

El cancionero *Chicha* y la transacción metafórica del poder femenino. Esbozo para una reflexión

The *Chicha* songbook and the metaphorical transaction of feminine power. Sketch for a reflection

María del Pilar Clemente¹

Resumen

El artículo analiza las relaciones entre el estilo musical *Chicha* y las expresiones de la cultura popular. Mediante ambos es posible detectar algunas transacciones metafóricas que proponen un *estatus liberador* a la tradicional identidad femenina, asentada en el *Ethos* latinoamericano. La reflexión describe el fenómeno *Chicha* y el imaginario popular en el que se instala: territorio, temas, escenarios y la presencia de la mujer en diversas significaciones. El análisis se realiza desde una muestra de videos instalados en *YouTube*. En este punto, Internet se establece como una instancia mediadora entre el imaginario *Chicha* y el nuevo público –especialmente femenino– que hoy tiene acceso a él.

Palabras clave: cancionero *Chicha* - transacción metafórica - cultura popular - ethos latinoamericano - identidad femenina.

Abstract

The article analyzes the relationship between *Chicha* music style and the popular culture expressions. Through those topics is possible to get many metaphoric transactions. They propose a *liberator status* sets in the Latin-American *Ethos* and traditional female identity. This reflection describes the *Chicha* phenomenon and its popular imaginary where it's settled: Territory, topics, sceneries and the diversity of meaning of women's presence. This analyze is realized from videos upload in *YouTube* website. In this matter, Internet is a mediator from *Chicha* imaginary and its new public –in special females– who are able to access it.

Key words: *Chicha* songbook - transaction metaphoric - popular culture - Latin-American ethos - feminine identity.

¹ Periodista y Magíster en Comunicación Política del Instituto de la Comunicación e Imagen (ICEI) de la Universidad de Chile. Escritora.

INTRODUCCIÓN

¿Cuál es la transacción metafórica que se genera entre el *Ethos* latinoamericano, la identidad femenina y el cancionero *Chicha*?

Un primer dispositivo de seducción es la episteme que este fenómeno pone en marcha bajo el marco intelectual de dos filósofos ya fallecidos. Se trata del indigenista argentino, Rodolfo Kusch (1922-1979) y del teórico comunicacional canadiense, Marshall McLuhan (1911-1980). Curiosamente, la *World Wide Web*, un medio que McLuhan previó pero que no alcanzó a conocer, se configura hoy como una *Tormenta Perfecta*, donde cada una de las ideas planteadas por el autor fluyen en su imaginada aldea global, entrecruzada por *masajes* y *mensajes* que traspasan las fronteras físicas de cada Estado-nación. La facilidad para interactuar en esta aldea, convierte a Internet en un mediador que debilita el control ideológico-hegemónico que solían tener los *Mass Media* y facilita la masividad del discurso identitario de las minorías.

En segundo lugar, el fenómeno *Chicha*, gestado a fines de los años 70, no solo logró cruzar virtualmente las fronteras, sino que continúa vigente a pesar del gran rechazo que todavía causa en ciertas elites globalizadas. Así, se cumple lo expresado por el semiólogo Jesús Martín Barberos², pues la Internet es una tecnología que traspasa el mero "aparato" e irrumpen en la ritualidad de lo cotidiano, en un sistema participativo y abierto a la propuesta de diversos modelos individuales o colectivos. En el caso de *YouTube*, por ejemplo, se rescata la vieja oralidad-escrita que tenía la "prensa de cordel"³. Esta vez, las *noticias para ser cantadas con el ritmo de... o los versos dedicados a...* se reemplazan por la imagen multimedia, en un relato breve y listo para un *feed back*, el que incluye modelos femeninos más allá del cine y la televisión.

En tercer lugar, el cancionero *Chicha* –forjado en las radios comunitarias y fortalecido por las nuevas tecnologías– ha desarrollado un discurso construido e inscrito en el *Ethos* latinoamericano. En él, las mujeres han logrado instalar una transacción metafórica de la identidad femenina. Dicha negociación propone un modelo liberador del estatus cotidiano de la mujer indígena, la mestiza campesina y de las clases bajas urbanas. De esta manera, es capaz de unir la tradición agrícola-patriarcal con algunos valores difundidos por los movimientos feministas mundiales. Sin embargo, pese a la transacción que se realiza mediante el lenguaje poético de la música y del audiovisual, los *Chicha* burlan o soslayan ciertas aspiraciones consensuadas por las mujeres urbanas ilustradas, como el derecho al aborto o la visión del trabajo como éxito personal. En otro aspecto, la conservadora institución del matrimonio se elude y se reemplaza por el concepto de "pareja". Además, tiene la audacia de considerar el divorcio como decisión femenina. Sin embargo, no son temas relevantes para el cancionero *Chicha*

² Martín Barberos Jesús (1987): De los Medios a las Mediaciones. México D.F. México. Gustavo Gili Ediciones.

³ Nos referimos a la literatura popular surgida en el siglo XVI en Europa, cuyo fin era ser leída en voz alta frente a un grupo. Era un boletín sencillo, con ilustraciones, adivinanzas, poemas y breves noticias. Se utilizó bastante en Latinoamérica durante el siglo XIX e inicios del XX. Se vendía colgada de cordeles, de ahí su nombre. Algunos, ven allí el origen del sensacionalismo o de la prensa "amarilla".

el cuestionamiento de los roles que atormentan a la *postmoderna mujer profesional de hoy*. El logro de metas, como la dueña de casa perfecta, la excelente madre y destacada profesional. Cualidades a las que suele sumarse una amplia cultura y juvenil belleza. Esta omisión nos permite aventurar que la llegada masiva de los *Cholos* y los campesinos mestizos a la gran ciudad de Lima, no fue un proyecto anhelado, sino que una consecuencia forzada por la historia y la economía. Al mismo tiempo, la escasa bienvenida que allí tuvieron, los hizo desconfiados frente a los oropeles y fantasías que las urbes suelen despertar entre sus habitantes. Así, aunque los campesinos eran necesarios en las fábricas y en el servicio doméstico, fueron marginados o más bien “escondidos” en barrios alejados de la metrópolis. Esta situación, que se repitió en otras ciudades latinoamericanas, gatilló antiguas discriminaciones entre los grupos étnicos y las clases poderosas. De esta forma, este movimiento musical conserva un sustrato de rechazo y temor ante las bondades que se mercadean en el progreso capitalista del desarrollo. Bajo esta óptica, el centro urbano es observado con la misma perplejidad de Baudelaire⁴, para el cual la ciudad conlleva el vértigo de la modernidad y de su propio espanto.

¿Califica este fenómeno de la cultura popular en un análisis de género? El cancionero *Chicha* surge como un producto mestizo, sincrético, donde los ritmos del Huaino, el Mambo y la Cumbia se mezclan y producen una nueva “artesanía musical”, que fue etiquetada en sus inicios como una risible parodia de la “verdadera música”. Para la filósofa mexicana Eli Bartra⁵, las artes menores grafican con acierto el espíritu de una cultura. Dicho en otras palabras, la autora considera que el *Ethos* latinoamericano suele refugiarse en los rincones de lo cotidiano, como el mercado, el carnaval, la procesión religiosa, la artesanía, la copia y la mezcla caótica de la modernidad con la tradición. Este movimiento vital genera productos que son reconocidos como parte de la vida o del habitar un espacio. Bartra estudió la artesanía realizada por mujeres mexicanas y descubrió que la esencia mestiza, las relaciones de género y otros problemas invisibles para una sociedad, salen a la luz por un “arte de segunda”, hecho por “seres de segunda (las mujeres)” y en “países de segunda”. En este caso, si bien el “artefacto” *Chicha* está realizado y compartido por ambos sexos, las mujeres cantantes han logrado una exitosa negociación con sus pares masculinos, en el sentido de poner en primer plano una propuesta del estatus femenino, el cual coquetea, transita y dialoga entre el patriarcado tradicional y el feminismo ilustrado. Por otro lado, los campesinos mestizos y *Cholos* avocados en la gran ciudad de Lima, simbolizan perfectamente lo que el argentino Rodolfo Kush describió como “la seducción de la barbarie”. Es decir, corresponden a seres que litigan con la cultura Occidental y que cargan sobre sus hombros una larga historia de postergación y racismo, la que se

⁴ El poeta francés Charles Baudelaire (1821-1867) escandalizó a su época con su libro *Flores del Mal*, en el cual aludió a la hipocresía social y la corrupción de las ciudades. Clave fue su vocablo *Spleen* o hastío. El filósofo judío alemán Walter Benjamin, de la Escuela de Frankfurt, tradujo y analizó su obra como eje referencial de la modernidad.

⁵ Bartra Eli (2000), *Arte Popular y Feminismo*. Artículo publicado en *Estudios Feministas* N°45, UNAM, México, enero 2000. En un párrafo explica: “Al estudiar el arte popular hay que tener presente, de partida, los prejuicios sociales existentes en cuanto a que este es expresión de una creatividad considerada inferior y marginal respecto del Gran Arte. ¿Por qué es inferior? Porque la hacen los pobres y las mujeres”.

sustenta en ancestrales corrientes de sabiduría heredada por los pueblos precolombinos. De esta forma, podemos entender a esta expresión artística popular como un opuesto a la cultura dominante. La misma Eli Bartra y su colega Adriana Valadés dan una pista sobre las implicancias del feminismo en América Latina, el cual implícitamente incluye a todas las minorías postergadas⁶:

“El feminismo es la lucha conciente y organizada de las mujeres contra el sistema opresor y explotador que vivimos. Subvierte todas las esferas posibles, públicas y privadas de ese sistema que no solamente es clasista, sino que sexista, racista, que explota y oprime a todos los grupos fuera de las esferas del poder” (Bartra y Valadés, 1985, 129).

Así, aunque el cancionero *Chicha* no es privativo de un género, es una respuesta artística, una búsqueda de sentido, frente a una sociedad discriminadora. Al mismo tiempo, las mujeres que lo cultivan han logrado incorporar modelos femeninos más igualitarios con los varones. Paralelamente, esta “artesanía musical” ha generado identificación y empatía en otras comunidades, gracias a la labor de las radios populares, los reportajes televisivos de “curiosidades” y, actualmente, la Internet. Estos nuevos públicos no solo se han sumado como seguidores, sino que también han creado sus bandas *Chicha* en México, Ecuador, Bolivia, Colombia, el Norte argentino y de Chile, por mencionar los territorios donde esta expresión ha tenido mayor acogida.

Quizás el único punto débil de los *Chicheros* es que no son una resistencia organizada ni buscan la denuncia pública, como sucedió con el canto urbano de protesta entre los 60 y 70 o con el rock antidictadura de los 80. Sin embargo, el cancionero *Chicha* es la consecuencia y fruto de una episteme postergada por la ciencia, como lo es *la intuición*⁷. Por medio de ella se constituye en una transgresión que, sin razonar sobre su estética y contenidos, logra construir una identidad liberadora de la mujer y que se deja mediar por la Internet, específicamente en el portal de *Youtube*, donde se instalan y dialogan en su condición de minoría.

LA DUALIDAD MACHO/HEMBRA Y “LO POPULAR”

“Lo popular” en América Latina serpentea entre lo mestizo, el sincretismo y lo híbrido. Es un imaginario donde lo femenino es entendido como una cosmovisión mágica y armónica con la naturaleza. La mayoría de las culturas prehispánicas poseían una cosmología basada en la dualidad masculina y femenina (Sol y Luna), como también los cuatro caminos que comunican al ser humano con la vida, la cosecha, la muerte y la divinidad, dos de cuyos ejemplos son la cruz *Chakana* de los quechuas

⁶ Bartra Eli, Valadés Adriana (1985), *La Naturaleza Femenina*. Tercer Coloquio Nacional de Filosofía. Publicado por UNAM, México, 1985.

⁷ Gallardo, Francesca (2004), *Ideas Feministas Latinoamericanas*. Historia de las Ideas, DEI-Desde Abajo, Bogotá, 2004 y Universidad de la Ciudad de México, México 2004. En la página 59 dice: “Las mujeres han sido expulsadas de la construcción de conocimiento porque basan sus afirmaciones sobre la realidad, en cosas que están muy desvalorizadas por la epistemología tradicional. Por ejemplo (...) la intuición”.

y el *Kultrun* mapuche. Esto no significa que el trato real entre ambos sexos de dichas sociedades haya correspondido a tan envidiable igualdad, sin embargo, reflejaba las aspiraciones o cualidades que los habitantes delegaban en la divinidad de cada sexo. Posteriormente, el desarrollo del concepto e identidad latinoamericana como consecuencia de la Conquista europea, las instituciones coloniales y la construcción de las nuevas Repúblicas, hicieron devenir esta dualidad macho/hembra en una situación de predominio patriarcal, donde lo femenino se asienta en la “barbarie supersticiosa” indígena y lo masculino en la ciencia, el progreso y la razón, según el legado Occidental.

En el año 1900, el uruguayo José Enrique Rodó aventuró una respuesta metafórica a la identidad latinoamericana en su famoso ensayo “Ariel”, basado en la obra de teatro “La Tormenta”, de William Shakespeare. Rodó elaboró un contrapunto entre dos seres antagónicos: “Ariel, quien simbolizaba al *Ethos* latinoamericano, entendido como la magia, la espiritualidad y la naturaleza y su oponente “Calibán”, quien representaba a la América anglosajona, dominada por el materialismo, la avaricia y la prosperidad de la máquina. Estos personajes tuvieron bastantes seguidores. Dos de ellos fueron el poeta nicaragüense Rubén Darío y el Ministro de Educación mexicano, José de Vasconcelos, quien tuvo el orgullo de encargar los grandes murales a Orozco, Rivera y Siqueiros, pinturas que reflejaron la dimensión de *Raza Cósmica*, destino que le estaba reservado a los pueblos originarios y a sus descendientes mestizos.

Una línea similar siguió el filósofo Rodolfo Kush durante las décadas del 60 y 70. En sus investigaciones sobre la esencia *del ser* o *del estar* en la América profunda, delegó lo femenino en la fecundidad vegetal, alevosa amenaza frente a la artificialidad de la urbe. Domicilió la sabiduría indígena y la cultura popular en el misterio andino de la Pacha Mama y de los dioses ancestrales. Es una oposición cósmica del “mero estar” (*Yo soy lo que soy*) en contraste con el “ser-activo” (*Yo soy lo que hago*), propio de la óptica europea-anglosajona. De esta forma, para Kush las expresiones y artefactos de “lo popular” son parte de lo femenino y, por lo mismo, suele ser poco valorado por las elites educadas del continente, las que según su parecer, solo desearían imitar las costumbres y maquinarias extranjeras, elementos que formarían parte de lo masculino, caracterizado por la depredación, la razón y la ciencia⁸.

DIÁLOGO DE OPUESTOS

En virtud de este contexto, podemos señalar que “lo popular” es el fruto de un dramático diálogo entre opuestos. Por un lado se construye e interactúa paralelo al discurso simbólico dominante, el que a su vez litiga con la herencia de la visión ilustrada de un Estado-nación desarrollista, cuya mirada se mantiene fija en las grandes potencias extranjeras. Otra visión apela al “alma” nacional, elaborada por los Románticos, la cual incorpora expresiones extraídas y embellecidas desde lo popular. En Chile, por ejemplo, se valora nacionalmente la gallardía de los mapuches, una alabanza que se

⁸ Rodolfo Kush recogió el concepto de la evolución y clasificación biológica de las culturas, según el etnólogo y antropólogo alemán Leo Frobenius (1873-1938).

circunscribe al poema “La Araucana” de Alonso de Ercilla y Zúñiga, pero que posterga a los mapuches en el presente, donde figuran como una minoría conflictiva.

El diálogo de “lo popular” acoge elementos no solo de los pueblos originarios, sino que del legado africano, además del aporte de las diversas olas de inmigrantes. Se construye entre lo rural, lo urbano, las leyendas, la gastronomía, el bar, la cafetería, el paisaje, el carnaval, la artesanía, la fábrica, la plaza, el *Mall*, las modas y las conductas que propagan los medios de comunicación (cine, telenovelas, concursos, *Reality shows* y otros). Cada influencia se hila en un tapiz que enriquece el *Ethos* esencial, pues no se congela en la mera copia ni se aferra a un momento histórico, sino que deviene en nuevos discursos simbólicos que reflejan la identidad popular⁹. En este proceso han sido los artistas¹⁰ quienes han instalado la idea del sincretismo, posición conciliadora y fértil, más que la idea de la hibridad, pues todo híbrido es un fruto nacido artificialmente, cuyo resultado es estéril y sin futuro. En general, como dice Martín Barberos: “*Las identidades continuamente redefinen sus fronteras por relación a las burguesías*”¹¹. Así, es lógico ver que las estéticas de “lo popular” suelen entrar en conflicto con las estéticas de la alta cultura o bellas artes, más proclives al planteamiento de Theodor Adorno sobre el goce individual de una obra de arte –lejana a la comprensión del pueblo–, más que al cuestionamiento de Walter Benjamin sobre la atrofia de la sección Áurea y de una nueva percepción sensorial de las masas.

Tampoco podemos dejar atrás algunas reflexiones de Pedro Morandé sobre el sustrato barroco de la religiosidad, ligada a la manifestación del pensamiento simbólico y analógico, con una fuerte presencia Mariana. Esta idea también la encontramos en la socióloga Sonia Montecino, en su correlación entre la Virgen María y la identidad femenina, en las sociedades de *huachos* o hijos de padre ausente. Curiosamente, veremos que en el cancionero *Chicha* la *MUJER*, con mayúsculas, suplanta a la Virgen. Otro elemento aludido por Montecino que aparece minoritariamente es la traición como el lado oscuro o diabólico¹². Aunque en otros géneros musicales la mujer es la traidora, que repite la acción de Eva en el Paraíso, donde Adán es siempre la víctima; en la temática *Chicha* la traición es una referencia al mal que ambos sexos pueden padecer y *hacer padecer a otros*. Hombres y mujeres se quejan del abandono y se otorgan el derecho de *beber hasta olvidar*, como una forma de recuperar el equilibrio

⁹ Eli Bartra ilustra este proceso con el caso de la artesana Josefina Aguilar, del pueblo de Ocotlán. Ella realiza reproducciones en barro de la obra de la pintora Frida Kahlo. Josefina no se limita a copiar, sino que recrea con nuevos elementos la obra de la artista. Esta nueva interpretación y sus “artefactos” responden a un proceso de sincretismo que enriquece la cultura popular. Bartra, Eli (1998), Más allá de la tradición: Sincretismo, Género y Arte Popular en México. Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, México. Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe. Volumen 9, N°1 Enero-Junio, 1998.

¹⁰ La Liga Latinoamericana de Artistas, liderada por el antropólogo colombiano Alonso Jiménez, ayudó a difundir el concepto de sincretismo cultural durante la década de los 90. Antes de ellos, lo hicieron los muralistas mexicanos.

¹¹ Barberos Martín Jesús (2000), Des-ubicaciones de lo Popular, en conversación con Hermann Herlinghaus. Contemporaneidad Latinoamericana y Análisis Cultural. Madrid, España, Ed. Vevuert.

¹² Sonia Montecino (1991) en su libro Madres y Huachos: Alegoría del Mestizaje Chileno, comenta la dualidad positiva-negativa que el género masculino adjudicó a la mujer en Chile. Por un lado, es la madre que se entrega a sus hijos y, por otro, es el ejemplo de la traición, cuando se rinde ante el enemigo y provoca que sus huachos sean abandonados. Así, la mujer sería salvación y condena.

entre la divinidad protectora y la negación de la herencia ancestral, pues la traición no es otra cosa que *abandonar a los suyos*. De esta manera, si el *estar* es el habitar el mundo, el *no estar* es su opuesto.

Cabe considerar que en el *Ethos* latinoamericano suele relacionar la traición con la *Maldición de Malinche*, una de las mujeres mexicas, que le fue regalada a Hernán Cortés cuando llegó a conquistar la zona en 1519. Es decir, el hecho de ser seducido y engañado por fuerzas extranjeras se asimiló con una *mala conducta* femenina. Actualmente, la historia de Malinche ha sido revisada y contraviniendo todos los prejuicios, se la considera una de las primeras feministas¹³. Es importante señalar en esta reflexión que, a diferencia de otros géneros musicales como el tango o el bolero, los *Chicha* no suelen culpar al sexo femenino por todas las traiciones. Los “malos amores” y las rupturas son llantos o iras que afectan por igual a ambos sexos.

La calle y su colorido se reflejan en el sentir *Chicha*, cuya esencia se redime en la sacralidad de la fiesta colectiva y en sus invocaciones a Dios. Sin embargo, esta alegría suele ir acompañada por el *Memento Mori* del Barroco, pues la muerte tiene la misma importancia que la celebración de la vida. Dos opuestos, una vez más. De hecho, varios intérpretes tienen en su repertorio alguna canción *para el momento de mi muerte*. Así, mediante la tecnología de *YouTube*, se pueden ver en el ciberespacio canciones póstumas, destinadas al recuerdo después de la muerte del artista, pues se percibe una fragilidad en la existencia de estos cantantes, obligados a dormir poco y a viajar mucho. De esta forma, en el transcurso de los años, varios cultores han fallecido trágicamente o víctimas de enfermedades. Las escenas de sus funerales, seguidas por su “canción póstuma”, se pueden recoger desde Internet, lo que genera un nuevo lenguaje enraizado en el melodrama.

Otro aspecto que comparte el cancionero *Chicha* con la religiosidad popular es la presencia de detractores intelectuales. Por ejemplo, a las cofradías de bailes se las consideró profanas por los sectores conservadores de la Iglesia. Lo mismo ocurrió con las representaciones morenas de la Virgen, a la que se la asumía “obligatoriamente” como blanca. Recordemos, el “blanqueamiento” que sufrió la “Chinita de Andacollo” en 1886¹⁴ y el escándalo que causó en 1996 la apertura de la telenovela brasileña “Xica da Silva”, donde la actriz de color Tais Araujo apareció suplantando a la Virgen María en el retoque digital que se hizo de la cúpula barroca de la Iglesia de San Francisco de Asís, en *Ouro Preto*.

¹³ Nahum Megged (2005), académico de la Universidad Hebrea de Jerusalén, señaló que el mito de Malinche como traidora, surgió de una sociedad “blanca” que aspiraba a olvidar todo mestizaje. Así, se delegó a una acción femenina la destrucción de los mexicas. Fue una forma de eximir a los españoles de su responsabilidad en el genocidio de los pueblos originarios. Dice Megged: “Esto ocurre porque México no soporta al indígena vivo, pero sí muerto”. Conferencia “Malinche, tragedia y mito”, organizada por el Instituto de Investigaciones Lingüísticas y Literarias de la Universidad Veracruzana. www.uv.mx/boletines/malinche/diciembre_05/2005.

¹⁴ López A. Hilda (1995): La Chinita de Andacollo, Reina de la Montaña. Santiago, Chile: FONDART.

Es interesante sumar también los planteamientos de Néstor García Canclini¹⁵, quien establece una relación entre el arte y las ciencias sociales para explicar la evolución de las expresiones populares en América Latina. Rescatamos una cita que calza con el universo *Chicha* en cuanto al aspecto lúdico de su quehacer:

“Hay que lograr que el arte sea un instrumento para reconstruir creativamente las experiencias sensibles e imaginarias del pueblo (...) Socializar el arte quiere decir también redistribuir el acceso al placer y al juego creador” (García Canclini 1977: 53).

¿QUÉ ES EL CANCIONERO CHICHA?

Es un estilo musical que nació en Perú en 1965 con el grupo “Los Demonios del Mantaro” y su cumbia “La Chichera”, una discreta mezcla de ritmos tropicales y andinos. Desde entonces, numerosos cultores fueron surgiendo a lo largo de Latinoamérica.

La clave de su éxito radicó en su acierto para reflejar el cambio social que se estaba produciendo en muchas ciudades: la masiva migración de campesinos. En Lima, los provincianos se instalaron en barrios periféricos, que crecieron en inesperado desorden. Como dijimos anteriormente, las diferencias entre la ruralidad y la capital eran bastante pronunciadas. De esta forma, las nuevas barriadas se constituyeron en un refugio familiar para mantener la lengua y las tradiciones, que no eran bien evaluadas en el mundo citadino “donde todo es dinero y maldad”, según el estribillo de “Soy Provinciano”, un éxito de 1978, interpretado por “Chacalón y la nueva crema”. Aunque los grupos se formaron para animar las fiestas del vecindario y de los pueblos natales, terminaron por expandirse por todo el país. Los medios de prensa les dieron el nombre de “*Chicha*”, en referencia a la bebida de maíz fermentado más típica del campo, hija del legado incaico. Desde las tribunas intelectuales se habló despectivamente del “*Acholamiento*” de Lima y de los “*Chichódromos*”, lugares donde se suponía, los cultores de esta música se reunían para embriagarse y desafiar al orden público.

El sociólogo peruano Arturo Quispe Lázaro¹⁶ describe esta expresión popular como parte de la democratización de Lima:

“Sin embargo, esta convivencia hizo más visible y explícita la discriminación social, puesto que los sectores altos y medio-altos se sintieron desplazados de sus privilegios frente a esta masiva presencia provinciana” (Higa Enrique, 2007, blog).

Dado este contexto, durante los años 70 también se fortalecieron los *Huaynos* andinos y la música criolla. Durante aquella década, los autores locales vivieron un nuevo auge, amparados por la explosiva búsqueda de identidad que vivió América Latina, tanto en el folclore urbano, las artes y la política. En esa misma época llegaron al Perú inmigrantes provenientes de países vecinos, como Ecuador y Colombia. Así, el ritmo

¹⁵ García Canclini Néstor (1977): *Arte Popular y Sociedad en América Latina, Teoría y Praxis*. México D.F. México. Editorial Grijalbo.

¹⁶ Higa Enrique (2007) Entrevista a Arturo Quispe Lázaro para International Press (Japón, Mayo 2007) y reproducida en el blog Construyendo nuestra Interculturalidad. www.interculturalidad.org/cultura-chicha (Septiembre 2007)

tropical de la cumbia se hizo notar en las fiestas y en carnavales. De hecho, este ritmo traspasó las fronteras y se instaló en toda celebración latinoamericana.

Es en Huancayo, ciudad de la Sierra, donde se consolida la cumbia andina, la que junto a la *tecnocumbia*, arrasarán con los *rating* destinados a la música popular. Los años de gloria para el género se sitúan entre 1979 y el 2000, pues se forma una corriente de intérpretes en numerosos países, en especial, Colombia, Ecuador y Bolivia. En México se la denomina "*Chicha ranchera*", que es una reinterpretación del género.

SENTIDO DE LA VIDA

El espíritu de las bandas *Chicha* es componer músicaailable con una variedad ecléctica de instrumentos. Así, se incluye toda la gama electrónica (bajos, guitarras, sintetizadores) además de quenás, zampoñas, charangos, guitarrones, mandolinas, violines y acordeón. También se usan arpas, saxos, clarinetes, tambores, baterías y maracas. Las letras de las canciones se inspiran en cantos tradicionales (a veces, interpretados en quechua o aymara) u otras cumbias o baladas famosas. Sin embargo, la mayoría tiene sus propias composiciones, que sintonizan con el sentido que el público le otorga a la vida. El objetivo es disfrutar o llorar en el baile y en el brindis comunitario.

Para Arturo Quispe existe un sentido social en este cancionero.

"Por un lado, diferencia y por otro, es una expresión popular que fluye ajena a las corrientes estéticas dominantes: 'Cuando se empezó a difundir esta mezcla de folclore y cumbia, muchos la calificaron de fea, sin gusto. Dijeron: Esa gente no sabe lo que es música. Si ellos no saben lo que es música, obviamente su producción será fea, horrible, sin gusto y mal hecha'" (Higa Enrique, 2007, blog).

A pesar de este aplastante calificativo, el estilo creció y se afianzó en el gusto rural-urbano. La vertiente hermana de la *Chicha*, la *tecnocumbia* se desarrolló en países con mayor presencia cosmopolita, como Argentina, Brasil, Uruguay y Chile. La diferencia de estas últimas bandas es que apelan a un entorno electrónico parecido a la discoteca. Los instrumentos son más sofisticados y utilizan efectos sonoros. De esta forma, es conocida también como *Cumbia Sound* y tuvo la suerte de llegar a la misma juventud urbana que estaba escuchando el *Hip hop* y bailando el *Reggaetón*.

¿BARROCO O KITSCH?

Las expresiones *Chichas* difundidas en *YouTube* parecen materializar el jolgorio irreverente de la imagen como constructora de identidades, señalada por el mexicano Carlos Monsiváis¹⁷. Para él, una de las vertientes de la cultura popular es el cine y la televisión, en su calidad de mediadores que engendran los coloridos híbridos

¹⁷ Monsiváis Carlos (1999): *Del Rancho al Internet, Las migraciones culturales*. México D.F. México. Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado. México, 1999.

que reflejan la mezcla de lo urbano y lo rural. Sin embargo, sugiere que se trataría de un *Kitsch* de dudosas luces, que pone en un mismo sitial emocional a la Virgen de Guadalupe, las telenovelas y las noticias. Para el pensador, este resultado sería fruto de la manipulación hegemónica de los medios. No obstante, Monsiváis atribuye un destacado rol educativo a los *Mass Media* en la construcción de los nuevos estereotipos masculinos y femeninos. Establece que, si antes era bien visto decir: "La mujer en casa y con la pata rota" o se elogiaba el estribillo de la cantante Lucha Reyes: "*Como buena mexicana sufriré el dolor tranquila*", hoy las adolescentes imitan la desinhibición en el vestir y hablar de Shakira, por ejemplo, y son perfectamente aceptadas por sus pares. Algo similar podemos observar en el cancionero *Chicha*, pues lo femenino aparece en todos sus contextos. Así, aunque la estética *Chicha* pueda sorprender por su recarga ornamental, hay sinceridad en sus cultores, pues poseen el candor de creer en lo que hacen y no pretenden ser una triste imitación del artista latino que postula a los *Premios Grammy* en Miami.

Es en el barroco pleno de metáforas donde los cultores *Chicha* tienen su *estar*¹⁸. El brillo del adorno lo reconocemos en los nombres artísticos, que mezclan sin temor raíces indígenas, hispánicas y anglosajonas, en una insolente transgresión: En Perú, por ejemplo, tenemos a "Chacalón y la nueva crema", cuyo apodo será "El Faraón de la Chicha". Está Johnny Orosco y el grupo Néctar, Vico y el grupo Karicia, Rossy War, la Muñequita Sally, la Tigresa del Oriente e Isaurita de los Andes, por mencionar algunos. Encontramos familias del canto, como Franklin Sulca y su hija Wendy. En Ecuador, Azucena Aymara y su hija Tanya Paredes Aymara, Delfin Quispe y el grupo Los Vampiros, entre otros. En Bolivia, Las Encantadoras de Potosí, Las Rompe Corazones y Los Legales, Las Chicas Mañaneras, entre muchísimos más.

TERRITORIOS Y ESCENARIOS

Para ambos sexos, los prototipos físicos también se apartan del paradigma occidental que suele predominar en la estética oficial. Los cantantes no se avergüenzan de su baja estatura, cierta obesidad, peinados fuera de moda, pelucas, colores extravagantes o de la apariencia "india" o "mestiza", siempre proclive a la mordacidad del racismo.

En cuanto a las escenografías, se opta por la naturaleza: la cordillera de los Andes, el altiplano, la confluencia desierto-mar y la selva tropical del Amazonas. En

¹⁸ En su ensayo *Creatividad, Simbología y Metáfora*, Adelaida González dedica esta interesante reflexión sobre Paul Ricoeur, el cual se refiere al "Estar", pero en un punto de vista de lo involuntario. Aunque no es igual a Kush es interesante porque alude al contexto y a la comunidad: "La pasividad es 'lo otro que está en mí', es la carnalidad que liga al hombre al cosmos y que lo coloca en situaciones que no elige voluntariamente, situaciones en las que se halla inmerso sin haberlo decidido él mismo. La pasividad es 'lo que se da en mí sin mí'; la plataforma finita desde la que el ser humano actúa en el mundo, el conjunto de motivaciones que él mismo no elige libremente; en otras palabras, los aspectos involuntarios de su vida: el nacimiento, la vida, el inconsciente, el carácter. El sujeto es, en este sentido, un yo dependiente, pues no se hace solo a sí mismo, sino que es solidario de un cosmos, participa de una cultura, de un lenguaje, de un determinado contexto histórico. El yo siempre necesita ser ayudado por otro, requiere de la alteridad" (pag.6). González Oliver Adelaida (2005), *Revista Estudios en Ciencias Humanas*, Facultad de Humanidades, UNNE, Postgrado N°3, Resistencia-Chaco, Argentina, 2005.

urbanizaciones, la cámara escoge los pueblitos de arquitectura tradicional, sin dejar de lado la modernidad de las plazas, jardines, edificios, túneles o autopistas. Por otro lado, la escuela, la cantina y las calles decoradas para la fiesta son otras de las locaciones elegidas. Tampoco falta la faena minera ni los sembradíos. Un elemento sugestivo es el puente. La mayoría de los videos incluye la presencia de un puente, que debe ser cruzado por el cantante. Metafóricamente, se puede interpretar como el conducto entre las significaciones del ayer y del hoy, del campo y la ciudad, de la ida y del regreso.

EL MELODRAMA

La esencia del melodrama, ligada al espacio de lo femenino, fluye en el discurso *Chicha*. Aunque los cultores tratan de reproducir la vida, tanto en su lado oscuro y luminoso, sus letras no poseen los excesos exteriores del vestuario o escenario. Las canciones tienen el formato de la antigua tragedia griega, donde hay un narrador que presenta y a veces, un coro. El narrador y el coro casi nunca aparecen en el video, pues son voces que impelan al cantor y al público. De esta forma, ambos tienen por misión presentar y nombrar repetidamente al grupo o al solista. También, saludan a personas, las que tampoco se muestran y que se dan por conocidas. Los narradores envían recados a los pueblos, nombran localidades, comentan los sentimientos del cantante y dan la moraleja del caso. En cuanto a los temas, grafican los eventos cíclicos del individuo en la comunidad. Como diría Kush abarcan el *Ciclo del Pan*¹⁹: bodas, aniversarios, divorcios, nacimientos, funerales, infidelidad, machismo, la madre, la suegra, los adolescentes, la pasión, el amor, los oficios, el campo, la ciudad y la relación entre alcohol y sufrimiento. Cabe indicar que ciertas noticias de relevancia son recogidas para su difusión. Es el caso de la cumbia "Torres Gemelas" de Delfín Quispe. La letra evoca a una mujer latina –la amada del cantor– quien también ha perdido la vida en las torres. El tema culmina con un tributo a los fallecidos, apelando a Dios y los motivos del ataque.

LA TRANSACCIÓN METAFÓRICA

La transacción y la metáfora están presentes en el imaginario *Chicha*. Son las mujeres cantoras las que desarrollan una suerte de negociación con sus pares masculinos y logran empoderar a su género mediante un "nuevo" rol que serpentea entre las clásicas barreras del machismo y las influencias urbanas de sus congéneres de mayor educación. ¿Por qué hablamos de una negociación? Porque ponen en marcha otros mecanismos de valoración social para un mismo rol. Por ejemplo, si la maternidad era vista como la sujeción de la mujer al hogar y al marido; ese mismo concepto se negocia y se convierte en un estado de liberación femenina, que no necesariamente recluye a la mujer en el hogar ni la hace necesitar de la protección masculina para tener un hijo.

¹⁹ Para Rodolfo Kush el *Ciclo del Pan* es la vida misma, en la multitud y en su anonimato. Al respecto dice: "Ser anónimo o pueblo consiste en estar siempre por debajo del ciclo del Mercader, en ese punto donde se retoma el antiguo ritmo biológico y prehistórico. Es el ciclo del Pan, que traduce esa condición profunda del mero estar aquí" (1962, *América Profunda*).

¿Por qué la metáfora? Después de todo, cualquier cosa puede ser comparada con otra. De hecho, es una licencia más apropiada para la poética que para construir una epistemología. Dadas las características del cancionero *Chicha*, este desliz poético abre interesantes perspectivas de análisis, pues como dice Paul Ricoeur:

“El sujeto no se conoce a sí mismo directamente, su autoconocimiento está mediatizado por los signos que las grandes culturas imprimen en su memoria y en su imaginario”
(Wilson Patricia, 1997, 5).

Otro argumento lo entrega el historiador chileno Carlos Véliz²⁰, quien utilizó la metodología de la metáfora para comparar las semejanzas y diferencias entre la cultura hispanoamericana y la anglosajona en América. Aunque admite que este recurso poético se presta a la falsedad, lo defiende como un penetrante instrumento para estudiar identidades locales, pues conducen a la esencia de una verdad:

“La vida de las metáforas está ligada inextricablemente a la actividad social. Por esta razón las más exitosas están profundamente arraigadas en la cultura popular. Como los buenos chistes de Quino, no necesitan de paráfrasis ni de aclaraciones”
(Véliz Claudio, 2011, 31).

De esta forma, se rescatan desde el discurso *Chicha* tres tipos de metáforas:

- La nostalgia (compartida por ambos sexos).
- El abandono y la madre (compartida, pero más arraigada en el género masculino).
- El regocijo de la soltería/ la madre soltera (transacción del género femenino).

LA NOSTALGIA

La metáfora geográfica la encontramos en el antiguo territorio del Collasuyo, hoy ocupado por los países cantores de *Chicha* y que remite a los *Cuatro extremos del Mundo* del viejo Tahuantisuyo. Son el camino y el puente, que permiten andar y des-andar una historia compartida por el dolor, la esperanza, el despojo y la superación. La mejor definición de dicho espacio la realiza otro cantor, el argentino Atahualpa Yupanqui en su tema: “Camino del Indio”:

Caminito del Indio, que junta el valle con las estrellas. Caminito que anduvo de sur a norte mi vieja raza, antes de que en la montaña la Pacha Mama se ensombreciera
(Yupanqui, Atahualpa, 1936, Buenos Aires, Argentina).

No es exigencia pertenecer a la etnia aymara o quechua para ser cultor del cancionero, sino que *habitar* el lugar y el haber vivido la experiencia del *caminar* desde el

²⁰ Claudio Véliz desarrolló una interesante comparación metafórica en su libro *Los dos Mundos del Nuevo Mundo, Cultura y Economía en Angloamérica e Hispanoamérica*, University of California Press (1994-2009), Tajamar Editores, Santiago, Chile, 2011. Véliz utilizó la frase del poeta griego Arquíloco: “El zorro sabe muchas cosas, pero el Erizo sabe una sola gran cosa”, para ilustrar las diferencias culturales entre la América conquistada por los ingleses (Zorros Góticos) y aquella colonizada por españoles y portugueses (Erizos Barrocos).

campo a la ciudad (cruzar el puente). Es necesaria una identificación con la naturaleza y la aldea. Dos son los polos naturales: La montaña, como templo de piedra, centinela del pasado y la selva, como la energía fértil del follaje. Es la barbarie vegetal defendida por Kush y sugerida en su tiempo por Rodó. Ambas dialogan con el paisaje artificial creado por el hombre. Así, las historias de mineros, agricultores, profesores rurales, almaceneros, escolares, taxistas, pescadores, camioneros y cantineros, transcurre en una zona atemporal, que remite a un “antes” compartido por todos los provincianos que se ven obligados a dejar su pueblo para irse a la urbe o a otro país, buscando una promesa que no siempre se cumple y que cuestiona *el mejor lugar para ESTAR* y alcanzar la felicidad.

La banda peruana “Las chicas del Sol” interpretan este sentir con la cumbia, titulada: “Wayayay”.

Voy a contarles hoy mi triste pena, la soledad que llevo en mi alma, quiero contarles tristes desengaños de ilusiones y de sueños que he vivido. Entre montañas y valles he nacido, me acunaron los huaynos y su encanto. Vi florecer mi tierra y su charango, vi crecer la zampoña en el viento. Wayayay, ayayay (Youtube, Ronnyram77, Oct. 05, 2008).

Este lamento se podría confundir con la metáfora de la Caída, la pérdida del Edén en la tradición judeo-cristiana. Sin embargo, se trata de un claro “echar de menos”. La Caída alude a una condición idílica que se pierde y a la que es imposible regresar. En los *Chicheros* siempre existe la esperanza del retorno, pues el *Ser* no está comprometido, porque son las fuerzas del entorno las que han cambiado y el *Estar* es el punto de apoyo, el centro para conjurar esas fuerzas. Así, todo lo que se va, tiene que regresar al lugar de donde partió.

Rodolfo Kush habla del desprecio que el hombre occidental siente en el *dejarse estar* o *mero estar*, utilizado para describir a quienes se marginan del progreso y no aceptan el *llegar a SER* alguien, que es al afán iluminista por excelencia. El argentino comenta que la mayor desgracia para Occidente es el *Ángel Caído*, lo que supone una divinidad arrojada desde una torre y “venida a menos” (en sus palabras) una vez que llega abajo.

Dice Kush en esta reflexión comparativa entre Viracocha y Galileo:

“Viracocha nos propone morir y transfigurarnos. Galileo, en cambio, se puso fuera de la vida y de la muerte, en la mecánica universal y esta solo sirve para las cosas que tiraba desde la torre y no para nosotros. He aquí la equivocación del siglo XX, porque si Galileo hubiera sabido de Viracocha, quizás no solo habría explicado la gravitación y la caída de las cosas, sino que también, cómo las cosas y los hombres pueden volver otra vez desde el suelo a la torre” (Kush Rodolfo, 2000, 502)²¹.

²¹ Kush Rodolfo (2000), *Charlas para Vivir en América, Un tendero en La Paz*. Obras Completas. Rosario (Santa Fe) Argentina. Editorial Fundación Ross.

Así, se transparenta una nostalgia, pues cuando existe un puente o un camino, se otorga la opción del regreso, el ascenso por el sendero que lleva hacia las cumbres o hacia la frondosidad húmeda del río o del mar.

La referencia al viaje hacia un próspero lugar, alude a la necesidad de ganar dinero, pero no a la felicidad. Después de todo, se trata de la misma engañosa ciudad de siempre, aunque ubicada en otro punto del planeta. La nostalgia por el retorno la encontramos en el tema de la boliviana Inés Mantón, "Fuiste a España":

Mi querido amorcito te fuiste a España con la esperanza de ganar platita, dejando a tu familia, dejando tu hogar. No te vayas por favor a otro país. Aquí estamos felices, aunque sin dinero (Youtube, Selenacoca, agosto 11, 2011).

EL ABANDONO Y LA MADRE

El *habitar feliz* se entrelaza con la metáfora del abandono, que puede ser leído como la orfandad, como la ausencia del entorno femenino que genera la nostalgia por el pan recién hecho y por la leche infantil. Como dijimos, las alusiones a la divinidad se focalizan en Dios, pero no incluyen a la Virgen María, es como si su lugar hubiera sido ocupado por una MUJER esencial, reconocida en todas sus facetas: generadora de vida, niña, virgen, amante, esposa, amiga, trabajadora, cariñosa y capaz del abandono, conducta más temible que la traición. Para explicar este concepto, citaremos una de las cumbias-íconos de los años 70, década inicial del estilo *Chicha*. Se llama "Soy provinciano", interpretada por "Chacalón y la nueva crema":

Para todos mis hermanos provincianos que labran el campo para buscar el pan de sus hijos y de todos sus hermanos, les canta... Chacalón y la nueva crema Soy un muchacho provinciano, me levanto bien temprano para ir con mis hermanos ¡Ayayay! a trabajar. No tengo padre ni madre, ni perro que me ladre, solo tengo la esperanza de progresar. Busco una nueva vida en esta ciudad, donde todo es dinero y maldad, con la ayuda de Dios sé que triunfaré y junto a ti mi amor, feliz seré, feliz seré (Youtube, 33 Caucau, junio 8, 2011).

La misma alusión hacen "Las Encantadoras de Potosí" en el tema "Amor de Madre", donde se enfatiza la ausencia femenina, más que la del progenitor:

Este tema va dedicado para aquellos que no tienen una madre... Maldigo mi vida, maldigo mi suerte... sola en este mundo, sola me quedé. No tengo mi madre, tampoco a mi padre. No tengo a nadie, sola me quedé. Sola me quedé sin amor de madre, sola me quedé, sola en este mundo (Youtube, MirianTC85, abril 21, 2010).

Ante este lamento, el narrador entrega esta moraleja que se repite en varios temas: *¡Así es. Se sufre, pero se aprende... sin llorar!*

Otro ejemplo es el de Isaura de los Andes, con su tema “Recuerdos”. La canción alude a diversas reflexiones donde subraya la figura del abandono:

¡Qué lindos se ven los valles cuando todo ha florecido, que linda fuera la vida si todos se comprendieran! Ay palomita ay... qué linda fuera la vida. ¿Para qué dicen te quiero si no sienten con el alma? ¿Para qué traen al mundo hijos para abandonarlos? Ay palomita ay ¿Para qué traen al mundo hijos para abandonarlos?... Ay Dios mío... ¡Arriba la alegría, abajo las penas! (Youtube, sandrotuya1, julio 27, 2010)

Las canciones siempre le recuerdan a la madre su rol protector y nutricional. Este tópico remite a los conceptos de Sonia Montecino sobre el mestizaje y el problema existencial del *Huacho*, entendido como el niño abandonado por un padre conquistador blanco y de una madre india que lo cuida, a pesar de ser fruto de una violación. Ante la mirada *Chicha*, la maternidad ocupa el lugar principal y a la mujer se le pide que acoja el fruto de sus entrañas. Al padre se le agradece su presencia y el *Estar* con la familia. En esta línea, no extraña que casi todos los grupos tengan cantos especiales para el Día de la Madre, lo que evidencia dos cosas: que se trata de una celebración obligada en el *Ciclo del Pan* y que es un tópico siempre bien recibido por el público. Para el padre hay pocos homenajes. Curiosamente, el momento dramático-estelar que los *Chicha* consignan con relación a la paternidad pareciera ser el momento de su muerte, donde siempre hay un canto en su homenaje.

Existen dos videos que ilustran el caso. Son canciones de hijos que prometen seguir el legado del progenitor. La niña Wendy Sulca y su tema “Papito” dedicado a Franklin Sulca, grabado en el cementerio y el adolescente “Chacaloncito” (hijo de “Chacalón”) con la tecnocumbia “Quiero agradecer a mi papá”. Nótese que el estribillo destaca lo más importante que se espera de un padre y que sustenta la tesis de Montecino: “*Estoy muy contento, tengo a mi papá. Nunca estoy solo, él siempre está*”. De esta forma, el morir remeda la semilla que ingresa a la tierra para su germinación, concepto aludido por Kush con relación a la visión de la muerte en la América profunda.

EL REGOCIJO DE LA SOLTERÍA/ LA MADRE SOLTERA

La principal transacción que ocurre en el cancionero *Chicha* es el elogio o regocijo por la soltería en la mujer. La cumbia ícono de esta propuesta corresponde a “No soy casada” de “Las Chicas Mañaneras”. El estribillo indica:

Todas las mañanas salgo a trabajar y el fin de semana me pongo a tomar. No tengo a nadie a quien mantener, no soy casada, solterita soy” (Youtube, himbertjoan, mayo 26, 2009).

Esta canción transgrede al patriarcado en dos aspectos. Uno, valora el derecho de gastar el salario en gustos propios. Segundo, se da permiso a las solteras para ingresar al circuito masculino de la diversión, entendido como el derecho a salir sola a bailar, comer y beber. Es importante señalar que los *Chicheros*, en su objetivo de cantar los

quehaceres de la comunidad y no de convertirse en jueces morales de la misma, no critican el alcoholismo, sino que intentan darle alguna explicación social. De esta forma, justifican el beber como motivo de celebración o para amortiguar el dolor. Así, resulta lícito beber, ya sea por dramas amorosos, problemas en el trabajo, falta de dinero o la pérdida de un ser querido. Sin que el discurso sea evidente, se apela a la falta de oportunidades, a la postergación y al difícil ajuste que el campesino tiene que hacer para adaptarse al progreso urbano. Esto nos remite a la metáfora anterior, a la nostalgia por el territorio al que se desea regresar. El alcohol proveniente de la ancestral *Chicha* o de la festiva cerveza local, se constituye en la manera fácil y barata, ya sea para calmar las tristezas o para ser parte de la felicidad comunitaria. Curiosamente, el vino, tan nombrado en otros estilos musicales de América Latina, no tiene un lugar en la cumbia andina. Probablemente, porque se lo asocia con el entorno urbano.

El alcohol se convierte en la clave para derribar el arquetipo social que le otorgaba el “derecho” al varón a dilapidar el salario con *los compadres del bar*, mientras la mujer –soltera o casada– debía permanecer en casa, lejos de estos *antros de perdición*. Así, las *Chicheras* se conceden su propio derecho a bailar y divertirse sin horario, en sitios que antes eran privativos del género masculino.

LA MADRE SOLTERA

Si a las solteras sin hijos se les otorga el permiso a la diversión y a gastar su salario en “sus cosas”, la situación de maternidad se entiende como una etapa de madurez, que catapulta a la mujer a trabajos más estables y mejor remunerados. En vez de ser vista como una desventaja o como el fin de muchas oportunidades, el asumir un embarazo se cataloga como positivo y capaz de revestir a las madres de una nueva valentía para superar las adversidades.

Esta ausencia total del deseo de interrumpir la gestación la podemos entender dentro de la realidad social del grupo al que pertenecen los cultores y el público *Chicha*. De esta manera, si para las mujeres de la elite y de la clase media Occidental el aborto o el divorcio son asuntos relacionados con la moralidad, las aspiraciones personales, las presiones familiares o la disponibilidad de dinero en la cuenta bancaria; para las mujeres *Chicha*, por la razón de encontrarse en la base de la escala social, el tener un empleo es una aspiración sencilla y natural. Dicho de otra forma, son mujeres que *siempre han trabajado* en el transcurso de la historia, ya sea en las cosechas, en alfarería, en tejidos, en la limpieza doméstica, lavandería, tanto en tiempos de esclavitud como de libertad. Sus madres, amigas o primas han sido o son pequeñas comerciantes, costureras, operarias de fábricas y otros oficios similares. Así, el trabajo es visto como sustento para una vida mejor, lo que no necesariamente pone en juego el valor esencial de la persona. Se trata de un dilema o conflicto que sí suele tener el sexo femenino de mayor educación, quienes delegan en la profesión y en el trabajo la identidad personal, la que se suma a la simbología material del éxito. Dicho de otro modo, las *Chicheras* entienden que el ganarse el sustento es parte de la vida, pero *No* es la vida misma, por lo mismo, no se ve al hijo como un obstáculo que impida un futuro mejor. Cabe comentar que se

mencionan como superación el ser profesora, secretaria o cantante. De hecho, cada banda *Chicha* publicita su labor para ser contratada en algún evento, lo que indica que el ser músico se considera un oficio como cualquier otro.

ACEPTAR LA REALIDAD

Obviamente, el cancionero *Chicha* observa que no siempre el embarazo de una madre soltera es aceptado con gozo. Para combatir estos temores apela a cantos interpretados por niños. Cabe comentar que la existencia de concursos destinados a reclutar talentos infantiles es común en estos barrios y comunidades. De esta manera, el pequeño Marc Antony Reto ganó uno de estos certámenes en Perú con el tema "Madre soltera". El video muestra el humilde hogar de un pueblito, donde el cantor, en uniforme escolar, promete a su madre ayudarla cuando sea grande. El estribillo dice:

Ser madre soltera no es una razón para que la vergüenza lastime tu corazón. Levanta tu frente y siéntete feliz, fuiste muy valiente al parirme a mí (Youtube, forasteroperu, septiembre 9, 2008).

En este caso, es la voz del niño *Huacho* quien busca compensar con largueza la ausencia paterna. Desde la perspectiva femenina, la niña Gabriela, de Imperial Cañete, interpreta dos temas alusivos. Uno, también titulado "Madre soltera", donde explica el caso de una mujer que ha sido *arrastrada en el fango* por un mal amor, que la deja sola con un hijo. La pequeña afirma:

¡Nadie te quitará el valor que tienes ni menos aquel malvado que te negó el altar. Si lo ves en la calle escúpele su deslealtad. Si en el mundo te desprecian, en el cielo te han de honrar (Youtube, ricfei, mayo 5, 2008).

La otra canción, "Hija de Cualquiera" es el diálogo de una niña con su madre. La chica no quiere ir a la escuela porque un compañero le dio ese calificativo. La madre le explica que es fruto de una violación que sufrió cuando era lavandera en su pueblo. Esta verdad fortalece a la niña, la que regresa a "poner en su lugar" a todo aquel que la insulte. En el video, se la ve propinando una bofetada al compañerito que la humilló. Indudablemente, es una posición activa para la mujer.

El asumir la maternidad con o sin padre, sugiere una superioridad frente al padre-sembrador. Lo recogemos en la frase de la *Chicha-ranchera* "Madre soltera" de Jenny Rivera: *¡Para qué quiere mi hijo un padre si le sobra madre!*

Pese a estas consideraciones, para evaluar la real dimensión que el ser madre soltera tiene en este estrato social, sería importante contrastar la cantidad de madres solteras con testimonios que acrediten las ventajas y desventajas de dicha condición. Surge entonces, la pregunta: ¿Hasta qué grado la visión patriarcal o la religión convierte esta transacción metafórica del *orgullo por salir adelante sola*, en un desafío a la autoridad masculina o es una resignación liberadora de una condición *muy difícil de evitar*?

PAREJA Y DIVORCIO

Esta visión luchadora en la identidad femenina se promueve también en la vida de pareja. Una de las cumbias más famosas y que ha sido interpretada por diversas bandas, es el tema “Pisao, pisao” de la autodenominada “Muñequita Sally”, cuya trágica muerte catapultó su canto más allá de las fronteras. El título no es gratuito y está cargado de significado, pues la palabra “Pisao” (Pisado), evoca el acto de colocar el pie sobre alguien y sin lugar a dudas, el objetivo es “pisar” o “someter” al varón. El video tiene mayor potencia, pues la “Muñequita Sally” lo canta blandiendo una amenazante sandalia. Cabe comentar que el narrador o la voz masculina es el compañero o pareja de la artista:

¡Pisao, pisao te llaman Pisao! Pisao te tengo pisao. De casa tú no vas a salir porque la ropa vas a lavar. Pisao, pisao (bis) De casa hoy no vas a salir porque los niños vas a cuidar. Porque esto tiene que ser así y ya sabes que yo mando aquí y todos siempre te llamarán: ¡ Pisao, pisao!

La voz masculina pregunta al coro: ¡Ayyyy a ver chicas... ¿Quiénes son más pisaos los hombres o las mujeres?

Respuesta femenina: ¡Los hombres!

Narrador masculino: ¡Eso es lo que ustedes creen! ¡Mentira, me cansé! Me voy de la casa. Sally no me busques y no me ruegues.

Sally: ¡Rogarte yo? ¡Jamás! (Youtube, marcial100, enero 10, 2008)

Por supuesto, el canto termina con el equilibrio y ambos prometen ayudar en las labores domésticas, porque *así debe funcionar un hogar*.

El divorcio no está ausente en la temática de estos cultores. Una vez más se otorga a la mujer la prerrogativa de liderar una separación. En esta negociación, los cultores masculinos dejan ver algún tipo de resentimiento, es decir, aceptan esta nueva realidad, pero no la apoyan del todo.

Dos son las canciones claves sobre este asunto y ambas se titulan igual: “El Divorcio”. Una corresponde a los Hermanos Castro y reproduce el diálogo entre un hombre y una mujer. Es ella quien solicita la separación a causa de la traición del marido con su mejor amiga. El varón niega lo sucedido y se defiende en esta estrofa:

¿Qué me vienes a llorar tus desventuras? ¡Toma el divorcio, ya no quiero estar contigo! (...) Tú que me has hecho mujer, llenándome de tristezas. Eso que te han dicho de mí son puras mentiras. Has despreciado mi amor, ahora me voy y mañana llorarás (Youtube, Lucasml14, agosto 7, 2009).

Finalmente, el epílogo de la canción sugiere para ambos un “nuevo amanecer”, donde cada uno podrá rehacer su vida sin rencores.

El otro tema, de “Vico y su grupo Karicia” es una cumbia que incluye una explicación previa:

“En nombre de la Ley, se concede el divorcio... a instancias de ella”.

El primer párrafo mezcla una aceptación de la independencia femenina, pero el desprecio queda claro:

Finalmente, ya nos divorciamos, conseguiste lo que anhelabas. Me pedías ser libre nuevamente. Ya lo eres... ¡Márchate mujer! (...) Eres libre porque lo has querido y no lloro porque te vas, sino que por mis hijos que lloran y sufren (Youtube, Tosalumi, marzo 7, 2007).

CONCLUSIONES

El hecho de que las elites urbanas de Perú hayan asociado el término *Chicha* con algo “informal y mal hecho” nos remite a esa negación, tan nuestra del mestizaje. Solemos pensar al estilo de Simón Bolívar en su Carta de Jamaica, firmada en 1815: “No somos ni indios ni europeos, sino una especie media entre los legítimos propietarios del país y los usurpadores españoles”.

El drama de esta frase es que ubica al *Ethos* latinoamericano en un vacío, en un espacio sin identidad ni futuro. Como oposición, el cancionero *Chicha* nos remite a un imaginario donde el sustrato identitario sigue vigente. A su vez, es una defensa poética frente a la incertidumbre de la ciudad y del progreso occidental. Tal como lo menciona Rodolfo Kush y otros autores que rescatan los “quehaceres menores”, es en las expresiones populares donde la América profunda se expresa con aquella libertad creativa que la sociedad dominante siempre observa con desconfianza. Después de todo, se trata del viejo temor a la “barbarie”. Caer en ella significa no solo alejarse de la civilización, sino que dar visibilidad a las minorías.

Este análisis nos permite concluir que los *Chicha* se suman a la tradición de otros estilos musicales, como el tango, boleros, salsas, cumbias y *reggaetón* por nombrar algunos. En su mayoría, han nacido desde los barrios marginales o de grupos étnicos que necesitaban un espacio expresivo. En sus letras se revelan las verdades sobre el acto de vivir, las relaciones con la muerte, la traición, la familia y la construcción de modelos de género, más allá del discurso oficial. Así, son las mujeres *Chicha* las que logran una transacción metafórica en un nuevo rol más activo e independiente, el cual parece ser aceptado por sus colegas masculinos.

Por otro lado, los cultores *Chicha* supieron apropiarse de un medio como Internet para mantener su vigencia y difundir su quehacer más allá de las fronteras. En este punto, es importante destacar el florecimiento de esta música y su influencia. Por ejemplo, en Argentina, el escuchar a estas bandas se está convirtiendo en una actividad de culto. De hecho, algunas discotecas los están invitando para atraer público. En México, se está creando la *Chicha-Ranchera*, de gran difusión en las comunidades hispánicas en los Estados Unidos, donde el elogio a la madre soltera se está cantando en todos los estilos, puesto que entre los inmigrantes ilegales prolifera el sueño del “Hijo Americano” o el “Hijo Ancla”, que permite a las madres solteras postular a los beneficios del gobierno y sirve como medida de presión para traer a toda la familia al nuevo país.

La mediación de Internet les ha otorgado una visibilidad global y un imaginario que se desarrolla con las mismas características vitales del melodrama en los medios de comunicación tradicional. “Lo popular” en la red tiene la misma fuerza de identidad con que el sociólogo Guillermo Sunkel describió a la prensa sensacionalista:

“Es un fenómeno que tiene una lógica enteramente diferente de la llamada Prensa Seria. Una lógica cultural que, como lo hemos planteado en Razón y Pasión en la Prensa Popular, se conecta con una estética melodramática que altera la separación racionalista entre temáticas serias y las que carecen de valor, que se atreve a tratar los hechos políticos como hechos dramáticos y a romper con la ideología de la objetividad” (Sunkel Guillermo, 2006, 277).

BIBLIOGRAFÍA

- García Canclini, Néstor (1977): *Arte Popular y Sociedad en América Latina, Teoría y Praxis*. México D.F. México. Editorial Grijalbo.
- Kush, Rodolfo (1953): *La Seducción de la Barbarie, análisis herético de un continente mestizo*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Raigal.
- Kush, Rodolfo (1962): *América Profunda*, Buenos Aires, Argentina. Editorial Hachette. Premio Faja de Honor de la SADE y Mención de honor del Consejo de Escritor.
- Kush, Rodolfo (2000): *El Pensamiento Indígena y Popular en América*, Rosario (Santa Fe) Argentina. Editorial Fundación Ross.
- López A., Hilda (1995): *La Chinita de Andacollo, Reina de la Montaña*. Santiago, Chile: FONDART.
- McLuhan, Marshall (1967): *El Medio es el Masaje*. Londres, Nueva York, Toronto (Inglaterra, Estados Unidos y Canadá). Bantam Books.
- Martín Barberos, Jesús (1987): *De los Medios a las Mediaciones*. México D.F. México. Gustavo Gili Ediciones.
- Martín Barberos, Jesús (2000): *Des-ubicaciones de lo Popular, en conversación con Hermann Herlinghaus. Contemporaneidad Latinoamericana y Análisis Cultural*. Madrid, España, Ed. Vevuert.
- Morandé, Pedro (1984): *Cultura y Modernización en América Latina: Ensayo sociológico acerca de la crisis del desarrollismo y de la superación*. Santiago de Chile. Publicado por el Instituto de Sociología de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Montecino A., Sonia (1991): *Madres y Huachos: Alegorías del mestizaje chileno*. Santiago de Chile, Editorial Cuarto Propio-CEDEM.

- Monsiváis, Carlos (1999): *Del Rancho al Internet, Las migraciones culturales*. México D.F. México. Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado.
- Sunkel, Guillermo (2006): *Modos de leer la prensa popular. El Consumo Cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Bogotá, Colombia. Colección Agenda Iberoamericana, Convenio Andrés Bello.
- Willson, Patricia (1997): *Paul Ricoeur, Autobiografía Intelectual (Traducción)*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Nueva Visión.
- González Oliver, Adelaida (2005): *Creatividad, Simbología y Metáfora. Revista Estudios en Ciencias Humanas, Facultad de Humanidades, Postgrado N°3*, Publicaciones UNNE, Resistencia-Chaco, Argentina.
- Bartra, Eli (200): *Arte Popular y Feminismo. Revista de Estudios Feministas, N°45, Enero*, México. UNAM.
- Bartra, Eli y Valadés, Adriana (1985): *La Naturaleza Femenina. Tercer Coloquio Nacional de Filosofía*. México, UNAM.
- Gallardo, Francesca (2004): *Ideas Feministas Latinoamericanas. Historia de las Ideas. DEL-Desde Abajo*, Bogotá, Colombia y Universidad de la Ciudad de México, México.
- Véliz, Claudio (2011): *Los Dos Mundos del Nuevo Mundo, Cultura y Economía en Angloamérica e Hispanoamérica*. University of California Press (1994-2009), Tajamar Editores, Santiago, Chile.