

Dina y Chacalón: el secuestro de la experiencia

Vich, Víctor

Un nuevo fantasma recorre las pantallas de la TV peruana a partir de las miniserias dedicadas a *Dina Páucar* y *Chacalón*. Ante una realidad social atravesada por múltiples procesos de deterioro y de recomposición material y simbólica, lo que está ocurriendo con algunos programas de la televisión representa parte de un complejo proceso sociocultural que ha venido desarrollándose en las últimas décadas y que es importante continuar discutiendo. Hasta hace muy poco tiempo, Dina Páucar y Chacalón eran cantantes populares cuya fama refería a una particular identidad y a un territorio específico; hoy en día, ambos se han convertido en “símbolos nacionales,” íconos que resumen la nación popular del fin y del comienzo de un nuevo siglo.

En este ensayo me interesa estudiar las relaciones entre cultura y mercado para entender, por un lado, las maneras en que el actual modelo económico afecta al capital simbólico generando una instancia de poder que propone nuevos cánones culturales y, por otro, la función que cumplen algunas narrativas simbólicas para legitimar dicho modelo y reforzar la ideología subyacente en él. Si la subjetividad colectiva se constituye a partir de condiciones materiales y de representaciones simbólicas, el objetivo del presente ensayo es investigar las nuevas fantasías—los nuevos deseos, las inéditas formas de goce—que se están introduciendo en la cultura a partir de complejos circuitos comunicacionales en las que ellas se legitiman.

Comencemos por el primer punto: el mercado abre hoy una lógica diferente respecto de las maneras en que la cultura es administrada. Hay algo en el mercado que “descentra;” hay algo que “capta” y que otras instituciones se demoran demasiado en hacerlo o no tienen la fuerza suficiente para intentar sostener un nuevo clima cultural. No se trata, por supuesto, de afirmar que el mercado posea algún interés democratizador; nos encontramos, simplemente, ante la respuesta de una demanda que no es canalizada por otros medios y frente a la cual las ganancias están “servidas”. Lo que actualmente se observa es un acelerado proceso de mercantilización de lo simbólico y además la utilización de la cultura como “recurso”.^[2] Entender a la cultura desde tal perspectiva implica analizar los usos específicos a la que es sometida para alcanzar diversos fines. En el caso de las series televisivas que voy a analizar, lo que está en juego es un fin económico y también político: canalizar una demanda y legitimar una ideología específica.

Como sabemos, en la historia de América Latina el Estado quiso ser un promotor o, al menos, un “garante” de la cultura. A partir del siglo XIX, fueron los Estados nacionales los que impusieron el canon cultural, el tipo de representaciones donde todos los ciudadanos debían reconocerse para poder integrarse e imaginar la comunidad. La construcción de los museos públicos es un buen ejemplo de aquello. Concebidos casi como templos laicos de la nación, los museos ofrecieron una particular narrativa de la cultura enunciada a partir de múltiples intereses: el paradigma de la modernidad, del Estado homogenizador, de la disciplina y de cierta militarización de la sociedad civil. En buena cuenta, se trataba de nombrar a la nación (de poder captar su “esencia”) y de construirla, al menos, textualmente. De más está señalar que en esta época muchos artistas construyeron sus representaciones teniendo al Estado como el interlocutor privilegiado.

Posteriormente, las lógicas del Estado entraron en crisis y sectores de la sociedad civil se constituyeron como lugares alternativos para construir un nuevo canon cultural. Se trató, en ese momento, de cuestionar la selección oficial para comenzar a nombrar lo que no estaba nombrado o,

simplemente, para nombrarlo de otra manera. Así, el Estado se convirtió en un enemigo y el control de la significación cambió de manos: periodistas, letrados y políticos asumieron la tarea de regular la producción simbólica. El surgimiento del indigenismo en los países andinos es el mejor ejemplo en este caso. Producido por intelectuales urbanos, el indigenismo reaccionó ante el canon oficial ampliando los márgenes de la nación y proponiendo la representación de sujetos excluidos a los que siempre “inventó” a partir de ciertos intereses ideológicos: comunitarismo esencialista, armonía con la naturaleza, desproblematización de la vida anterior a la presencia de un factor moderno, entre otros.

Lo que el día de hoy está ocurriendo en la configuración del canon cultural constituye un giro de nuevo tipo: el mercado ha comenzado a regular la cultura y a instalar, en el centro mismo de la nación, a sujetos o a prácticas culturales que no han sido suficientemente reconocidos por otros medios. Es cierto que el mercado despolitiza y excluye, pero es igualmente verdadero que también “descentra” y que ese descentramiento produce transformaciones que debemos evaluar con cuidado. Al cancelar la centralidad del Estado, el mercado impone un nuevo poder regulador. El canon hoy hegemónico está basado en grados de mayor o menor rentabilidad económica pero también en un tipo de “flexibilidad” que abre un espacio inédito para reconfigurar nuevos espacios simbólicos y quizá fuerzas alternativas.

La tarea de teorizar el mercado implica describir procesos de acumulación pero conduce también a la necesidad de analizar el consumo. En la actual teoría crítica, el estudio del consumo ya no es más descrito como el “efecto” de sujetos mecanizados que responden pasivamente a las voluntades de otros. Hoy en día el consumo también “sirve para pensar”, vale decir, describe cómo ocurre la incorporación simbólica en la vida de las personas y cómo, gracias a su mediación, se forman identidades sociales y comunidades diferenciadas.^[3] Al consumir, es cierto, los sujetos también expresamos nuestra agencia y ello implica alguna forma de poder social. Demasiado optimista quizá, Miller sostiene que, como principio rector de la sociedad, el consumo ha reemplazado a la producción y que lo que liberará al mundo ya no es, exactamente, la conciencia del proletariado sino la organización del consumidor.^[4]

En todo caso, es importante relocalizar el consumo como una estrategia cultural que pueda ir de la mano con una reconceptualización del valor y de la ciudadanía en la sociedad globalizada. En efecto, consumir abre una puerta para conquistar ciertos espacios políticos y es ahí donde quiero situar el análisis de las series televisivas que he propuesto. No se trata, por supuesto, de “auspiciar la disolución de la ciudadanía en consumo” sino más bien de reflexionar sobre la función que cumplen algunas narrativas simbólicas en la vida social.^[5] Como todo objeto cultural, estas series televisivas están construidas sobre la base de un conjunto de discursos que las han posibilitado simbólicamente y que las promueven al interior de una amalgama de significados bastante contradictorios entre sí. Es objetivo de este ensayo determinar cómo estas series televisivas se están constituyendo en fuertes instancias de interpelación que si, por un lado, “inventan” subjetividades determinadas únicamente por su voluntad, por otro, nos sitúan también ante imágenes que valoran el trabajo y abren algunos espacios de utopía y protesta social.

El folclor actual y su ingreso a la televisión masiva

En el Perú contemporáneo, las industrias del folclor han adquirido características muy particulares en la última década. Investigaciones recientes demuestran no sólo su gran vitalidad expresiva sino, sobre todo, la importante cantidad de capital económico que ahí se moviliza. Si décadas atrás discutíamos de la marginalidad de la música folclórica peruana, hoy en día, asistimos a un verdadero éxito comercial que moviliza cientos de miles de dólares y que, además, disemina una

serie de significados a partir de los cuales los sujetos negocian sus identidades y son constituidos como nuevos actores en el escenario social. Nos enfrentamos, por tanto, a una radical reestructuración de los mercados populares pero también a la producción de una “nueva narrativa” que exalta el triunfo de los provincianos en el capitalismo tardío.[\[6\]](#)

Lo que con ello se quiere decir, es que durante los últimos años los cantantes folclóricos ya no dependen de las grandes disqueras ni de complejos monopólicos para difundir sus éxitos. En la actualidad, los cantantes de folclor han conseguido independizarse de cualquier tipo de “agentes externos” y trabajan ellos mismos organizando sus propios conciertos. De sujetos “asalariados”, han pasado a ser “administradores de sí mismos” con empresas propias constituidas sobre relaciones de parentesco. Como sabemos, Dina Páucar no es la única estrella y un gran panteón de cantantes (Sonia Morales, Abencia Meza, Alicia Delgado, Laurita Pacheco y Anita Santibáñez) han inundado ciudades y pueblos con una música híbrida que combina elementos del huayno, la chicha y la cumbia más estilizada.[\[7\]](#) ¿Cómo abordar el estudio de estas series televisivas en este contexto social tan cargado? ¿Cómo analizarlas sin desentenderse de lo que ocurre fuera de ellas? Es el proyecto en el que nos encaminaremos en las líneas siguientes.

Como explica bien Alfaro, este cambio se debe a la voluntad (o al destino) de haber pasado de la lógica de “producción” a otra —mucho más dinámica—concentrada en los “servicios” o, mejor dicho, en la “organización de eventos.” En efecto, en la actualidad no se gana dinero en el Perú vendiendo discos, sino organizado multitudinarios conciertos populares plagados de distintos tipos de servicios. Sabemos que las grandes estrellas de la música popular pueden llegar a cantar en *tres* o en *cuatro* conciertos en una misma noche y también en lugares realmente distantes en una misma semana. “Nuestro Billboard se mide por la entrada pagada y la cerveza tomada” sostiene Alfaro, sugiriendo una nueva manera, casi preformativa, de apropiarse de algún aspecto de la modernidad.[\[8\]](#)

Aunque se sabe de sus reparos iniciales y de un primer momento de desinterés, el canal privado “Frecuencia Latina” decidió producir un par de series televisivas (septiembre 2004; mayo 2005) que representaran este nuevo fenómeno y que construyeran, al mismo tiempo, una narrativa capaz de movilizar sentimientos y deseos latentes en el mundo popular. La necesidad de dar forma a sentimientos colectivos mediante relatos autobiográficos o, mejor dicho, la mediatización televisiva de la experiencia humana, parece presentarse como urgente dados los constantes problemas que comienza a afrontar la hegemonía neoliberal: movilizaciones, huelgas generales, desempleo, oposición a proyectos de privatización de empresas públicas, resurgimiento de ideologías populistas, etc.[\[9\]](#)

“La lucha por un sueño”

En el mundo contemporáneo, el discurso neoliberal está ávido de ubicar procesos individuales de éxito personal donde se resalten al esfuerzo y al trabajo como la única garantía de la felicidad. Por lo mismo, algunas biografías de los migrantes son muy importantes pues las imágenes que ellas contienen comportan intensos modelos de identificación destinados a satisfacer a importantes deseos de las mayorías.[\[10\]](#) La serie sobre la vida de Dina Páucar no podía ser más explícita respecto del efecto que quiso causar en el público televidente o, mejor dicho, de la construcción misma del espectador como un sujeto constantemente invocado para seguir el ejemplo de la cantante.

El primer capítulo comienza con una escena muy clara: una niña no puede ingresar al concierto y está llorando frente al enrejado que la aleja de todas sus ilusiones. En medio de su desolación, Dina

Páucar se le acerca y se hace su amiga en unos pocos minutos. Cuando Dina le pregunta “¿*Qué quieres ser de grande?*” la respuesta es más que obvia: “*Cantante como tú.*” De esta manera, un determinado interés se vuelve más inmediato y se irá reafirmando con el pasar de los capítulos. Se trata, en realidad, de promover un modelo de identificación que tiene al discurso del éxito como un mandato que reduce todo el ascenso social a la fuerza de la voluntad y perseverancia del individuo.

El origen de la trama es muy interesante pues tiene como personaje principal a Gerardo, joven periodista que luego de estudios de postgrado en el exterior está nuevamente en el Perú y consigue trabajo en el diario más importante del país. Sin embargo, este personaje entra en una crisis existencial (y familiar) puesto que lo destinan a la sección de “espectáculos” donde le encargan realizar un reportaje sobre la vida de Dina Páucar. Como puede suponerse, él desprecia dicha sección pues piensa que la política es el lugar donde se define la identidad del país y donde puede entrar en contacto con los “verdaderos” problemas sociales que, por supuesto, él aspira solucionar.

De esta manera, podemos decir, la serie adopta un punto de vista “culturalista” que asume a la vida cotidiana como el espacio donde “realmente” se construye la experiencia social y donde se van generando los cambios y las nuevas prácticas sociales. Es a razón de dicho afán que toda la serie está interferida por una cámara que quiere ser etnográfica y que, a través de un aire siempre documental, registra los contextos que rodean a los conciertos de Dina Páucar: rostros de migrantes, comida típica, vendedores de cerveza, discos piratas, culturas juveniles, son captados con detenimiento (muchas veces en primeros planos) dentro de un “realismo etnográfico” que aspira dar acceso mediático a un tipo de realidad generalmente excluida de las telenovelas estándares y de los comerciales nacionales.

Lo interesante es que Gerardo, el joven periodista, irá valorando cada vez más la sección de espectáculos y se irá dando cuenta de que la cultura es un lugar estratégico para pensar la sociedad. Poco a poco, se irá sintiendo más interesado en aquel reportaje que, por otro lado, debe realizar junto a Cynthia, la fotógrafa del diario, de la cual se irá enamorando. Cynthia es la sobrina del dueño, es blanca, pertenece a una clase social muy alta pero es representada como alguien que valora la cultura popular y que no es funcional al racismo dominante. Cynthia es también un personaje que cuestiona el tradicional modelo de mujer invirtiendo roles sociales y no dejándose dominar por los machos que la acosan.

Juntos, Gerardo y Cynthia, entrevistan a la cantante y así se comienza a narrar la historia de Dina Páucar, desde su infancia en una comunidad rural hasta su conversión en una superestrella del folclor nacional. Se trata, como es lógico de suponer, de un relato epopéyico donde el héroe se impone a las circunstancias y donde el objetivo consiste en ir enfatizando valores humanos que siempre están codificados políticamente. En todos los capítulos, la técnica narrativa consiste en confrontar a los espectadores a las mil penurias que experimenta el personaje antes de alcanzar el éxito y de terminar constituido como un personaje más de la serie destinado a lograr un mayor realismo narrativo. De hecho, la propia Dina Páucar es una de las actrices de la serie y ella misma va reforzando, con su testimonio, la narrativa que se propone.

Más allá de cualquier problema o condicionante, Dina Páucar es representada como un sujeto que “nunca se rinde” y que intenta sobrevivir en el medio de una sociedad hostil, es cierto, pero finalmente “justa” para los que se esfuerzan “de verdad”. De empleada doméstica, a vendedora de puertas; de panadera ambulante a comerciante de ropa. Uno y otro empleo se van sucediendo en una cadena solo unificada por la voluntad incansable, el trabajo permanente y la absoluta honradez: “*Uno hace plata cuando le pone ganas a las cosas*” dice en algún momento.

Aunque el sueño de ser cantante es lo que articula toda la vida de Dina Páucar, llama muchísimo la atención que el argumento se desentienda de tal aspiración durante la mayoría de sus capítulos. Es decir, en buena parte de los mismos sólo observamos a Dina realizando trabajos que ocupan todo su tiempo y que la alejan parcialmente de su objetivo inicial. En la serie nunca vemos a Dina acudir a audiciones para buscárselas como cantante. Tal como son presentados (o representados) los hechos, su conversión en cantante se debería mucho más a un “golpe de suerte” que a su propio esfuerzo personal. Con esto no quiero sostener que la vida de Dina Páucar no haya sido un buen sedimento para conseguir el éxito futuro sino que, al final, la trama se resuelve a partir de una circunstancia totalmente azarosa.

Me explico: a Dina le regalan un par de entradas para un concierto de Chacalón. Ella está a punto de no ir pero finalmente asiste acompañada de su hermana Alejandrina, personaje fiel que la sostiene en todas sus empresas. Gracias al azar pero, sin duda, también a su curiosidad, Dina se entera que un cantante ha faltado y no duda en ofrecerse como la sustituta. Aunque los productores no la conocen deciden arriesgarse con ella para salvar algunas horas de espectáculo. Esa noche Dina aparece en el escenario en una performance que cumple con todas las expectativas y que entusiasma mucho al público asistente.

Sin embargo, podemos sostener que el “azar” ancla en raíces más profundas. Uno de aquellos productores, Rubén, se enamora y comienza a cortejarla. Como conoce muy bien el negocio, es el encargado de armarle el camino de ascenso, objetivo que consigue gracias también al talento de la cantante. Rubén es un empresario moderno que conoce muy bien el mundo popular y que le propone el proyecto económico antes descrito: se trata de manejarse ellos mismos sin la ayuda de los productores intermediarios; se trata de constituir una empresa de espectáculos y administrar ellos solos todos los conciertos: “*Sí, Dina—le dice claramente—, se gana más con la cerveza que con las entradas vendidas*”.

Ese no es el final de la serie pero sí el de Dina Páucar, que aparece cantando en vivo en multitudinarios conciertos y proyectando una imagen de gran solidez económica. El último capítulo regresa a la historia de Gerardo y de Cynthia a quienes los directivos del periódico felicitan por el gran reportaje realizado que, por otro lado, tiene un éxito en ventas. Como premio —ahora sí— les dan un encargo “político” y les anuncian enviarlos a la zona del Alto Huallaga que es, dentro del territorio peruano, un lugar altamente conflictivo donde narcotraficantes, terroristas y movimientos de campesinos retan constantemente a los gobiernos de turno.

En la escena final, vemos a ambos muchachos conversando por una calle y la cámara enfoca especialmente a Gerardo, algo asustado, de no poder declarar su amor. Entonces Cynthia decide tomar la iniciativa y se lo pregunta ella misma para luego darle un beso: *¿Gerardo, quieres estar conmigo?* La serie concluye con Dina Páucar al costado de los dos novios, casi tutelando dicha relación. Un nuevo futuro nacional se imagina en esta imagen: si antes los migrantes andinos buscaban limeños para apadrinar a sus hijos a fin de asegurarse ciertos beneficios materiales y simbólicos, esta serie termina de manera exactamente inversa ya que ahora son los migrantes los que “apadrinan” a los limeños, y son también las mujeres las que tienen mayor control sobre los hombres.

De esta manera, es de notar que las variables de *raza* y *género* han pasado a ocupar el primer plano en la descripción de la cultura. Lejos han quedado las descripciones estructurales y los desafíos económicos y clasistas. Víctima del racismo y de constantes desencuentros amorosos, la narrativa sobre la vida de Dina Páucar está básicamente enfocada en estos dos aspectos y se esfuerza por promover un nuevo clima cultural en lo que a ellos respecta. Y, desde ahí, lo más importante son las

frases que movilizan la subjetividad: “*Los sueños se cumplen todas las veces que creas en ellos; sólo hasta que los desees con todas tus fuerzas y luches, y creas en ti*”. El mensaje es entonces muy claro: la sociedad ya no existe; en realidad, ha dejado de existir hace tiempo: sólo sobrevive el individuo solitario, la fantasía —inocente y perversa— de imaginar un sujeto al que sólo le bastan sus deseos.

“El ángel del pueblo”

La serie de Chacalón combina dos historias narradas en dos tiempos distintos: por un lado, el relato de la biografía del cantante y, por otro, su conversión en santo popular once años después de su muerte. Esta segunda trama tiene como protagonista a Doña Lucy, una anciana luchadora que quiere sacar a su hija de las drogas y ubicar a su hijo que, indocumentado, viajó a Italia buscando un mejor porvenir. Como si fuera un santo más del panteón católico, Doña Lucy ha integrado a Chacalón (cuyo verdadero nombre es Lorenzo Palacios) en el pequeño altar que tiene en el viejo armario de casa. Su esposo es un anciano desengañado que se queja de todo y que se molesta de aquel nuevo culto que, en realidad, excede a la propia Doña Lucy pues ya involucra a muchas otras personas. De hecho, una y otra vez, la serie representa a varios vecinos comentando que las apariciones milagrosas del cantante suelen ocurrir al costado del tanque de agua, en la cima del cerro donde viven los más pobres del Perú, donde vivió Chacalón mismo.

Al igual que la serie sobre Dina Páucar, “*El ángel del pueblo*” quiere proponer al personaje como un modelo de conducta que, gracias a su propio esfuerzo, logró convertirse en una estrella popular. Aquí también se nos presenta a un sujeto que quiso ganarse la vida honestamente y que siempre trabajó para ello. Protagonista de una historia dramática, la vida de Chacalón resume bien el periplo de los migrantes a la capital. Al no ser reconocido por su padre, su madre tuvo que migrar sola a Lima y comenzar a trabajar en cuanto oficio fuera apareciendo: en sus inicios fue una prometedora cantante folclórica pero también una aguerrida cachascanista^[11]. Sin embargo, ambos oficios se vieron truncados a causa de su afición por el alcohol que termina cortando todos sus vínculos familiares. Madre de 14 hijos, su vida transcurre en el cerro San Cosme, lugar de mala fama, donde Chacalón pasó toda su infancia y buena parte de su vida.

A cada instante, la serie sostiene que Chacalón vivió en un callejón de mala muerte pero que no se dejó amilanar frente a tal situación. Resaltar el buen espíritu del personaje se consigue por efectos de contraste, sobre todo, por la representación de su amigo Macedonio, “Maceta”, quien pese a haber ganado un título nacional de boxeo termina perdido en la mala vida. Estructuralmente hablando, Macedonio es la figura que conecta ambas tramas pues, ya muerto el cantante popular, se hace muy amigo de Doña Lucy, le cuenta mil anécdotas de la vida de Chacalón, y es él quién la ayuda en las múltiples peripecias para sacar a su hija del mundo de la droga. Macedonio es un personaje que tuvo el “destino” en sus manos pero que, a diferencia de Chacalón, no supo aprovecharlo. Sobre este punto volveremos más adelante.

Hay, sin embargo, un personaje central que llama la atención y a partir del cual no es difícil deconstruir las oposiciones sobre la cual la historia ha sido estructurada. Se trata del chamán Yauri, una especie de vidente que conoce el futuro de Chacalón y que poco a poco va revelándose a lo largo de su vida. A partir de las anticipaciones del chamán, los espectadores somos constantemente confrontados a la idea que sostiene la premeditación de la vida de las personas: una especie de destino “ya escrito” en la vida de las personas.

Se trata, por lo mismo, de un discurso que, hasta cierto punto, echa a perder todo el objetivo de la narración pues si, por un lado, se trataba de construir una fervorosa arenga al voluntarismo (“*los*

pobres que trabajan progresan”), por otro, esta narración termina por afirmar que el éxito está escrito solamente en algunas personas. Sin embargo, esta aparente desestructuración del texto, vale decir, esta paradoja, sirve para poder encontrar su clave ideológica: en realidad, el éxito está escrito para todos, pero sucede que hay algunos que se dejan llevar por el mal camino y pierden la oportunidad que se les dio. No se trata, por tanto, de asumir pasivamente la vida sino de ir “actualizando” el destino, a partir de la propia voluntad y el esfuerzo individual.

Si el “azar” era el elemento que nos permitía problematizar la historia de Dina Páucar, en la serie de Chacalón es la idea del “destino” la que nos permite deconstruir su argumento y hacer más visibles algunas de las contradicciones culturales de la hegemonía contemporánea. La serie sobre Chacalón es una crónica acerca de los oficios por sobrevivir en el medio de la pobreza y la degradación social. Los temas que insistentemente trata son el valor del trabajo, el amor a la familia y la caridad con los otros luego del éxito. Se ha tratado, otra vez, de producir modelos de conducta que dejen de lado el análisis de las problemáticas estructurales de la pobreza para reducirlo todo a la simple resistencia individual: “*Eres tú el que debe darle los golpes a la vida y no la vida los golpes a ti*” es una frase reveladora de lo que estoy intentando sostener.

Conclusiones

Sabemos que el papel de lo simbólico es crucial en los procesos de acumulación que hacen funcionar al capitalismo contemporáneo. En el mundo entero, las industrias del entretenimiento mueven millones de dólares y en el Perú —como ya se ha descrito— este proceso ha comenzado a adquirir matices especiales mediante las nuevas formas en que los migrantes gestionan su propia música y administran sus propios eventos. La televisión no ha estado al margen de ello y ha capitalizado tal movida cultural auspiciando estas dos series, las cuales llegaron a tener más de 30 puntos de *rating*. Esto significa un promedio de tres millones de personas consumiendo simultáneamente, más o menos, las mismas imágenes.

El ensayista mexicano Carlos Monsiváis sostiene que en América Latina el melodrama es el idioma de la política y es también el molde sentimental mediante el cual se producen los sujetos nacionales[12]. Es decir, en estas representaciones que la televisión nos propone podemos observar muy bien los vínculos entre la vida cotidiana y procesos sociales cuajados al interior de una gran tensión política, escenario en que las identidades sociales aparecen constantemente redefinidas. Entonces, ante la pérdida de espacios públicos, la televisión manipula el concepto de lo colectivo y lo redefine a su manera.

En este ensayo he intentado sostener que estas series televisivas proporcionan un sentido de pertenencia colectiva (*“los migrantes ante la modernidad”*) y se constituyen como prácticas culturales destinadas a proponer nuevas formas de vivir en un contexto neoliberal. Con García Canclini, puedo decir que ahí se imagina algo y que, en esa imaginación, es posible observar el tipo de cultura a partir de la cual se nos está constituyendo como sujetos[13]. De hecho, la televisión ha comenzado a reconocer a estos personajes migrantes, a esta cultura, sólo como respuesta a una demanda que antes tenía su propio circuito pero que ahora ha conseguido un nuevo posicionamiento simbólico en el escenario nacional.

Es claro notar, entonces, cómo un conjunto de narrativas simbólicas se están activando para contribuir a sostener a este sistema social basado en premisas que valoran al individuo por encima de la colectividad y que invisibilizan las causas estructurales de la pobreza. En el caso de las series televisivas propuestas puede observarse, por ejemplo, que los vínculos de Dina y Chacalón para con sus semejantes (sus “vínculos de clase”) se manifiestan únicamente como actos de simple “caridad”

pero nunca como discursos o prácticas que cuestionen al sistema y que vayan directamente al problema de la pobreza como síntoma de una determinada organización social. En tanto el “hombre de éxito” es el modelo de conducta que el sistema necesita, la estrategia ideológica del neoliberalismo contemporáneo, como instancia de pauta cultural, consiste en apropiarse de algunos relatos biográficos para intentar imponerlos como imperativos sociales.[\[14\]](#)

Vocera del público ignorado, podemos señalar que hoy en día la televisión peruana reproduce, en el capitalismo tardío, el mismo gesto de los viejos indigenistas pero, en este caso, ya no en formato mariateguista sino neoliberal. Los migrantes son propuestos como el modelo por excelencia y todas sus acciones son naturalizadas para encarnar una lógica individualista destinada a ocupar el centro mismo del nuevo canon cultural. En ese sentido, estas series deben ser leídas como dispositivos de control y vigilancia social que exigen sistemáticamente que los individuos no se detengan ante sus condicionamientos sociales (es decir, que *no hagan política* a partir de ellos) pues si trabajan duro encontrarán la felicidad.

Sostengo, por tanto, que asistimos a un perverso “secuestro de la experiencia”[\[15\]](#), a una apropiación de la vida de los más pobres del país a efectos de legitimar un sistema económico cuyos presupuestos se han insertado en el sentido común de todas las clases sociales y que están convirtiendo aislados relatos autobiográficos en dogmáticos proyectos culturales que niegan la densidad de la historia. Se trata, en este sentido, de una apropiación ideológica donde toda la experiencia vital de los pobres es sistemáticamente reducida a un voluntarista relato de vida que se impone como el único modelo a seguir.

De todas formas, y más allá de lo expuesto, es también importante subrayar lo siguiente: en un país marcado por la pobreza, el constante fracaso y la trágica imposibilidad de construcción democrática, los relatos de éxito cumplen también otras funciones: movilizan voluntades, desarrollan capacidades, estimulan el deseo. Pero además, permiten que se “cuelen” un conjunto de significados utópicos que imaginan la posibilidad de un mundo regulado sobre otras variables. Lo que quiero decir es que en aquellos mismos relatos aparecen “otros” significados que no son necesariamente funcionales al sistema dominante y que una etnografía de la recepción debería comenzar a investigar. En la serie sobre la vida de Chacalón, el mencionado chamán Yauri dice lo siguiente:

“Ahí vive tu pueblo Lorenzo Palacios, los que siempre fueron tratados con la punta del zapato, los despreciados, los mirados por debajo del hombro, los cholos que vinieron a invadir la capital. Ya la han conquistado. Ellos aprecian tu talento y se ven reflejados en tu triunfo. Acepta con humildad la misión que te ha tocado. Llénalos de alegría y esperanza, que sientan tu voz en la suya, la de millones, la que nace de la fuerza de los cerros. Dale a tu pueblo la alegría de saber que uno de sus paisanos alcanzó la gloria por más tristezas que hubieron. Saca de ese pueblo la alegría para escribir otra historia. Tu éxito será la inspiración para que otros lo alcancen, Lorenzo Palacios”.

Parfraseado a Martín-Barbero, pienso que nos encontramos en el medio de una tensión entre memorias privadas y memorias universales, es decir, entre impulsos utópicos y estrategias ideológicas que aspiran a difundir nuevas “formas de sentir” y nuevos “modelos de socialidad”.[\[16\]](#) En ese sentido, no es arriesgado concluir que estas series televisivas se encuentran atrapadas en una fértil contradicción pues si, por un lado, pretenden modernizar la sociedad dando acceso a la representación a sujetos antes excluidos de los medios y del canon cultural, por otro, dichas imágenes vienen ensambladas en una ideología neoliberal producida por los centros hegemónicos, la cual es reproducida como un nuevo dispositivo de control y disciplina social.

Para Jameson todo producto cultural se encuentra atravesado por dos directrices y es posible de ser leído a partir de dos tipos de hermenéuticas: una negativa, destinada a desenmascarar las estrategias ideológicas mediante las cuales lo simbólico y lo político se vuelven cómplices de un sistema excluyente, y otra —hermenéutica positiva— cuyo objetivo aspira sacar a la luz el “inconsciente político” de los textos, vale decir, las pulsiones utópicas que imaginan la posibilidad de un orden diferente.^[17] La noción de “inconsciente político” me parece central en el análisis pues textos como éstos han reprimido representar la lucha de clases aunque, desde la crítica cultural, sepamos muy bien que ella se encuentra latente en la mayoría de sus imágenes. De hecho, de acuerdo a Jameson, el melodrama es una forma de darle una solución imaginaria a los antagonismos sociales.

En ese sentido, y en el medio de la compleja ideología descrita, no puedo dejar de mencionar que estas series nos muestran también el agónico intento de sobrevivir en sociedades profundamente asimétricas, donde, por lo general, la migración resulta inevitable, el desempleo es lo único seguro y la “colonialidad”^[18] de ciertas prácticas no ha sido aún superada. Se trata, entonces, de concluir que “algo” de las tensiones existentes, “algo” de la historia como “causa ausente,” también termina por hacerse presente para revelar, bruscamente, los antagonismos sociales en el medio de una tensa lucha entre lo ideológico y lo utópico. La dinámica de la ideología atraviesa entonces instancias económicas y simbólicas instaurando nuevas lógicas culturales pero dejando, sin duda, varios espacios vacíos. He ahí otra labor de la crítica cultural: añadir mayor visibilidad a las demandas sociales, estructurarlas en nuevos discursos simbólicos, para incrementar un deseo político que también podría ser canalizado por otros medios.

-
- [1] Una primera versión de este artículo apareció en la revista Hueso Húmero. Num 48. Mayo, 2006.
- [2] Véase George Yúdice. *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*, Barcelona, Grijalbo, 2003.
- [3] Véase Néstor García Canclini. *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México DF, Grijalbo, 1995.
- [4] Es una cita que reproduzco del libro de Ludwig Huber. *Consumo, cultura e identidad en el mundo globalizado. Estudios de caso en los Andes*, Lima, IEP, 2002. Para mayores detalles ver Daniel Miller, “Consumption as the vanguard of history: a polemic by way of an introduction” En: Daniel Miller, edit. *Acknowledging consumption*. London, Routledge, 1995.
- [5] Esta es una cita de la página 16 de García Canclini. Más adelante, en la página 29, el mismo autor apunta que “junto con la descomposición de la política y el descreimiento en sus instituciones, otros modos de participación ganan fuerza. Hombres y mujeres perciben que muchas de las preguntas propias de los ciudadanos –a dónde pertenezco y qué derechos me da, cómo puedo informarme, quién representa mis intereses- se contestan más del lado del consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva de los espacios públicos”.
- [6] Véase Santiago Alfaro, “Las industrias culturales e identidades étnicas del huayno,” en *Arguedas y el Perú de hoy*, editado por Carmen Maria Pinilla, Lima:, Sur, 2005, p.60.
- [7] El huayno es una composición tradicional andina que, en su migración a las ciudades, produjo la “chicha”. Esta es, en efecto, un género propiamente urbano que utiliza instrumentos eléctricos y que combina sonidos tradicionales con ritmos más modernos como la salsa y la cumbia.
- [8] Alfaro, p. 68.
- [9] Sobre el neoliberalismo en el Perú puede consultar a Efraín Gonzales de Olarte. *El neoliberalismo a la peruana: economía política del ajuste estructural*, Lima, IEP, 1998.
- [10] Gonzalo Portocarrero y Jorge Komadina. *Modelos de identidad y sentidos de pertenencia en Perú y Bolivia*. Lima, IEP, 2001.
- [11] Por cachascán o catch, se entiende a una variante de la lucha libre que performativiza, siempre en exceso, cualquier movimiento. Se trata, sin embargo, no de un deporte sino de un espectáculo de pantomima. Es clásico el ensayo que Roland Barthes dedicó al respecto.
- [12] Carlos Monsiváis, “La política del melodrama,” en *El Clarín*, 25 de junio 2005.
- [13] García Canclini, p. 107.
- [14] Ver Portocarrero y Komadina.
- [15] Anthony Giddens. *Modernidad e identidad del yo. El yo en la sociedad y en la época contemporánea*, Barcelona, Península, 1995.
- [16] Véase Jesús Martín Barbero. *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, México DF, Fondo de Cultura Económica, 2002, p. 275.
- [17] Jameson, Fredric. *Documentos del cultura documentos de barbarie*, Madrid, Visor, 1989.
- [18] Anibal Quijano, “Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina,” en: *La colonialidad del saber: perspectivas latinoamericanas*, Buenos Aires, Clacso, 2000.