posible entender la ciudadanía en un mundo globalizado? ¿Es posible ser peruano y a la vez construir una identidad modelada por el cine norteamericano? Estas son algunas de las cuestiones que

planteo a partir del análisis del discurso producido por *Los Mojarras* en sus canciones hacia las postrimerías del siglo XX.



2. Entre lo propio y lo ajeno: reivindicaciones sociales en el consumo cultural

Un instrumento útil para entender las subjetividades contemporáneas es hurgar en las marcas que el consumo le otorga al sujeto para la construcción de su identidad. En un mundo donde la tecnología ha creado espacios para la ostentación de la diversidad cultural y donde se facilita su libre tránsito, el consumo se vuelve importante porque revela las elecciones del sujeto; aquello que el sujeto elige es, por tanto, una herramienta para la construcción de su propia identidad. Sin embargo, dichas elecciones no son, enteramente, producto del libre albedrío de aquel, puesto que está “sujeto” a la oferta que el mercado impone. El individuo debe elegir dentro de la gama de posibilidades que se le ofrece.

Como señalé en la introducción, concebir la ciudadanía en términos territoriales es sesgar mucho del nuevo material que el sujeto emplea para la construcción de su identidad. En la actualidad, la ciudadanía tiene que ver con prácticas sociales y culturales que dan sentido de pertenencia. Dicha pertenencia se mide más en torno al consumo de bienes y servicios que en los sentimientos tejidos alrededor de la patria o el territorio. Por lo tanto, habría que redefinir el sentido de pertenencia e identidad y evaluarlos de acuerdo con los patrones de consumo contemporáneos.

Asimismo, habría que entender que las pertenencias culturales no están ancladas a esencialismos territoriales. Los grupos sociales se apropian de materiales simbólicos que no provienen, en primera instancia, de su territorio, pero que llega a ellos a través del mercado y la publicidad. En vez de comparar culturas como si fueran sistemas preexistentes y compactos, se trata de prestar atención a las mezclas y malentendidos que vinculan a los grupos sociales. Para entender cada grupo hay que describir cómo se

apropia de ese material simbólico y cómo lo reinterpreta en su cotidianeidad (Canclini, Diferentes 21)

A partir de la apropiación de bienes y servicios, y el consumo de ellos se define lo que consideramos valioso, lo que nos identifica en cierto modo. El estilo de vestirse, la forma de llevar el cabello y hasta los modismos lingüísticos son marcas de identidad que provee el mercado, donde lo local se redefine frente a nuevos elementos transnacionales con los que entra a negociar. Como veremos en un fragmento de la canción “Humareda” del álbum Ópera salvaje para tribus urbanas, *Los Mojarras* intentan ofrecer una visión sobre el ejercicio de una identidad ciudadana que rebasa los límites territoriales para configurar un nuevo individuo que es capaz de disfrutar tanto de los productos de la cultura local como de los de la global:

He bebido del moliente de La Parada
al que llaman cariñosamente
calientito.
He bebido también del güisqui
el más fino y exquisito.

En este fragmento, aparece un elemento importante: el “calientito”. Se trata de una bebida alcohólica de raíz andina preparada a base de una infusión de hierbas locales con aguardiente de caña o pisco. Frente a esta bebida tradicional, se sitúa al güisqui, licor que se obtiene de algunos granos al destilar un compuesto amiláceo en estado de fermentación. Tenemos, pues, dos licores con diferentes especificidades. Mientras el “calientito” es un preparado de mate con aguardiente local, el güisqui es un destilado puro sin otro elemento que reduzca su contenido alcohólico.

Ello, en principio, nos habla de mestizaje. Ambas poseen contenido alcohólico, pero solo el calentito es una bebida en sí fusionada. Con ello, el nuevo sujeto limeño puede estar aludiendo a una de las características principales del mundo cultural peruano: la mezcla de distintos productos. Por un lado, las hierbas andinas, en cuyo aroma siembra sus anhelos el nuevo sujeto limeño. Y por otro lado, el pisco, un licor de raíces netamente costeñas, emparentado con la cultura occidental por el proceso de destilación.

Cuando el sujeto representado equipara el disfrute del “calentito” con el del güisqui, lo que está haciendo es equiparar productos culturales “propios” y “ajenos”. Con ello se evidencia un intento, no solo por redefinir una identidad nacional multicultural, sino una lucha por el reconocimiento social y cultural del “calentito”, ya que lo representa potencialmente tan exquisito como el propio güisqui.

Como vemos, este discurso plantea emprender una lucha por el reconocimiento de la cultura local —representada por el calentito— al parangonarla en exquisitez con el güisqui, que en sí posee connotaciones claramente cosmopolitas. Esta acción del sujeto indica “el estado de la lucha por el reconocimiento de los otros como sujetos ‘intereses válidos’, valores pertinentes y demandas legítimas” (Canclini, Consumidores 20). Equiparar el disfrute de ambas bebidas es equiparar sus connotaciones culturales y sociales. Detrás de todo ello, se tiene la intención de hacer posible el reconocimiento social de aquellos sujetos portadores de la cultura popular. Es decir, se representa al nuevo sujeto limeño que pugna por alcanzar el reconocimiento social y cultural, y lo hace estableciendo un paralelo entre la herencia cultural andina y la cultura occidental moderna.

El debate en torno a la ciudadanía es hoy uno de los más enérgicos, tanto para los foros académicos, como para los sociopolíticos. Tradicionalmente, la concepción

básica de ciudadanía reconoce tres dimensiones: la civil, que garantiza los derechos civiles y las libertades personales dentro del límite territorial; la política, que garantiza el derecho al voto y la participación; y la social, que se refiere a los derechos al bienestar. Ante este concepto, circunscrito a una territorialidad, emerge una cuarta dimensión que ha venido cobrando cada vez mayores significaciones: la cultural. Esta última dimensión está estrechamente relacionada con el mundo juvenil, en donde el sujeto se define a sí mismo por la pertenencia a algo. O, como señala Rossana Reguillo, “para la mayoría de los jóvenes, la ciudadanía se define en la práctica, se trata de una concepción activa que se define en el hacer” (160). De este modo, el nuevo sujeto limeño define su ciudadanía a partir de la práctica cultural del consumo alternado de güisqui y “calientito”.

La ciudadanía tiene que ver con las prácticas sociales y culturales que dan sentido de pertenencia. Para el sujeto representado, el moliente de La Parada tiene tras de sí a la herencia cultural aportada por sus padres y abuelos migrantes. Y la opción del goce por el güisqui representa la cultura aprendida en el mundo globalizado. No se niega el pasado histórico por el consumo de un bien transnacional ni se homogeneiza la opción cultural; así como tampoco se asume una postura fundamentalista ni se niega toda influencia extranacional. El nuevo sujeto limeño es ecléctico: bebe de la tradición local negociando con el fenómeno global. Se trata de un nuevo sujeto “que maneja una pluralidad de códigos que pese a ingresar en un solo rumbo discursivo no solo no se confunden sino que preservan en buena parte su propia autonomía” (Cornejo-Polar 842).

Asimismo, las luchas por la ciudadanía se enmarcan en la necesidad de exigir un reconocimiento legal igualitario y en establecer demandas simbólicas referidas a la especificidad de las identidades culturales (Vich 338). Y, en el caso del fragmento

analizado, ese marco lo otorga el consumo, pues el mercado provee los símbolos para la construcción de la identidad. Ello supone reconcebir el consumo como una “estrategia política”, en tanto reivindica los derechos de acceder al sistema sociopolítico.

En el fragmento analizado, se representa a un sujeto que consume güisqui como una suerte de estrategia que le permita insertar al “calientito” en el mismo mercado, creando, de este modo, la posibilidad de que esta bebida goce de aceptación. Detrás de esto, se oculta un grupo social que espera la reivindicación de sus derechos ciudadanos. Por ello, sostengo que beber güisqui, más que un acto de frivolidad estética, es una empresa que se perfila a dar legitimidad al consumo del “calientito”. Se trataría, entonces, de una acción que se propone extender la legitimidad social del güisqui al “calientito”.

Por otro lado, en el Perú, desde su formación como una nación independiente, existe una situación cultural diglósica. Es decir, coexisten dos culturas en un mismo espacio, en donde una goza de mayor prestigio frente a la otra. Sin embargo, ello no impide que se desarrolle otra situación, igual de particular, pero que le da la *vuelta de tuerca* al asunto: ambas culturas experimentan una serie de modificaciones recíprocas. En otras palabras, supone la apropiación y resignificación de los rasgos culturales de las culturas subalternas por las culturas hegemónicas y viceversa.

La apropiación simbólica del güisqui —que posee una connotación marcadamente cosmopolita— es un indicador de estatus. El sujeto compra marcas de identidad que le permite ser considerado por la sociedad como un elemento válido: el consumo le otorga legitimidad.

El consenso teórico señala que la cultura de consumo, en Europa y Estados Unidos, solo se puede dar después de haber satisfecho las necesidades básicas. Pero ¿qué sucede en países con pocos recursos económicos como el Perú? En una aplicación

interesante de la teoría del consumo en el Tercer Mundo, Ludwig Huber llama la atención sobre la búsqueda de estatus tras cada compra que el sujeto realiza antes, incluso, de satisfacer sus necesidades básicas. Por ello, sostiene que el consumo, en Latinoamérica, se da conspicuamente a favor de lo superficial y en desmedro de las necesidades de primer orden (34-35).

Ello hace pensar en un tipo de consumo distinto para esta parte del globo. Cuando Jameson, en El giro cultural, elabora su interpretación sobre el posmodernismo y la sociedad de consumo, está pensando, concretamente, en la sociedad norteamericana de la década de 1990. Por eso, señala que la sociedad posmoderna se caracteriza por “la desaparición del sentido de la historia, el modo en que nuestro sistema social contemporáneo empezó a perder poco a poco su capacidad de retener su propio pasado y a vivir en un presente perpetuo” (37). Esto se encuentra en perfecta correlación con la categoría de “tiempo puntillista” elaborada por Zygmund Bauman en Vida de consumo, donde sostiene que la “moderna sociedad líquida” concibe cada unidad de tiempo como instancias autónomas e independientes que no guardan relación de causalidad entre sí (52-55).

Ello, sin embargo, no rige para la situación que se desarrolla en el Perú y que *Los Mojarras* interpretan en sus canciones. En ellas, se representa a un sujeto que, por el contrario, lucha por preservar la historia andina en la memoria colectiva. Para efectos del análisis, citaré un fragmento de la canción “Recuerdos del futuro” incluido en el álbum Ópera salvaje para tribus urbanas:

Cuántas veces le escuché repetir y repetir la misma historia
que he caído en la sensación de haberla vivido:
qué bonita la quebrada cuando florece la papa
morado se pone todito y hay fiesta en el pueblo.

Todas las casas mandan sus músicos:
que el arpa de don Jesús
Que el clarinete de papá Soto
que el saxo de Calixto
y las niñas cantan y danzan alegremente.

Veo a mi abuela apurada metiendo el burro al corral
con el ichu en el lomo y el lomo de ella.
Mi abuelo ya danza alegremente
chaccha coca con ceniza y cal
para terminar bailando a pierna suelta.

El sujeto representado ha “escuchado repetir y repetir la misma historia” que ha llegado a tener “la sensación de haberla vivido”. El tiempo aquí no es puntillista; es decir, no está desconectado de una cadena causal de instantes. Hay una correlación entre el presente y la memoria. Se trata de reivindicar el pasado de sus abuelos a través de la evocación de un tiempo de fiesta en un contexto de *locus amoenus*. Dicho contexto está determinado por el florecimiento de la papa, cuando “morado se pone todito”.

Los encargados de llevar a cabo esta instrucción son los abuelos del sujeto representado. Ellos le transmiten la imagen de un tiempo placentero en que “todas las casas mandan sus músicos”. La intención de ello es preservar en los hijos y nietos la importancia de su historia. El nuevo sujeto limeño no es ajeno a la tradición histórica de sus antepasados. Al contrario, dicha instrucción se internaliza en ellos para reivindicar

su propio legado. Tal como ocurre con el consumo del “calientito”, esta evocación se mide como un intento de validar al individuo en sus intereses sociales.

Se mencionan, así mismo, algunos instrumentos musicales interesantes para evaluar la construcción de la identidad en consonancia con la apropiación de material simbólico del que hablé páginas atrás. Los instrumentos mencionados son el arpa, el clarinete y el saxofón. Ellos son, en primera instancia, invenciones europeas (con excepción del arpa que pasa a Grecia luego de su inicial desarrollo asirio y egipcio). El sujeto andino adapta estos instrumentos a su realidad y se apropia del material simbólico de los mismos. Luego transmite ese saber al nuevo sujeto limeño, quien también se apropia de ellos y los valida como parte de su acervo cultural.

Llegado a esto, es necesario hacer un deslinde entre el arpa europea y arpa andina. El instrumento que el sujeto evoca no es, ciertamente, el arpa europea, sino la variante andina. Ello se interpreta como un intento de validar social y culturalmente el sonido particular del arpa de sus antepasados. Ello tiene su correlato en el “caliente”, pero acá la validación se muestra a través de la evocación.

Situación parecida se evidencia en el chacchado de coca y cal que se menciona en este fragmento. Esta actividad es evocada por el nuevo sujeto limeño como un proyecto de validación social y cultural. Para muchas comunidades indígenas de los Andes, la hoja de coca posee un aura mística y se la considera sagrada en todas sus actividades culturales. Gran parte de la llamada “extirpación de idolatrías”, implementada por los conquistadores españoles entre los siglos XVI y XVII, estuvo orientada a la destrucción de la hoja de coca y al abandono de su uso medicinal y místico. Muchos pueblos andinos mantienen aún esta costumbre que se resume en cuatro principales usos: el místico, vinculado con la filosofía y religión andinas; el

medicinal, empleado como proveedor de calcio y energético natural; el psicoterapéutico, en tanto ansiolítico; y el bactericida.

El sujeto representado propone pensar esta actividad en correlación con el tiempo de fiesta. Esto indica que hay una lucha por rescatar el valor cultural de la coca, que se encuentra estigmatizada como una droga nociva. Ello se logra al imponer la imagen del abuelo “bailando a pierna suelta”, en una clara ostentación de vitalidad que se contrasta con la imagen de muerte y decadencia emitida por la publicidad.

Tanto en la imagen del calentito como en la del abuelo bailarín, se muestra una relación entre las aspiraciones y normas tradicionales de conducta de la generación migrante y las de la generación joven. Dicha relación está marcada por la visión utópica de la vida en los Andes anterior a la migración. El lugar que ocupa esta visión, en el discurso del sujeto representado, se encuentra enmarcado dentro de una estrategia de lucha que pretende validar derechos ciudadanos. Por ello, la relación entre las aspiraciones de la generación migrante y la joven aparece como no problemática. Es necesario, en su lucha por el reconocimiento social, que dicha relación se imagine armoniosa. Más allá de discutir la realidad de dicha armonía generacional, es importante situar dicha evocación utópica dentro de las estrategias para la lucha por la ciudadanía.

En el análisis hecho para el fragmento de la canción “Humareda”, donde el “calentito” se consume al lado del güisqui, sostuve que ello suponía un intento por reivindicar las producciones culturales andinas heredadas. Ello, a su vez, significa abrir los límites del mercado oficial: expandir sus escaparates para colocar entre sus diversos productos al “calentito”. Y la posibilidad de hacerlo solo pudo haberse generado a partir de la ola migratoria engendrada en la década de 1950. A partir de ese momento, Lima sufrirá un proceso migratorio único en su historia, no solo por la masificación de

los migrantes hacia las ciudades, sino porque es capaz, en el transcurso de pocas décadas, de ensanchar el casco urbano, coproducir los proyectos de urbanización, crear la economía informal o paralela, la cultura chola y la actual organización popular en el Perú (Franco 91).

El sujeto migrante funda en Lima “otras generaciones” que serán objeto de representación en el discurso de *Los Mojarras*, tal como aparece en una de sus canciones, quizá la más emblemática: “Nostalgia provinciana” y que se encuentra dentro del álbum Ruidos en la ciudad:

Ellos forjaron aquí otras generaciones
del cual salimos muy orgullosos
de esta nuestra tierra y de nuestros padres.
No somos limeños de sangre
mas tenemos su cultura
no hemos nacido en provincia
mas es nuestra sangre.

El sujeto representado reclama una herencia histórica: la provincia de sus padres y abuelos migrantes. La asume como una de sus pertenencias e intenta validarla social y culturalmente como un proyecto que apoye su lucha por la ciudadanía.

El nuevo sujeto limeño no es provinciano ni migrante. Se trata de un sujeto nuevo en el espacio urbano. Aníbal Quijano en Dominación y cultura sostiene que ese nuevo sujeto es parte de una “sociedad de transición”, la cual estaría determinada por la emergencia del “grupo cholo”. Sin embargo, Quijano dificulta la comprensión de este fenómeno al identificarlo como “grupo”, ya que esto implicaría tratarlo como un todo compacto y coherente, cuando se acerca más a un conjunto fragmentario de individuos.

En ese sentido, la metáfora del laberinto que emplea Guillermo Nugent, en El laberinto de la choledad, es idónea para el tratamiento del problema. Se trataría, pues, de un espacio donde no se mueve un solo individuo modelo, sino millones de sujetos construyendo, a cada instante, sus identidades en medio de la constante interacción. Es un híbrido que se construye a partir de múltiples experiencias, donde el consumo cultural juega un papel determinante.

Este sujeto se relaciona con la modernidad de alguna u otra forma; su identidad no se construye a favor ni en contra de la modernización, sino por intermedio de ella (Franco 93). La modernización vincula a este grupo social con la ciudad, la economía, la cultura, las instituciones y el Estado. Dentro de ese nudo, dichos sujetos producen transformaciones que construyen su nueva identidad. Tal como señala Carlos Franco, los migrantes no invadieron la ciudad, sino que la ensancharon (96). Con el transcurso de los años, dicho “ensanchamiento” permitió al nuevo sujeto limeño agrandar el mercado oficial, creando la posibilidad de que el calentito se pueda consumir al lado del güisqui.

Tenemos, pues, que este nuevo sujeto no ingresa en la ciudad para insertarse en lo ya establecido, sino que crea nuevos campos de vinculación, en donde se cuecen los nuevos imaginarios simbólicos que modelarán su identidad. Dentro de esos nuevos campos, el sujeto interactúa con una modernidad que le brinda modelos para construir su identidad en consonancia con sus demandas ciudadanas.

Ello conduce a evaluar un punto importante en la configuración de las identidades hacia fines del siglo XX. En un mundo donde la cultura nacional se mide menos en torno a lo “propio” o a lo “tradicional” y más en torno al consumo de bienes y servicios en un mercado liberado del proteccionismo estatal, el sujeto entiende su propia identidad de acuerdo con las imágenes y los símbolos que rodean su existencia:

el cine norteamericano, los *fast food*, las zapatillas Adidas, etc. Así mismo, reelabora el concepto de oposición de lo “propio” frente a lo “ajeno”; oposición que pierde nitidez con paso de los años. Ello no quiere decir que la cultura nacional se extinga, sino más bien que se reconstruye a partir de otros referentes que aparecen por primera vez en su historia: los elementos transnacionales.



3. Triciclos y tonos pro: sistemas comerciales y financieros paralelos para un consumo alternativo

El encuentro entre la sociedad andina y los conquistadores europeos, en el siglo XVI, estableció una relación de subordinación-dominación entre dos culturas, dos pueblos y dos sistemas económicos diferentes. La economía andina, basada en sistemas redistributivos, sufrió la segregación y el olvido. La comunidad indígena fue relegada a espacios alejados de la urbe y se implantó el sistema colonial. Desde entonces, la oposición entre lo andino y lo hispano abrió una grieta en la conciencia nacional que perdurará hasta nuestros días.

Si bien la independencia del Perú acabó con el régimen colonial, la herencia andina continuó siendo marginada por la índole misma de la conquista. Durante el siglo XIX se formó la cultura republicana y se dieron los primeros cimientos de lo que se denominaría la Patria Criolla. Ese régimen social, político y económico siguió casi sin variación hasta las primeras décadas del siglo XX, cuando se empezaron a gestar, en los sectores populares, las primeras demandas de cambio.

Pero no es sino hasta la década de 1950 que empezó a gestarse un fenómeno social que cambiaría radicalmente el rostro urbano del Perú. Migrantes de muchas partes de los Andes llegaron a la capital en busca de mejores condiciones de vida y de reconocimiento social por parte de un Estado que no los incluía entre sus planes. De esta manera, se empezaron a crear los primeros barrios en una Lima que carecía de planificación urbana para albergarlos en su damero oficial.

Paralelamente al fenómeno migratorio y a la creación de los primeros barrios autogenerados, se creó un sistema comercial alternativo que proveería los símbolos de consumo para la construcción de la identidad del nuevo sujeto limeño. Con la llegada

de estas masas, en su mayoría campesinas, se evidenció la crisis del Estado, incapaz de articular todas las demandas ciudadanas para la construcción de una nación igualitaria. Mientras que la industria y el comercio sufrían las consecuencias de la economía en crisis de un Estado “desbordado”, los sectores populares que provenían de la migración crecían demográficamente y escapaban hacia los márgenes de la legalidad o eran dirigidos hacia ellos. Se generó, entonces, una economía popular contestataria, paralela o informal:

Se han ido formando dos circuitos económicos: uno, oficial, constituido por el universo registrado de personas que operan en el comercio, la producción, transporte y servicios al amparo de las leyes civiles; y otro, contestatario y popular en el que opera un universo de empresas y actividades no registradas, que se mueven fuera de la legalidad o en sus fronteras (Matos Mar 58).

Con la creación de los primeros comercios informales, Lima se convertiría paulatinamente en un bazar. Sus calles se abarrotarían de ambulantes y de triciclos llenos de mercancías. El constante aumento demográfico y la falta de empleo empujarían a un importante sector popular a las calles, que serán el escenario perfecto para las actividades comerciales paralelas que *Los Mojarras* representarían en sus canciones. Para efectos de este análisis, veamos un fragmento de la canción “Triciclo Perú” que se encuentra dentro del álbum Ruidos en la ciudad:

Triciclos con zapatos,
un vaso de chicha, un buen reloj,
camisas, chucherías,
de todo en las calles y en montón.
Persignan la primera venta.

Las calles están repletas.

Impulsa el triciclo ambulante llamado Perú.

La imagen es contundente: “las calles están repletas”. Lima se encuentra desbordada y se gesta una cultura comercial paralela a la de los establecimientos oficiales. Se trata de una forma particular de consumir: la ambulante. El sujeto no acude a un local fijo y establecido dentro de un centro comercial. A medida que la ciudad fue llenándose de gente, también fue creciendo una economía diferente que tiene su base en el comercio informal. Empezó así una actividad masiva que se gestó al margen del control estatal (De Soto 63). Los límites entre las zonas comerciales y el resto de la ciudad quedaron difuminados.

Esta situación revela dos aspectos: por un lado, la informalidad del sujeto comerciante; y por otro, la marginalidad del mismo. Se dice que es informal porque no cuenta con las autorizaciones regulares para montar un establecimiento comercial; en más, ni siquiera tiene un establecimiento, sino que es ambulante. Asimismo, resulta marginal porque se sitúa en los márgenes de lo establecido para la gestación comercial. Este comercio paralelo genera un consumo alternativo. Los símbolos que provee el mercado para la construcción de la identidad del nuevo sujeto limeño están marcados por la informalidad y la marginalidad de su propio sistema comercial.

En el fragmento citado, se menciona un elemento importante: la chicha. En el antiguo Perú, todas las comunidades que habitaban nuestro extenso territorio obtenían bebidas alcohólicas a partir del maíz y otros cereales. El proceso primitivo consistía en la trituration del grano usando la boca y mezclándola con la saliva. Con ello se obtenía una pasta que era reunida en vasijas de barro, donde se fermentaba y producía este

licor. Posteriormente, y de acuerdo con el natural desarrollo tecnológico, se empezó a hervir el maíz por largas horas hasta lograr la consistencia adecuada.

La chicha es parte de un legado ancestral. Está vinculada con fiestas religiosas y rituales ceremoniales, así como con los trabajos colectivos de la *minka*. Esta bebida habita en el centro de la cosmovisión andina. A través del tiempo, el hombre andino ha necesitado comunicarse con los dioses para tomar decisiones sobre su vida, cuerpo y alma. Para esta importante tarea usaba la fe, la meditación, algunos alucinógenos y mucha chicha, que hacía posible el sagrado encuentro.

Esta bebida, al igual que el “calientito”, refleja el intento del nuevo sujeto limeño por reivindicar el legado andino del cual es heredero. Su consumo le otorga una marca de identidad tradicional. Beber “un vaso de chicha” y comprar “un buen reloj” es similar a beber “calientito” y *güisqui* alternadamente. Un consumo supone la validación del otro. En este caso, el “bueno reloj” le otorga al sujeto una marca de identidad occidental legitimada por el capitalismo. Ello se perfila a emprender la lucha por el reconocimiento de la chicha como una expresión válida de la cultura andina. Junto con todo ello, la transacción de compra-venta se encuentra enmarcada dentro un ámbito religioso popular: la persignación de la primera venta. Cristianismo y paganismo se juntan para configurar una identidad barroca que oscila entre actividades informales y tradiciones europeas asimiladas.

Finalmente, la última frase de este fragmento nos revela un orden nuevo en el país, donde alguien “impulsa el triciclo ambulante llamado Perú”. Para el sujeto representado, el Perú es un “triciclo ambulante”. Es el símbolo del nuevo rostro que adquiere la ciudad luego del proceso migratorio emprendido en la década de 1950. Ello connota desorden, nomadismo, desterritorialidad, informalidad y marginalidad. Las calles, saturadas de gente y comercios informales, producen caos y, al mismo tiempo, el

nomadismo indica la transitoriedad sufrida por los migrantes andinos venidos a la capital. El nuevo sujeto limeño asume este carácter ambulatorio como parte de una estrategia que le permita continuar con su lucha por la ciudadanía.

Por otro lado, la valoración de los bienes materiales está determinada por la marca y por ciertos prestigios fantasmas que se cuecen al interior de cada comunidad. Concretamente, en el Perú, a partir de la segunda mitad del siglo XX y ante el galopante auge de los Estados Unidos, se empezó a valorar los productos que provenían de dicho país. La cultura hegemónica en el Perú cimentó el gusto por dichas producciones y dio las pautas con las cuales se ponderan la valoración de su consumo: “Los gustos de los sectores hegemónicos tienen esta función de “embudo”, desde los cuales se van seleccionando las ofertas externas y suministrando modelos políco-culturales para administrar las tensiones entre lo propio y lo lejano” (Canclini, Consumidores 49).

El consenso teórico plantea que los que se vinculan con la cultura estadounidense a distancia, mantienen una relación más pasiva que los que negocian constantemente con ella. De este modo, dicha cultura ingresa en Lima a través de las importaciones del poder hegemónico y reformula los imaginarios sociales, reparando en la valoración que el sujeto representado hace de ella. A continuación, y en consonancia con lo mencionado, analizaré un fragmento de “La chica ye-ye” que se incluye dentro del disco Ruidos en la ciudad:

Los ebrios cambian de muro y de vereda
y es que la sombra se les fue pa' l frente.
Ropavejeros y cachineros,
arman enjambre de compra y vende.

Y entre todo aquello
nuestro amor va floreciendo.
Todo aquí es de segunda
mas nuestro amor es de primera.
Chinita, sí.

Te he comprado un lindo vestido
hecho en los Estados Unidos.
Y tú me regalaste
unos zapatos del mismo triciclo . . .

En este fragmento, se puede observar nuevamente la presencia del comercio informal como el marco de consumo del sujeto representado. Asimismo, vemos cómo el nuevo sujeto limeño negocia la valoración del consumo de productos estadounidenses impuesto por el poder hegemónico. No lo evita, sino que elabora su propia forma de consumir dentro de un mercado paralelo que propicia dicho fenómeno. En la medida en que la industria, el comercio y el trabajo quedaron sometidos a la crisis de la economía, en la década de 1980, el Estado se vio “desbordado” y surgieron sectores que fueron denominados como los de la economía “informal”, que se presenta como una respuesta popular ante la incapacidad del Estado para generar espacios de participación. La actividad informal se generaliza y se impone como una alternativa de consumo ante la presión simbólica y cultural que hace el poder hegemónico al dotar de mayor prestigio social al consumo de prendas de origen estadounidense.

Una voz nos grita desde el fondo que “todo aquí es de segunda”. No se trata, pues, de un consumo de prendas importadas. En el mejor de los casos, serán vestidos

usados, o de lo contrario se tratará de un vestido “hecho en los Estados Unidos” pero que se vende en un triciclo ambulante, con lo que se trataría de una fabricación nacional con etiqueta estadounidense, una clara muestra de “piratería” o de “producción peruana sin patente”. Esta producción alternativa o informal otorga al sujeto representado la ilusión de un consumo de importación. Así, el consumo cultural impulsado por el poder hegemónico modela al sujeto, pero también le deja un pequeño margen de actuación, donde es posible la negociación con el consumo y, por tanto, la negociación de su propia identidad. Ese pequeño margen de negociación en la valoración del consumo está determinado por una de las formas más impresionantes de apropiación simbólica y sin precedentes: la “piratería”.

La “piratería” es un término popular empleado para designar a la copia de algún bien que goza, en principio, de los derechos autor. Esta normatividad es vulnerada por el nuevo sujeto limeño frente a un Estado impasible que no ha podido ejercer un sistema que defienda los derechos de autoría. ¿O quizá frente a un Estado que no ha querido defenderlos? El hecho es que el sistema legal, en el Perú, permite la “piratería” en muchas de sus formas. Quizá porque, de alguna manera, se acoge al mandato consumista, en el Tercer Mundo, a través de la “piratería”.

En la moderna sociedad líquida, sostiene Bauman, el mercado desplaza al Estado en la tarea de trazar los límites entre ciudadanos y excluidos (94-95). La sociedad de consumidores promueve la elección de un único estilo de vida: el consumista (78). El consumo se convierte en un derecho y, a la vez, en una obligación (81). Los ciudadanos serán aquellos que se encuentran en constante uso de su derecho/obligación de consumir. El nuevo sujeto limeño no desacata esta obligación, pero tampoco la respeta cabalmente. Reproduce, desde su propia condición ilegal, los símbolos que la sociedad de consumo valora. Ello indica un estado alternativo de

consumo, que no sería imaginable sin el proceso migratorio que sembró las bases para la economía informal.

El sujeto representado por *Los Mojarras* acepta la valoración prestigiosa del rótulo “made in USA”, pero negocia la especificidad del consumo. Compra el prestigio fantasma del nombre, pero no el producto en sí. El vestido y los zapatos comprados en aquel triciclo tienen tras de sí la connotación cosmopolita que contiene el güisqui. Tanto los zapatos como el vestido, construyen en el nuevo sujeto limeño una identidad ciudadana que pasa por la reinención de la categoría de lo “propio” frente a lo “ajeno”. Ninguna de las dos prendas adquiridas son estrictamente “extranjeras”. Lo que se consume es la carga simbólica de la etiqueta.

El mercado impulsa una cultura consumista que forma la identidad híbrida y fragmentaria de los sujetos contemporáneos. El objeto de consumo que modela su identidad es, en sí mismo, un híbrido cultural, tal como lo es el “calientito”. No se trata aquí del güisqui claramente “ajeno”, sino de una elaboración desterritorializada de un producto externo, pero que pierde esa nominación por el uso simbólico que se le da a la etiqueta “made in USA”. La negociación del consumo se presenta, entonces, como una de las principales estrategias en la lucha por la ciudadanía en el Perú.

El conjunto de elementos que el nuevo sujeto limeño consume construye una identidad que pasa por lo local y redefine lo “ajeno”. Esa construcción se revela híbrida y fragmentaria. El sujeto queda determinado por una serie de elementos que componen su identidad como si fuera un mosaico o un retrato cubista. El sujeto representado participa de un sistema donde las expresiones culturales se vuelven “extrovertidas, traslocales, sin que se olviden del todo los puntos de origen. Se trata de un nuevo estado de las cosas en que lo orgánico y unitario va siendo reemplazado por lo heterogéneo y difuso” (Grompone 90).

Estos procesos de construcción de identidad implican una actividad inconsciente y se instalan en la subjetividad, con lo que se genera un sentido de comunidad particular. Ya no es a través de la lectura del periódico que los sujetos se imaginan en simultaneidad, sino a través de marcas que el consumo otorga; marcas que determinan, para emplear una expresión de García Canclini, “comunidades interpretativas de consumidores”.

Por otro lado, la valoración de una ideología y una práctica, centradas exclusivamente en la lógica del mercado, le resta solidez, argumentos y sentido a proyectos basados en la comunidad (Grompone 71). Sin embargo, ello no rige del todo para el sujeto representado en las canciones de *Los Mojarras*. Este nuevo sujeto limeño, a pesar de construir su identidad a partir del consumo y estar sujeto a la lógica del mercado, no abandona el proyecto comunitario. No se trata del individuo autorreferido que “no asume ningún deber para con los demás” (Portocarrero, “nuevas poéticas” 571), ni tampoco del militante ochentero desvivido por la causa social. El sujeto representado por *Los Mojarras* es fronterizo; se encuentra entre la militancia y la autorreferencia. Ello lo dota de una subjetividad particular que lo hace mirar con nostalgia al pasado y pensar, a la vez, en proyectos individuales en consonancia con proyectos de construcción comunitaria.

El sistema financiero paralelo o “informal” que se gestó a raíz de la explosión demográfica producida por la migración sigue esta lógica. Es un sistema basado en la retribución colectiva, herencia que viene desde el período pre-colombino. A continuación, analizaré esta problemática del consumo en una de las canciones más potentes y reveladoras de *Los Mojarras* que se encuentra en el disco Sarita Colonia y que lleva el mismo nombre:

Con voz de hierro, comba, fuerza y sudor

van doblegando al gigante pedrón

golpe a golpe en un solo lugar

con la certeza que será su hogar.

El cerro se rinde ya

a las manos del pueblo.

De todas la razas y de todo color

con sus mil creencias y modo de pensar

van construyendo en asamblea local:

fin de semana trabajo comunal.

Se unieron, para forjar agua y desagüe, pista y demás.

No se amilanan aunque no hay lana

se autofinancian con tonos pro.

Suena un huainito, bailan salseros,

gritan roqueros, piden chicha.

Se armó una bronca que terminó

cuando un achora' o saca un cuchillón.

¡Una chicha!

Sarita Colonia, patrona del pobre

no quiero mas rejas, no quiero mas llanto.

En este fragmento, se hace referencia, concretamente, a la construcción del barrio de El Agustino¹; pero bien se puede extender a la construcción de cualquier otro barrio producido por la migración. La pujanza y laboriosidad de “los primeros hombres” es un concepto que hereda el nuevo sujeto limeño de sus padres y abuelos, y que evoca constantemente en su quehacer cotidiano. Dicha evocación, como en el caso de la hoja de coca y la chicha, funciona como una estrategia de validación social. La intención es rescatar algunas prácticas culturales comunitarias como la *minka* para la construcción de una nueva identidad y de un nuevo espacio social.

En este nuevo contexto urbano, anota Gonzalo Portocarrero: “La laboriosidad se articula con el individualismo y el deseo de progreso” (“Ajuste” 16). Portocarrero entiende que existe una diferencia entre los sujetos migrantes y los nuevos limeños. Para él, los primeros respetan un compromiso militante y los segundos prefieren la imagen del “hombre de éxito o el individuo autorreferido” (“Nuevas poéticas” 562). Así planteado, el asunto no merece discusión alguna. Sin embargo, el nuevo sujeto limeño no es un invento salido de la nada y se introduciría un error al no contar con la perspectiva generacional. El nuevo sujeto limeño es la continuidad del migrante; obedece a un mandato generacional de progreso.

Dicho así, cupiera entender que en “Sarita Colonia” se representa un intento por rescatar del olvido las enseñanzas de los padres y abuelos migrantes. Y es, precisamente, en ese intento por no olvidar, por preservar la memoria colectiva, donde entendemos que la lucha por la ciudadanía no se queda en un frívolo consumo de bienes, sino que apuesta por la reinención de todo un pasado histórico que está detrás de cada ladrillo con el que se construye el nuevo rostro de Lima.

¹ Esta información me la proporcionó Hernán Condori “Kachuka”, vocalista y compositor de *Los Mojarras*, en una noche llena de vasos y sueños rotos.

En el fragmento analizado, observamos que el sistema financiero paralelo se basa en actividades de recaudación denominadas “tonos pro”. Dentro de ese contexto, se reúnen varios grupos definidos de consumidores: los salseros, los roqueros, los chicheros y los que gustan del huaino. Ello indica, según Huber, que:

El consumo reemplaza, al menos en parte, la importancia de las clases, los grupos de parentesco o las comunidades territoriales en la formación de las identidades, que son cada vez más fragmentadas . . . Se ha perdido el sentido de pertenencia a una sola comunidad y la vida está repartida entre múltiples redes . . . Pero el consumo no solo sirve para crear diferencias a través de la selección individual, sino al mismo tiempo para la construcción de la igualdad a través de la pertenencia (a veces imaginada) a grupos sociales (28).

Encontramos, entonces, comunidades gestadas a partir del consumo; es decir, un conjunto de personas que comparten gustos y pautas, que les brindan la posibilidad de compartir un sentido de pertenencia. Dichas pertenencias determinan las identidades compartidas. En el “tono pro” representado en este fragmento, se reúnen bajo un mismo techo cuatro grupos de consumidores claramente diferenciados por sus gustos musicales. Sin embargo, ello no supone el total aislamiento de cada grupo ni se abandona la idea de una comunidad plural, ya que “suena un ruanito, bailan salseros/ gritan roqueros, piden chicha”. Se crea un nudo de vinculación entre diferentes grupos de consumidores; un nudo que está determinado por un único fin: la autofinanciación. La comunidad existe a pesar de su carácter fragmentario; no se disuelve, sino que, por el contrario, se reinterpreta en su pluralidad.

Un dato revelador es que los migrantes y sus descendientes lograron para 1982 edificar vecindarios que albergan alrededor del 47% de la población de Lima (De Soto

18). Y lo más significativo es que lo hicieron al margen de la ley. Ello supuso desmoronar la formalidad y robustecer la informalidad, capaz de crear un sistema alternativo de urbanización. La cultura financiera paralela, satisfizo, entonces, una demanda que el Estado no podía asumir: la creación de casi la mitad de la zona urbana actual de Lima.

El sistema alternativo de financiación es una estrategia importante en la validación social, ya que con ello, el nuevo sujeto limeño insta al Estado a “verlos”, a que los reconozcan como individuos que poseen un lugar tangible donde vivir y no solo como estadísticas en una hoja de cálculo destinada a la papelera. Como señala Carlos Iván Degregori: “Su participación conjunta en la construcción del barrio y sus experiencias en otros ámbitos urbanos, avanzan en la constitución de una nueva identidad más nacional” (24). Surge, entonces, una comunidad que se imagina a sí misma en el trabajo de la construcción barrial. A pesar de “sus mil creencias y modos de pensar”, de sus variables gustos y pautas de consumo, se crea una identidad comunitaria como un producto de su necesidad de “forjar agua y desagüe, pista y demás”.

No obstante, esa identidad comunitaria no logra formarse al margen de la violencia: “Se arma una bronca que terminó/ cuando un achora’o saca un cuchillón”. El nuevo sujeto limeño apuesta por la reinención de la comunidad. Trata de salvar la fragmentación y unirse a favor de una causa común. En este intento por la construcción de una nueva noción de comunidad, esta última desaparece o, al menos, es violentamente desintegrada. Un “cuchillón” la despedaza y hace notar las contradicciones presentes en las nociones de comunidad, ciudadanía e identidad. La armonía comunal que se establece resulta ser bastante inestable y de pronto, al compás

de una chicha, esta se destruye con la irrupción violenta de un “achora’o”, la otra cara del nuevo sujeto limeño que será analizada en el siguiente capítulo.



4. Violencia, drogas y sexo: disgregaciones sociales en la sociedad de consumo

Un hecho concreto diferencia a la sociedad de productores de la sociedad de consumidores. En la primera, el individuo compraba bienes duraderos para un goce postergable, mientras que en la segunda, el individuo compra bienes pasajeros para un goce inmediato y descartable. En la sociedad contemporánea o de consumo, el sujeto demuestra su competencia consumista como una condición para ganarse los beneficios prácticos de ser ciudadano. Esto quiere decir que aquel que no posea las condiciones necesarias para consumir, será excluido del nuevo orden social. El limpio y ordenado mundo consumista tiene sensores sociales que detectan a los arrojados del sistema: los pobres, los mendigos, los enajenados mentales, en suma, los marginales.

Puesto eso, cabe preguntarse, entonces, ¿quién decide cuál individuo debe ser o no excluido? Ciertamente, el nuevo soberano es el mercado, quien desplaza al Estado en la tarea de trazar los límites entre ciudadanos y excluidos. Allí, entre los escaparates de los centros comerciales oficiales o “paralelos”, se realiza la tarea de discriminar a los consumidores hechos de los fallidos. Los primeros son aquellos que gozan de sus privilegios ciudadanos y los segundos, los excluidos del nuevo orden por su incapacidad para mover la economía de consumo.

En la moderna sociedad líquida de consumidores, la obligación de elegir (léase consumir) se presenta como una libertad de elección (Bauman 105). Se trata de una “libertad obligada” que dispone el mercado para discriminar a los consumidores hechos de los fallados; vale decir, a los ciudadanos de los excluidos. Los consumidores fallados no tienen valor en el mercado porque no son parte de la maquinaria que promueve la economía consumista. Asimismo, su condición los relega a la soledad y a la exclusión social. Como todo individuo tiene la obligación de elegir, el que no lo hace (léase el

que no consume) está eligiendo “otra cosa”. Por lo tanto, la responsabilidad de su exclusión recae únicamente sobre él. No ha elegido el camino “correcto” del consumo y se ha relegado a la marginalidad y la exclusión social. Esa “obligación” se internaliza en el sujeto y termina reproduciendo un discurso como el que aparece en un fragmento de la canción “Hipocresía infernal” del álbum Sarita Colonia y que analizaré a continuación:

La gente me mira al pasar
haciendo una mueca de horror
algunos se burlan
otros que murmuran
cuando a mis espaldas están
.....
Aunque me critiquen
aunque me censuren
yo soy como yo quiero ser . . .

El sujeto representado es consciente de su marginación. La sociedad se encarga de recordárselo: “La gente me mira al pasar/ haciendo una mueca de horror”. El mercado no le perdona el haber elegido “otra cosa”. Este sujeto no construye su identidad por el consumo, sino por su negación. Su existencia cumple una función clara: alejar a los consumidores hechos de la tentación de no consumir.

Como había indicado en páginas precedentes, el consumo forja un nuevo sujeto limeño que es representado a través de la hibridación y la fragmentación de su identidad, la cual se encuentra repartida entre múltiples pertenencias que este asume. Adaptarse a dicha fragmentación del consumo produce, también, desplazamientos

sociales. La comunidad empieza a verse constituida de una multiplicidad de seres. No se puede considerar únicamente al consumidor hecho como la representación inequívoca del nuevo sujeto limeño. *Los Mojarras* denuncian este hecho y representan la cara opuesta: el consumidor fallado. Más adelante, en la misma canción analizada, se lee el siguiente fragmento:

Sé que soy lacra social
porque no me visto normal
porque no me peino
porque no me lustro
porque no voy a la iglesia.

La sociedad de consumo produce sujetos duales. El consumidor fallado no es más que el consumidor hecho que no ha podido continuar con la “carrera consumista”, es la otra cara de la moneda. Cada individuo, en la moderna sociedad líquida, es potencialmente un consumidor fallado. La máxima consumista, la “obligación de elegir libremente”, lo aleja de esa pesadilla. Los excluidos se encargan de recordarles a los consumidores hechos su obligación en la sociedad. Por lo tanto, para el orden consumista, el consumidor fallado no es un peligro, sino, por el contrario, funciona como advertencia para que los demás sigan consumiendo; es decir, como un alentador del consumo de los otros. Y lo más sorprendente de todo es que este nuevo orden hace que la responsabilidad de la exclusión de los consumidores fallados recaiga únicamente sobre ellos mismos.

Como observamos en el fragmento citado, el sujeto representado ha internalizado su exclusión como responsabilidad únicamente suya: “Sé que soy lacra social/ porque no me visto normal”. Construye su identidad por oposición al consumo

“normal”. Esa normalidad estaría dictaminada por el consumo ortodoxo; vale decir, por aquel que representa un movimiento en la economía consumista. El anuncio de no vestirse “normal” por parte del “otro” nuevo sujeto limeño supone dos formas de vestirse (léase dos formas de consumir): una de acuerdo con los parámetros establecidos por el consumo, y otra en oposición a ellos. La dualidad se instala en la sociedad consumista como el Sol y la Luna, tal como aparece en un fragmento de la canción “Gente de noche” del disco Sarita Colonia:

Cuando sale el sol y alumbran las calles
la gente que bosteza se dispone a salir
sin saber que anoche en esas calles vacías
había mucha gente que se ha ido a dormir:
gente de noche, son gente de noche
.....
Cuello de costado y boquiabierto
ha quedado el borracho
durmiendo la mona en la vereda
le pasaron ya bola.
El hombre se ha quedado sin zapatos
lo vendieron los niños de la calle
por un poco de Terokal.

En este fragmento se observa claramente la dualidad del nuevo sujeto limeño. Uno diurno que se despierta temprano “sin saber que en esas calles vacías/ había mucha gente que se ha ido a dormir” y otro nocturno. La noche alberga entre sus pliegues a los seres que la sociedad no quiere ver. En ella, pasea ese “otro” nuevo sujeto limeño, la

cara oculta del nuevo orden consumista. Este sujeto es portador una cultura de consumo aún más particular que la del nuevo sujeto limeño. Los objetos de consumo que modelan su identidad están determinados por aquello que la sociedad considera nocivo: violencia, alcohol y drogas. Las calles nocturnas albergan seres duros y disgregados, los “niños grises” le roban los zapatos a un ebrio “por un poco de Terokal”.

Aquí, la infancia se ve trastocada. La violencia, las drogas y el alcohol son los juguetes de estos niños. Con cada paso, su inocencia queda enterrada en el cemento. Sus miradas ya solo pueden expresar dolor, incomprensión y angustia. Si no consiguen Terokal, las espaldas se les crisparán, volverán a sentir hambre y la ansiedad recorrerá sus mentes. La única salida que encuentran para satisfacer su “consumo” es el robo.

La sociedad de consumidores ha planteado un orden tan perverso que se desprende de su responsabilidad por estos despojos sociales. Al crear la “libertad obligada” de consumir, también ha creado un vacío que es llenado por los pobres y excluidos, a quienes sindica como gestores de su propia segregación debido a su incompetencia como consumidores. Son individuos que por alguna u otra razón han caído en desgracia y a quienes la moderna sociedad de consumidores no quiere atender.

Un Estado, anota Bauman, “es social cuando promueve el principio, comunitariamente respaldado, de prevención colectiva como protección contra los infortunios individuales y sus consecuencias” (188). Sin un Estado de bienestar, aquel que sufra un accidente y deje de ganar lo suficiente para consumir será inmediatamente arrojado al pozo de los excluidos. Una sociedad que mide el valor de las personas únicamente por su valor de cambio en el mercado produce inevitablemente lastres sociales, pobreza y exclusión. En consonancia con lo expuesto, *Los Mojarras* denuncian este hecho en la canción “Cachuca” grabada dentro del disco Sarita Colonia, del cual analizaré el siguiente fragmento:

Es Cachuca
es un ladrón
la sociedad lo fabricó
Porque él no respeta lo ajeno
y choca con cualquiera
a veces en La Parada
o en tono chicha.

El sujeto que enuncia el discurso establece una diferencia entre él mismo y el retratado: “Es Cachuca/ es un ladrón”. El ladrón es el “otro”, la cara sucia de la moneda, el rostro que nadie quiere ver, al que todos rehuyen. La identidad de este sujeto se construye a partir de la negación de la identidad del que enuncia el discurso. Cachuca es un excluido, pero no por elección propia: “la sociedad lo fabricó”. Esa frase indica el estado de conciencia desde donde se emite el discurso. Se trata de una voz contestataria que denuncia los “daños colaterales” producidos por la lógica perversa del nuevo orden.

Por otro lado, aparecen, en este fragmento, dos espacios sociales donde se cuece la identidad lumpen de Cachuca: La Parada y los tonos chicha. El primero de ellos, ubicado en el distrito de La Victoria, es también la zona de confluencia cultural entre el güisqui y el “calientito” que vimos anteriormente. El segundo espacio, y el más importante, es el destinado a servir como escenario para un tipo específico de fiesta popular, donde emerge la violencia.

La música chicha aparece en la década de 1970, pero logra tener mayor difusión en la década siguiente. Este nuevo estilo musical urbano mezcla el huaino con ritmos tropicales. Es una música compuesta exclusivamente por migrantes llegados a la capital; migrantes que provenían de los estratos sociales más bajos de provincia. Con

ellos entra en Lima una nueva subjetividad que se convertirá de uno de los más fuertes pilares sobre los que se sostiene la identidad del nuevo sujeto limeño.

El estilo roquero de *Los Mojarras* le debe mucho a la chicha. En muchas de sus canciones se pueden encontrar ritmos que provienen de ella y, en especial, de Lorenzo Palacios, “Chacalón”. En este fragmento, *Los Mojarras* representan a un sujeto sumergido en un contexto de fiesta chicha. En estas fiestas, como en muchas otras, la música se acompaña con cerveza. La diferencia radica en la cantidad de su consumo y en la violencia que se forma tras su ingesta. Esa realidad se verá reflejada en muchas canciones chicha de los principales exponentes de este género, como en la “Cervecita” de Los Shapis.

El sujeto representado forma su identidad entre los vasos de cerveza y licor barato que corre de mano en mano bajo el amparo de la música más marginal que se haya compuesto en la escena musical limeña. Su identidad está marcada por la exclusión y el choque frontal: “choca con cualquiera/ a veces en La Parada/ o en tono chicha”. Cachuca es, a la vez, un producto y una construcción. Es un producto porque la lógica del mercado lo excluye, debido a su incompetencia para consumir; y es una construcción personal, porque el mismo sistema consumista lo insta a “elegir libremente” la construcción de su identidad marginal.

La identidad de Cachuca es la representación de un “daño colateral” producido por un orden mundial absurdo: la lógica del mercado. Este “otro” nuevo sujeto limeño es representado por *Los Mojarras* en muchas de sus facetas. No solo tenemos al lumpen que busca peleas en los “tonos chicha” o al marginal que no se viste “normal”. Parte de la violencia que produce este orden ya ha sido analizada; falta comentar, con mayor profundidad, el uso y función de las drogas y la práctica de la prostitución como los otros “daños colaterales” producidos por la siniestra lógica del mercado. Una canción

que condensa todos estos aspectos es “Mi barrio”, aparecido en el disco Ópera salvaje para tribus urbanas, y del cual analizaré toda la letra:

Mi barrio es tan bajo como un sótano.

Un sótano.

Aquí toda vida no vale un centavo.

Un centavo.

Vecinos de Luri y también de Chorrillos.

De Chorrillos.

Hay chongo de hembras y también de los cabros.

Oye tu pequeña, tú qué quieres conmigo.

Tú conmigo.

Yo no tengo plata pa'pagarte el favor.

Pagártelo.

No seas idiota, ella está en angustia.

En angustia.

Te ofrece su cuerpo solo a cambio de un troncho.

Oye tú que eres nuevo

te lo voy a advertir

súbete al mismo micro

si no en mancha te pueden

atropellar

a ti cuadrar.

El barrio que se dibuja en este retrato urbano no solo es de estrato social bajo, sino que además se lo representa altamente violento y peligroso: allí “toda vida no vale un centavo”. Además, se asimila la figura del barrio a la de un sótano. Ello hace pensar en un espacio sumamente restringido, en un búnker subterráneo donde el acceso está denegado a otros círculos sociales. Es la antítesis de los círculos restringidos de la alta sociedad; aquí la baja sociedad puede llegar a ser tan restrictiva como la alta.

En este fragmento, aparecen dos elementos articulados entre sí: la prostitución y las drogas. El primero existe para la satisfacción del segundo. El meretricio no se retrata aquí como una eventual salida a los apuros económicos o como una opción de vida. Está en función de la satisfacción de un deseo: el consumo de sustancias psicotrópicas. Ambas actividades son ejecutadas por un sujeto femenino que ha perdido su condición de consumidor hecho. Como vimos, la sociedad de consumo produce desplazamientos sociales; genera un grupo social que no pertenece siquiera a la clase baja y que, algunos teóricos, han terminado por llamar “infraclase”. Dentro de la infraclase, tenemos una gran multiplicidad de seres que comparten un rasgo general: la marginalidad.

¿Quién o quiénes determinan la marginalidad en estos casos? Esta clase de marginalidad es cualitativamente distinta de la vista en el caso del comercio ambulante, que era marginal por situarse al margen del comercio oficial. Pero en el caso de los individuos, definir la marginalidad es más complicado. Una interesante y poco estudiada rama de las Ciencias Sociales, la sociología de la desviación, se encarga de esgrimir alguna aproximación. Howard Becker, en su estudio sobre la relación entre el consumo de cannabis y las bandas de jazz, define la conducta desviada y el calificativo “marginal” de la siguiente manera:

Lo que quiero decir, en cambio, es que los grupos sociales crean la desviación al hacer las reglas cuya infracción constituye la desviación, y al aplicar dichas reglas a ciertas personas en particular y calificarlas de marginales. Desde este punto de vista, la desviación no es una cualidad del acto cometido por la persona, sino una consecuencia de la aplicación que los otros hacen de las reglas . . . la desviación no es una cualidad presente en la conducta misma, sino que surge de la interacción entre la persona que comete el acto y aquellos que reaccionan ante el mismo (19-24).

Como vemos, el grupo social indica a tal o cual persona de marginal. Ello tiene una amplia correspondencia con el papel que desarrolla el consumo en su tarea de trazar los límites entre ciudadanos y excluidos. Si bien el consumo hace evidente la infraclase, este no puede, por su propia naturaleza, discriminar entre los excluidos del nuevo orden y los simplemente desviados, pero tolerados en tanto consumidores hechos. La conducta desviada no coincide, en todos los casos, con la de la infraclase. Por ejemplo, un artista que persiste en el consumo de psicotrópicos no pertenece necesariamente a la infraclase y, por tanto, no es un excluido. José Tola es un confeso toxicómano; por lo tanto, mantiene una conducta desviada, pero no es un desclasado. Sin embargo, hay gente paupérrima que pertenece a la infraclase y no consume ningún psicotrópico. Con todo esto, quiero decir que a este “otro” nuevo sujeto limeño se lo representa doblemente marginal: pertenece a la infraclase y mantiene una conducta desviada.

Llegado a este punto, es necesario profundizar un poco más en el tema de las drogas. Cuando hablamos de ellas con ese único rótulo, establecemos una distorsión en la percepción del fenómeno. Dicha distorsión parte de la imprecisión del término “droga”. ¿Qué significa eso? Sus acepciones refieren, en gran parte, al uso médico.

Vale decir, a sustancias para el tratamiento de enfermedades. Por ello, para evitar ambigüedades, prefiero emplear el término “psicotrópico”, el cual proviene de la jerga psiquiátrica y que ilustra mejor el problema: sustancias que alteran el sistema nervioso y producen alteraciones de conciencia. Básicamente, esa sería la definición que se emplea en el fragmento de la canción citada.

Estas sustancias establecen de por sí marcas de identidad: diferentes grupos sociales consumen diferentes psicotrópicos en un período de la historia determinado. Por ejemplo, es muy conocida la asociación entre el opio y algunos poetas franceses del siglo XIX. El consumo de esta sustancia marca una conducta e identidad social específica: el sujeto construye una identidad subterránea o antisocial. Una situación parecida la observamos en este fragmento de “Mi barrio”, donde se consumen “tronchos”. Esta expresión de origen lumpen hace referencia a la pasta básica de cocaína. Nótese que se trata de PBC y no de clorhidrato de cocaína. Este último funciona como una marca de clase para los estratos medios y altos, y aparece en casi toda la literatura peruana del siglo XX donde se representan dichos estratos sociales, desde Duque de Diez-Canseco hasta Nuestros años salvajes de Carlos Torres Rotondo. En cambio, la pasta básica de cocaína es una marca para los estratos sociales bajos. ¿Quiénes consumen PBC? Los excluidos del nuevo orden. Ello se debe a su bajo costo en el mercado y a su asociación con las actividades delictivas.

Ese “otro” nuevo sujeto limeño está segregado por muchas razones: porque no se viste “normal”, porque es un ladrón, porque se prostituye y porque fuma “tronchos”. Todos esos elementos configuran su identidad en oposición al consumo ortodoxo de la sociedad de consumidores.

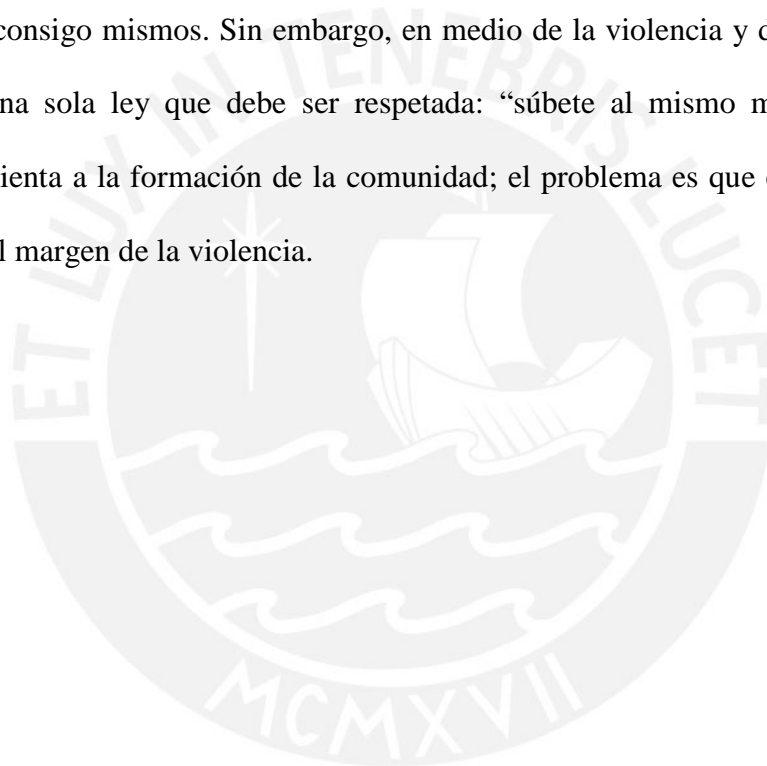
Por otro lado, en el fragmento analizado se muestra el espacio urbano totalmente fragmentado. Los individuos que recorren la ciudad son seres contruidos a

partir de múltiples pertenencias y marcas sociales. Observamos la disolución de las identidades sólidas y la emergencia de las flexibles o fragmentarias. Se destruye el concepto de la megaciudad como un todo coherente; el espacio urbano no será uno solo nunca más. Estamos ante la presencia de una ciudad-país, en donde los barrios, los distritos, configuran lo que podríamos llamar sus provincias. El sujeto representado enuncia su discurso desde El Agustino y establece puentes de identidad con San Juan de Lurigancho y Chorrillos: “Vecinos de Luri y también de Chorrillos/ hay chongo de hembras y también de los cabros”. Estos barrios populares modelan ulteriormente la construcción de su identidad. Se deslocaliza, de este modo, las concentraciones urbanas y se disgrega el espacio para transformar a la ciudad en un “espectáculo multimedia”.

El nuevo sujeto limeño es un sujeto compuesto a partir de múltiples experiencias. El consumo, oficial o paralelo, ortodoxo o subterráneo, le otorga marcas con las que produce una identidad no solo híbrida, sino fragmentaria. La representación hecha por *Los Mojarras* se circunscribe a barrios populares. Sin embargo, esa identidad se proyecta desde el barrio hacia otras esferas con la ambición de ser nacional. La incursión de este banda de rock en los medios masivos, sobre todo a través Los de arriba y los de abajo, hizo que la simbología de aquel barrio representado no se quedara en una esfera local, sino que “se irradia, como se sabe, no solo a las principales capitales de la costa sino también de la sierra y, en la última década, a la ceja de selva” (Franco 85).

Quizá lo más curioso de esta desterritorialización cultural es que se produce en un contexto de alta territorialización física. Por un lado, el sujeto construye su identidad a partir de marcas de consumo que provienen de todo el mundo; y por otro, circunscribe esta misma identidad a una localidad específica: los barrios bajos.

La fragmentación no impide la construcción de la comunidad. No importa si uno prefiere la chicha y otro, el rock; o si uno es toxicómano y otro, ambulante en La Parada. El hecho es que entre todos se retroalimentan y producen identificaciones colectivas. Sin embargo, la comunidad no queda exenta del terror. En “Mi barrio”, la comunidad se establece bajo el régimen violento que impera en sus calles: “súbete al mismo micro/ sino en mancha te pueden/ atropellar, a ti cuadrar”. Se ha creado la comunidad, pero el conflicto permanece. Los seres que la conforman son antagonistas entre sí y consigo mismos. Sin embargo, en medio de la violencia y del aparente caos, se erige una sola ley que debe ser respetada: “súbete al mismo micro”. El propio régimen alienta a la formación de la comunidad; el problema es que esta aún no logra formarse al margen de la violencia.



5. Conclusiones

Como hemos visto a lo largo de este ensayo, el consumo funciona como un canal de comunicación para proyectar la subjetividad hacia las esferas sociales. Para ejercer cabalmente una identidad, esta necesita comunicarse, hacer evidente su identificación y diferencia. Y es, precisamente, en este marco, donde se vincula con el consumo. Este provee las herramientas necesarias para que el sujeto torne visible su identidad, sobre todo, si lo entendemos no solo como un consumo de bienes y servicios, sino también cultural, ideológico y político. En ese sentido, el consumo funciona como un “mecanismo para establecer los significados en relación con los otros y volver visibles los horizontes de la propia identidad” (Esteinou y Millán 60). Los bienes de consumo dejan de ser neutrales y pasan a ser atributos personales que representan relaciones específicas.

Pero el consumo no sirve únicamente para marcar diferencias a través de la selección individual, sino también para la construcción de la igualdad a través de la pertenencia imaginada a grupos sociales (Huber 28). Por ello, en el análisis hecho, se demostró que las identificaciones sociales muchas veces se establecían en virtud a un determinado consumo. Se gestaban grupos sociales como los chicheros, los roqueros o los salseros. A la vez que las subjetividades de estos grupos marcaban sus propias diferencias, también establecían nexos de comunidad a través de un consumo englobador: las fiestas para la construcción del barrio. El sujeto construye su identidad a través de dos tipos de consumo: uno específico y otro general. El primero tiene que ver con marcas de consumo que otorgan diferencias; y el segundo, con marcas que crean igualdades.

Por todo ello, el consumo reemplaza la relevancia de las clases, de los grupos de parentesco o de las comunidades territoriales en la formación de las identidades (Huber 28). Las comunidades que surgen y los individuos que las conforman son fragmentarios. Se disgrega el espacio y se pierde el sentido de pertenencia a una territorialidad, al menos, en el sentido cultural. La identidad queda, entonces, repartida entre múltiples redes. La ciudad se fragmenta y los barrios desarrollan sus propias identificaciones. Y, a nivel individual, la fragmentación se torna aún más radical. El nuevo sujeto limeño es en sí mismo un ser fragmentario: pertenece a una “comunidad interpretativa de consumidores” durante un período, cambiando constantemente el norte de su identificación. Incluso, en un mismo tiempo y lugar, este sujeto es capaz de alternar identificaciones en apariencia antagónicas como el consumo de “calientito” y güisqui a la vez.

En la medida en que la globalización gana terreno, arrasa con las culturas locales; pero, a la vez, construye nuevas, por ejemplo, las culturas juveniles transnacionales (Huber 108). Surgen nuevas formas de comunidades imaginadas, comunidades separadas por distancias físicas, culturales o económicas, pero unidas por la ocupación de un nuevo espacio: el deslocalizado. Este nuevo espacio desterritorializado es el escenario donde se cuecen las nuevas identidades híbridas que he desarrollado a lo largo de este ensayo. La identidad empieza a definirse por pertenencias a “tribus planetarias”, expresión acuñada por Amin Maalouf en Identidades asesinas y que alude al carácter tribal de las identidades contemporáneas y a cómo estas saltan alegremente las fronteras geográficas. Son tribus porque se constituyen en torno a intereses comunes y son planetarias porque se encuentran esparcidas por todo el globo.

Sin embargo, como vimos en la cuarta sección de este ensayo, las comunidades globales y su impulso consumista generan también desplazamientos sociales. Surgen rostros afeados que nadie quiere ver; seres que evidencian el lado siniestro del consumo: la disgregación social. Este “otro” nuevo sujeto limeño denuncia un orden absurdo que mide a la gente por su capacidad de consumo. Asimismo, se revelan, a través de este “otro” sujeto, las contradicciones de un sistema que promete la igualdad de condiciones para surgir, y solo reproduce pobreza y exclusión. *Los Mojarras* representan claramente este conflicto al final de la canción “Humareda”, cuya primera estrofa se analizó al inicio de este ensayo:

.....

Si mi destino ha sido terminar
lanzándome desde el onceavo piso del Centro Cívico
es que mis dos yo
siempre están
en conflicto.

En las primeras páginas de este ensayo, al analizar un fragmento de esta misma canción, puse en evidencia el intento del sujeto por construir su identidad a partir del consumo multicultural. Sin embargo, en este epílogo, a modo consecuencia, se muestra a dicho sujeto enloquecido por dos posturas antagónicas sobre su propia identidad, por dos yo que “siempre están en conflicto”. Uno que intenta ganar terreno en su lucha por la ciudadanía y validar su herencia tradicional, y otro que representa la marginalidad y exclusión desde donde se enuncia el discurso. En el Perú, la comunidad trata de formarse a pesar de todo y contra todo, pero las heridas producidas por la segregación

colonial no han cerrado del todo. El nuevo sujeto limeño ha intentado articular una comunidad fragmentaria, pero continua atacándose a sí mismo y padece en el intento.

Resulta igualmente significativo que se arroje desde el “onceavo piso del Centro Cívico”. Es como si el sujeto demostrara con su muerte la imposibilidad de tejer en el Perú un orden social igualitario. Se presenta, entonces, al suicidio como un alegato contra el poder, como un grito de desaprobación y repudio ante la inactividad e incompetencia del Estado que no ha podido crear las medidas necesarias para incluir en su lista de invitados a los excluidos y desamparados por el consumo.

La nación no se logra construir al margen de la violencia, la desigualdad y la exclusión social. La voz subalterna que enuncia el discurso aparece como una irrupción que desarticula la narrativa optimista y centralizada, con lo que se revela un conjunto de síntomas que manifiestan el fracaso y las contradicciones del sistema social contemporáneo (Vich 359). El “otro” nuevo sujeto limeño es el encargado de poner en evidencia esta situación y denuncia con su aspecto y tribulaciones un nuevo orden siniestro y siempre dispuesto a excluir a aquel que no consuma como es debido.

En esta época, llena de vértigo por la velocidad y las telecomunicaciones, se hace evidente un nuevo fenómeno en la manera de entender las subjetividades: la emergencia de la fragmentación como una característica principal en la construcción de las identidades nacionales. En ella se encuentra un punto de referencia importante para entender el mundo contemporáneo. En el carácter fragmentario encontramos que hay una identidad ciudadana más allá de los límites territoriales y que el sujeto no es un ser compacto y uniforme, sino un rostro cubista hecho con fragmentos de su propia cotidianidad: un hijo del destierro.

La lucha por la ciudadanía en el Perú ha estado siempre marcada por la exclusión social, de la cual es cómplice el Estado, ya sea por su patente incompetencia

o por su negligencia a la hora de definir a los actores sociales pertinentes para conducir al país. Sin embargo, la actuación de los miles de individuos, motivados por el deseo de progreso o por la mejora de sus condiciones de vida, ha hecho posible un proceso que obliga a pensar los imaginarios colectivos en conexión con las demandas ciudadanas. Ese proceso es el resultado de poco de más de cinco décadas de migraciones continuas y de frustraciones al no ver cuajados sus derechos ciudadanos.

La fragmentación de las sociedades contemporáneas no es un impedimento para la formación de comunidades nacionales. Por el contrario, el mundo, cada vez más, evidencia sus rostros cubistas. El problema es que la fragmentación aún no logra consolidarse como una unidad estable. El mosaico que se forma a partir de los distintos fragmentos culturales es destruido en el instante mismo en que emerge la violencia. Se establece un intento por construir una noción articulada de comunidad, pero la violencia y la exclusión desestabilizan esos anhelos.

Migración, asentamiento, intercambio: el largo camino de la humanidad. Asistimos a una era donde la tecnología permite mostrarnos en nuestra pluralidad. El problema de la ciudadanía, en el Perú, no radica en su carácter fragmentario o en la aparente mezcla de culturas antagónicas; el problema se encuentra en la negación de nosotros mismos. El consumo otorga herramientas para la construcción de una identidad multicultural, pero el proyecto no logra concretarse y el sujeto termina reproduciendo un discurso donde se revelan los antagonismos de la sociedad contemporánea, sus perversiones y exclusiones.



Anexo

Nostalgia provinciana

Ahí se va una generación de pueblos de migrantes
que vivieron un mundo diferente
a la de sus padres a la de nuestros abuelos.
Asistieron a colegios con gente de ciudad
fusionando sus costumbres.

Nostalgia provinciana en busca de oportunidad.
Ahora ha pasado el tiempo.
Ahora somos mucho más.
La dura vida urbana
y eso de ser marginal
hizo de nuestra raza
acero de superación.

Ellos forjaron aquí otras generaciones
del cual salimos muy orgullosos
de esta nuestra tierra
y de nuestros padres.
No somos limeños
de sangre, mas tenemos su cultura.
No hemos nacido en provincia,
mas es nuestra sangre.

Nostalgia provinciana en busca de oportunidad.
Ahora ha pasado el tiempo.
Ahora somos mucho más.
La dura vida urbana
y eso de ser marginal
hizo de nuestra raza
acero de superación.

Lima limeña, Lima provinciana
Lima tu presente, somos tu futuro.

En tus calles como ambulantes.
En tus mercados como comerciantes.
En tus edificios en tus pueblos jóvenes.
Desde el obrero hasta el empresario.

Ya me voy, ya me estoy yendo ya.
Dios mío ayúdame por favor.
Cantaban, cantaban al partir.

Lima limeña, Lima limón.
Lima serrana, Lima provinciana.
Lima de recuerdos, Lima la hermana.

Sarita Colonia

(A Sarita, por el milagro concedido, huepa ya...)

Con voz de hierro, comba, fuerza y sudor
van doblegando al gigante piedrón
golpe a golpe en un solo lugar
con la certeza que será su hogar.
El cerro se rinde ya
a las manos del pueblo.

De todas la razas y de todo color
con sus mil creencias y modo de pensar
van construyendo en asamblea local:
fin de semana trabajo comunal.
Se unieron, para forjar agua y desagüe, pista y demás.

No se amilanan aunque no hay lana
se autofinancian con tonos pro.
Suena un huainito, bailan salseros,
gritan roqueros, piden chicha.
Se armó una bronca que terminó
cuando un achora'ó saca un cuchillón.
¡Una chicha!

Sarita Colonia, patrona del pobre
no quiero mas rejas, no quiero mas llanto.

(Y otra vez, Los Mojarras)

Triciclo Perú

Triciclos con zapatos,
un vaso de chicha, un buen reloj,
camisas, chucherías
de todo en las calles y en montón.
Persignan la primera venta.
Las calles están repletas.
Impulsa el triciclo ambulante llamado Perú.

Los micros están repletos.
La gente se apresta a trabajar:
obreros, empleados,
doctor, enfermera y hasta un capitán
van mirando sus relojes,
mientras el microbusero
impulsa esos pistones llamados Perú.

Todos a la cima, todos quieren llegar.
No importa el camino
todos van a llegar
a la cima
¡Felicidad!
El pobre a ser rico el rico a ser rey
el rey a la gloria la gloria inmortal
¡Resurrección!
Vuelve a empezar.
Muchos zapatos vamos a gastar para llegar.

Alma para conquistarte
corazón para quererte
y vida para vivirla junto a ti.
Sí, Perú.

Humareda

No va a cambiar,
te va dañar.
De esas no cambian, no cambian.

He bebido del moliente de La Parada
al que llaman cariñosamente
calientito.
He bebido también del güisqui
el más fino y exquisito.
He gozado de una mujer,
de una mujer de alta alcurnia
y también señores de una recién bajadita de la puna.

Sé lo que es dormir,
sé lo que es dormir en un departamento full equipo.
Y lo que es tiritar
entre cuatro esteras mal paradas,
que más parecieran
haber sido crucificadas.

Y es que
vivo conjugando
la virtud y el pecado.
Vivo del futuro
y también del pasado.
Me gusta disfrutar
de París y La Parada
entre hombres sudando
y Marilín,
mi enamorada.

Sé lo que es tener,
sé lo que es tener los bolsillos llenos de cobre.
Y de pobre,
lo que es digerir
los propios intestinos.
Si mi destino ha sido terminar
lanzándome desde el onceavo piso del Centro Cívico
es que mis dos yo
siempre están
en conflicto.

Mi yo materialista,
mi yo materialista,
y mi yo idealista
van discutiendo sobre mi muerte,
mientras mi yo idealista
quiere disfrutar

de una caída libre,
mi yo materialista
saca cuentas:
cuánto costará mi entierro.

No va cambiar,
te va dañar.
De esas no cambian, no cambian.



Mi barrio

*Ay, por el camino de un sitio mío
un carretero alegre pasó.*

¿Y qué pasó?

—Hey, loco, loco,

¿Tienes un solcito?

Gracias, loco.

(Cuando la tarde languidece, renace la sombra...)

¡A correr!

Mi barrio es tan bajo como un sótano.

Un sótano.

Aquí toda vida no vale un centavo.

Un centavo.

Vecinos de Luri y también de Chorrillos.

De Chorrillos.

Hay chongo de hembras y también de los cabros.

Oye tu pequeña, tú qué quieres conmigo.

Tú conmigo.

Yo no tengo plata pa'pagarte el favor.

Pagártelo.

No seas idiota, ella está en angustia.

En angustia.

Te ofrece su cuerpo solo a cambio de un troncho.

Oye tú que eres nuevo

te lo voy a advertir

súbete al mismo micro

si no en mancha te pueden

atropellar

a ti cuadrar.

(Corre Klaus Frederich)

(Así cachorro. Rompe esas cuerdas)

La chica ye-ye²

Entre dos santos canonizados,
San Pablo y el cerro San Cosme,
rezan las pirañas
pa' que caiga algún incauto.
Y entre carretillas
y triciclos se van cruzando
como si fuera una danza:
unos altivos y otros a gachas.
Chinita, sí.

Los ebrios cambian de muro y de vereda
y es que la sombra se les fue pa'l frente.
Ropavejeros y cachineros.
arman enjambre de compra y vende.
Y entre todo aquello
nuestro amor va floreciendo.
Todo aquí es de segunda,
mas nuestro amor es de primera.
Chinita, sí.

Te he comprado un lindo vestido
hecho en los Estados Unidos.
Y tú me regalaste
unos zapatos del mismo triciclo.
Sé que nos amamos
aunque somos un par de misios:
apenas pa'l micro
y otro tanto para el telo.
Chinita, sí

En el suelo: vidrios
son mil estrellas, estrellas.
Y es que a tu lado
soy más humano, humano.
Tú que quieres tekno,
yo una chicha.
Tú le dices caviar,
y yo huevera frita.

Gente de noche

² El título original era *Chicha ye-ye*, que sufrió una modificación al imprimirse la portada del disco. Posteriormente, se conservó la errata y ahora se conoce esta canción con el nombre de *Chica ye-ye*.

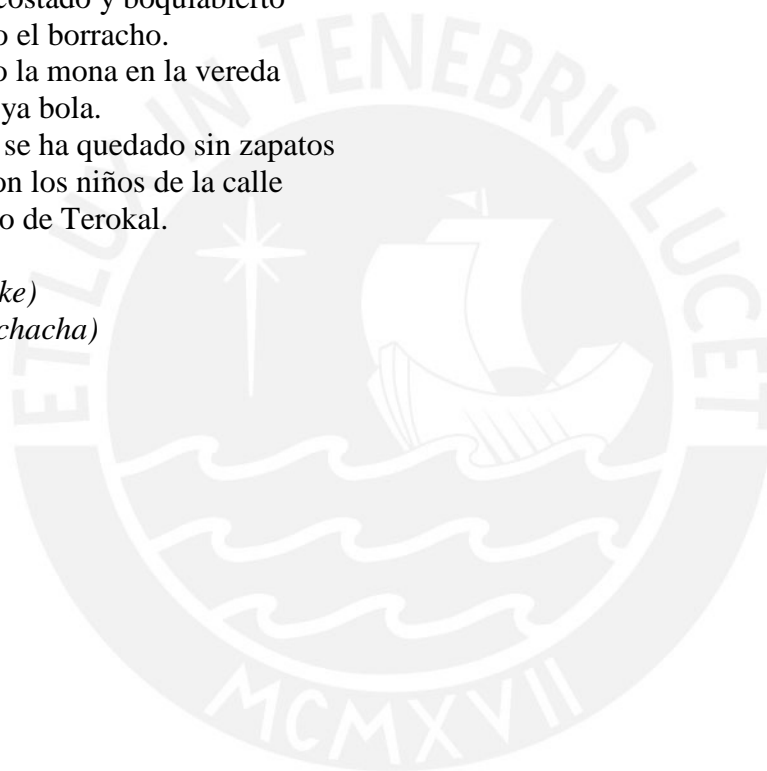
Cuando sale el sol y alumbran las calles
la gente que bosteza se dispone a salir
sin saber que anoche en esas calles vacías
había mucha gente que se ha ido a dormir.
Gente de noche, son gente de noche.

Todas las veredas hablan a su manera
quedando vestigios de lo que aquí pasó:
botellas por el suelo y los preservativos
colillas como nieve que resisten el sol.
Gente de noche, son gente de noche.

Cuello de costado y boquiabierto
ha quedado el borracho.
Durmiendo la mona en la vereda
le pasaron ya bola.
El hombre se ha quedado sin zapatos
lo vendieron los niños de la calle
por un poco de Terokal.

(Vamos Kike)

(Goza, muchacha)



Cachuca

*(Para todos mis hermanos provincianos)
(Buena Satoche. Así José María)*

Era un sol frío de invierno
que alumbró ese rincón.
De pronto entre cartones
se levantó el muchachón.

Él vive afuera en las calles
su techo es el cielo.
No tiene nombre de pila
y lo apodan Cachuca.
¿Saben por qué?
Porque él no respeta lo ajeno
y choca con cualquiera
a veces en la Parada
o en tono chicha

Cachuca
es un ladrón.

*(Con cariño para la Cruz de Motupe)
(Que viva el nervio)*

Que le arranchan la cartera
cuando subía al micro.
Que le arrebatan el bobo
Cuando paseaba con su amor.
Ayer lo vieron corriendo
de 2 de mayo a La Unión.
Atrás iba un policía
y más atrás un huevón.

Es Cachucha
es un ladón
la sociedad lo fabricó.
Porque él no respeta lo ajeno
y choca con cualquiera
a veces en La Parada
o en tono chicha.

*(Para El Agustino)
(Con cariño para Perla de los Andes y el Cerro San Cristóbal)
(Vamos "Así es mi tierra")*

Hipocresía infernal

La gente me mira al pasar
haciendo una mueca de horror
algunos se burlan
otros que murmuran
cuando a mis espaldas están.

Todo eso me llega alto.
Yo soy como yo quiero ser.
Aunque me critiquen
aunque me censuren
yo soy como yo quiero ser.

De carne, de hueso
yo soy.

Sé que soy lacra social
porque no me visto normal
porque no me peino
porque no me lustro
porque no voy a la iglesia.

No hay pero ciego que aquel
que teniendo ojos no ve
que esas costumbres
es la mascarada de la hipocresía infernal.

De carne, de hueso
yo soy.

Mi padre no me quiere ni ver
mi madre me sermonea.
La familia de mi hembra
dicen que he deshonrado su apellido familiar
que no me vengan con huevadas
si ella es Quispe Mamani
de que sangre azul me habla.

De carne, de hueso
yo soy.

Recuerdos del futuro

(Vamos mama Paya. Así, así. Eso. So burro, so)

Cuántas veces le escuché repetir y repetir la misma historia que he caído en la sensación de haberla vivido: qué bonita la quebrada cuando florece la papa morado se pone todito y hay fiesta en el pueblo.

Todas las casas mandan sus músicos:
que el arpa de don Jesús
Que el clarinete de papá Soto
que el saxo de Calixto
y las niñas cantan y danzan alegremente.

(Vamos don Quiñones. Así, así)

Veo a mi abuela apurada metiendo el burro al corral con el ichu en el lomo y el lomo de ella.
Mi abuelo ya danza alegremente
chaccha coca con ceniza y cal
para terminar bailando a pierna suelta.

Pero qué bonito cuando el tío se pone a bailar.
Con traje de chuto a todo y a todos latiguar.
Y los niños en revuelta no lo dejan
no lo dejan, no lo dejan de jugar.

Oye, Filimón³, déjame pasar
No seas malo, malo.
Te juro que hoy no he podido cobrar
mi pago, pago.
La fiesta es aquí, son en corralón
cerrado, rado.
No como mi abuelo me lo contó
en el campo, campo.

La fiesta está que arde.
las bandas mano a mano.
Las chicas con polleras
los chicos con sus trajes.
Y yo estoy aquí afuera
misio sin ni un centavo.

(Vamos tío Tomás)

(Vamos compadre Elías, saque a su pareja)

³ Se denomina Filimón a los jóvenes provincianos que se dejaban levar para obtener algunos beneficios como vivienda, vestimenta y alimentos, ya que su condición económica era muy precaria.

Obras citadas

Discografía:

- Los Mojarras. Sarita Colonia. El Virrey, 1992.
- -----, Ruidos en la ciudad. Discos Hispanos, 1994.
- -----, Ópera salvaje para tribus urbanas. Eureka Records, 1995.

Bibliografía:

- Anderson, Benedict. Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo. México DF: FCE, 1993.
- Bauman, Zygmunt. Vida de consumo. Buenos Aires: FCE, 2007.
- Becker, Howard. Los extraños: sociología de la desviación. Buenos Aires: Tiempo contemporáneo, 1971.
- Cornejo-Polar, Antonio. “Una heterogeneidad no dialéctica: sujeto y discurso migrantes en el Perú moderno”. Revista iberoamericana. 62.176 (1996): 837-844.
- Degregori, Carlos Iván, Cecilia Blondet y Nicolás Lynch. Conquistadores de un nuevo mundo: de invasores a ciudadanos en San Martín de Porres. Lima: IEP, 1986.
- De Soto, Hernando. El otro sendero. 6º ed. Lima: Instituto Libertad y Democracia, 1987.
- Esteinou, Rosario y René Millán. “Cultura, identidad y consumo”. Debate feminista 1.3 (1991): 54-62.
- Franco, Carlos. Imágenes de la sociedad peruana: la “otra” modernidad. Lima: CEDEP, 1991.

- García Canclini, Néstor. Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización. México, D.F.: Grijalbo, 1995.
- -----, Diferentes, desiguales y desconectados. Barcelona: Gedisa, 2004.
- Grompone, Romeo. Las nuevas reglas del juego: transformaciones sociales, culturales y políticas en Lima. Lima: IEP, 1999.
- Huber, Ludwig. Consumo, cultura e identidad en el mundo globalizado. Lima: IEP, 2002.
- Jameson, Frederic. El giro cultural: escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998. Buenos Aires: Manantial, 1999.
- Maalouf, Amin. Identidades asesinas. Madrid: Alianza Editorial, 2002.
- Matos Mar, José. Desborde popular y crisis del Estado: el nuevo rostro del Perú en la década de 1980. Lima: Fondo editorial del Congreso del Perú, 2004.
- Nugent, Guillermo. El laberinto de la choledad. Lima: Fundación Friedrich Ebert, 1992
- Portocarrero, Gonzalo. “Ajuste de cuentas: cuatro años de TEMPO”. Los nuevos limeños: sueños, fervores y caminos en el mundo popular. Lima: Sur, Tafor, 1993.
- -----, “Las nuevas poéticas del sujeto en la sociedad peruana”. Historia de la cultura peruana, vol.2. Lima: Congreso de la República, 2000.
- Quijano, Anibal. Dominación y cultura: lo cholo y el conflicto cultural en el Perú. Lima: Mosca Azul editores, 1980.
- Reguillo, Rossana. Emergencia de culturas juveniles: estrategias del desencanto. Buenos Aires: Norma, 2000.

- Vich, Víctor. “Borrachos de amor: las luchas por la ciudadanía en el cancionero popular peruano”. En: Batallas por la memoria: antagonismos de la promesa peruana. Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, 2003.

