

En defensa de un giro comunitario en las políticas culturales

Los contrastes entre los enfoques estratégicos de los diarios chicha y “Lava la bandera”

Daniel Ayala

Pontificia Universidad Católica del Perú

Resumen:

El régimen fujimorista se caracterizó por manejar un aparato mediático de gran efectividad, a través del cual se alejó el foco de atención de numerosos problemas de fondo dentro de la sociedad peruana. Sin embargo, en contraposición surgieron movilizaciones por parte de la ciudadanía a modo de resistencia. Por esto, en el presente ensayo, se analizará el fenómeno de los diarios chicha en el segundo mandato de Alberto Fujimori (1995-2000), en contrapunto con la performance “Lava la bandera” (2000), con la finalidad de extraer alcances acerca de las estrategias que deberían seguir las políticas culturales en la actualidad. Se construirá un marco analítico para comprenderlas como políticas (públicas) culturales *informales*. Luego, se reconocerán factores estratégicos a partir del *shock* de Benjamin (1936) y de la *desrealización* de Costa, Escari y Jacoby (1966). Serán examinados los rasgos más resaltantes de los diarios chicha, interpretándolos desde sus formas fragmentarias de montaje (*shock*) y la escasa vinculación con la realidad de sus notas de prensa (*desrealización*). Al mismo tiempo, se reflexionará sobre el caso de “Lava la bandera”, el cual estará situado en una posición estratégicamente diferenciada, en tanto que será contemplado como un proyecto ciudadano con una línea narrativa articulada y afincada en la realidad. Finalmente, se sostendrá que las políticas culturales deben dar un giro hacia la *realización* de espacios en los que se reconstruya el tejido social y se pueda pensar de manera democrática en proyectos comunes.

Palabras clave: post-fujimorismo, políticas culturales, diarios chicha, “Lava la bandera”

Daniel Ayala Quispe es licenciado en Psicología Social por la Pontificia Universidad Católica del Perú con un profundo interés por las perspectivas críticas en el campo psicológico. Cuenta con experiencia en la realización de investigaciones acerca de manifestaciones políticas convencionales y no convencionales. daniel.ayala@pucp.pe

En las últimas décadas, los estados alrededor del mundo han reconocido, cada vez en mayor proporción, la importancia de las políticas culturales. Con esto, también han surgido incógnitas en torno a las formas en las que estas deben gestarse o reencausarse. De hecho, en uno de sus informes más recientes sobre el tema, la Unesco (2015) ha subrayado la necesidad de generar nuevos abordajes para orientar las políticas culturales, los cuales deben ser soportados desde las estructuras institucionales de los estados. Un paso más allá, se señala que es necesario establecer, desde el sector público, mecanismos participativos para que la sociedad civil articule demandas en torno a temas culturales. De esta forma, se espera que los gobiernos puedan sostener espacios accesibles y efectivos que permitan a sus ciudadanos y ciudadanas mantener debates.

Espacios que se tornan aún más relevantes en momentos de crisis múltiples como los que atravesamos actualmente (entre la pandemia por Covid-19 y la polarización política a nivel nacional). Al mismo tiempo, aparece la cuestión en torno a desde dónde se pueden obtener elementos para repensar la generación de nuevas políticas culturales o la reformulación de las existentes. Una parte de la respuesta a este interrogante puede surgir desde el estudio de procesos previos que existieron en periodos históricos igualmente complicados. Por esto, planteo releer el escenario político peruano en los últimos años del mandato de Alberto Fujimori.

En ese rango de tiempo, despuntaron los diarios chicha como una maquinaria mediática de gran alcance social y de suma relevancia política para el régimen. A modo de respuesta contingente, por parte de la ciudadanía, se cuenta con el caso

de “Lava la bandera” del Colectivo Sociedad Civil (en adelante, Sociedad Civil), performance que se logró masificar a nivel nacional y que permitió a un considerable número de personas protestar en contra del fujimontesinismo.

Por esto, el objetivo del presente ensayo será extraer reconstruir algunos aprendizajes desde el estudio de los diarios chicha (1996-2000) y de “Lava la Bandera” (2000), por considerarlos fenómenos sociales resaltantes en el campo cultural y que, además, fueron activados en momentos críticos. Para alcanzar este fin, se construirá un marco analítico para esclarecer qué involucran las políticas públicas en materia de cultura. En este sentido, será integrada una lectura desde la informalidad. Luego, serán empleados los conceptos de *shock* (Benjamin, 1936; Castellano, 2016) y *desrealización* (Costa, Escari y Jacoby, 1966) para aproximarnos a las estrategias culturales de la prensa chicha y de “Lava la bandera”.

1. Las políticas (públicas) culturales informales como marco analítico

Conviene iniciar por definir el marco analítico desde el cual se entenderán las políticas públicas en el campo de la cultura durante el presente documento. Las conceptualizaciones al respecto son múltiples; sin embargo, se ha optado por tomar algunas anotaciones de Parsons (2007). Es importante recoger, en primer término, su noción de lo público: “lo público comprende aquella dimensión de la actividad humana que se cree que requiere la regulación o intervención gubernamental o social, o por lo menos la adopción de medidas comunes” (37).

A partir del supuesto de lo público como ámbito compartido por

una sociedad, el autor procede a definir las políticas públicas de la siguiente manera: “se refieren a la forma en que se definen y construyen cuestiones y problemas, y a la forma en que llegan a la agenda política (...)”. Luego, continúa apoyándose en Heidenheimer para agregar que es posible por medio de estas analizar la forma en que los “gobiernos adoptan determinadas medidas y actúan o no actúan” (37). Entonces, las políticas públicas pueden ser entendidas como medidas gubernamentales que encuentran en su elaboración a un grupo de percepciones articuladas alrededor de una comprensión de la realidad. Para concretar estas medidas se necesita de la generación de acuerdos y un proceso previo de toma de decisiones por parte de las instituciones involucradas.

Por su parte, las políticas culturales pueden ser comprendidas como un cúmulo de “intervenciones realizadas por el estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social” (García, 1987: 26). Enlazando las aproximaciones revisadas, podríamos decir que las políticas públicas en el ámbito cultural pueden traducirse como una serie de medidas premeditadas y ejecutadas por los gobiernos para formalizar planes que conlleven el desarrollo simbólico en la población. Por medio de estas medidas, se busca generar impacto en hábitos y costumbres en función de un objetivo político.

Por lo general, el campo de las políticas públicas suele estar relacionado con la formalidad que confiere el trabajo desde instituciones públicas, pero ¿es posible pensar en estas políticas por fuera de los marcos establecidos? Desde mi punto

de vista, esto es posible. Una prueba de ello radica en el fenómeno de los diarios chicha durante el gobierno fujimorista.

Para sostener esta posición, reconstruiré una noción de informalidad desde los aportes de José Matos Mar en “Desborde popular y crisis del Estado”, puesto que resulta un texto que permite obtener una definición amplia y bien situada (geográfica y cronológicamente), teniendo como punto de referencia los fenómenos analizados.

El antropólogo comenta lo siguiente sobre el origen del fenómeno de la informalidad:

“En la medida en que la industria, el comercio y el trabajo quedan sometidos a las trabas que sufre la economía y al aparato de gobierno en crisis, sectores cada vez más amplios exploran nuevos cauces, escapando hacia los márgenes de la legalidad o resultan desplazados en esa misma dirección. Se produce el crecimiento de una economía (...) a la que la opinión pública ha dado en llamar como ‘informal’” (1984: 58).

Resalta el uso del término “hacia los márgenes”, en lugar de “por fuera”, cuando se hace referencia a la relación originaria entre informalidad y legalidad. Encontramos pues una primera característica: la informalidad no excluye a la legalidad, pero funciona nuclearmente ocupando los puntos ciegos que encuentra en esta.

Matos (1984) prosigue afirmando que la informalidad es una manifestación de,

“la insuficiencia del aparato de gobierno para asegurar y garantizar la vigencia universal de su legalidad. Disipada su autoridad y mermado su poder, el aparato del Estado comienza a girar en el vacío. Ausente la autoridad y bloqueados los ca-

nales institucionales, las masas generan bolsones semiautónomos de poder (...). Prescinden del Estado y se oponen a él” (106).

Surgen como actores protagónicos contrapuestos el gobierno, como agente incapaz de sostener la legalidad que debería proteger; y la población, como grupo que toma ventaja sobre el debilitado poder central. Probablemente, lo que se desarrollaría una década después estuvo fuera del rango de visión de Matos, cuando esa ausencia de autoridad y “el bloqueo de los canales institucionales” no serían aprovechados por un grupo ajeno al gobierno, sino desde dentro del mismo. Particularmente, en el segundo gobierno fujimorista, no fueron las masas las informales, sino una cúpula política la que buscó nuevas vías para perpetuarse en posiciones de poder y el respectivo acceso a los recursos del Estado que estas les permitían.

Seguidamente, y aproximándonos al objetivo planteado, el autor peruano comenta que se puede pensar en una “informalidad política”. Encuentra de Sendero Luminoso un caso emblemático en tanto,

“[s]e aleja en ideología y estrategia, y repudia abiertamente la formalidad de los partidos revolucionarios existentes. Cuestiona todo el orden establecido y los mismos códigos semánticos en los que se expresa el debate ideológico formal (...). La singularidad de sus acciones puede entenderse solamente en el marco de referencia que propone la nueva sociedad en turbulento crecimiento” (1984: 66).

Por esto, el plano político, al estar íntimamente vinculado con el económico, vio aparecer formas particulares de emplazarse en el espacio público, inclusive siendo parte del aparato de gobierno. Se despren-

de que la informalidad remite a un grupo de prácticas que funcionan al margen de la legalidad y que apuntan a la subsistencia económica por medio de una acumulación de recursos maximizada (al no estar mediada por instituciones estatales). Acerca de estas prácticas, me permito incluir una referencia de uno de los informes de la Organización Internacional del Trabajo (2013). Esta organización recoge que una de las nociones de la informalidad observa a ese sector como un espacio de creación de “forma[s] particular[es] de producción, en términos de la forma en que las empresas están organizadas y llevan a cabo sus actividades” (20-21). Así, las prácticas informales aparecen como un fruto del proceso de constitución y diferenciación (frente a las actividades normadas convencionalmente).

Por lo visto hasta este punto, es oportuno volver a enlazar términos para pensar, a la luz de lo planteado, en un aparente oxímoron: una política pública cultural *informal*. Este tipo de políticas cumple con “lo regular” en tanto contempla al gobierno y a sus funcionarios y funcionarias como actores relevantes, sirven para canalizar intereses en torno a la renovación del plano simbólico de la sociedad, planifica los contenidos y formas involucradas en su funcionamiento, entre otros. De manera complementaria e indivisible, destaca otro bloque de características: sus dinámicas funcionan en las zonas liminales entre la ilegalidad y los marcos legales establecidos, y mantiene un semblante disruptivo frente a estos últimos. A la luz de los casos, se profundizará en este planteamiento.

2. Los diarios chicha y “Lava la bandera” como manifestaciones político-culturales

El primer fenómeno a analizar corresponde a lo que se conoce como “diarios chicha”. De acuerdo

con Cappellini (2004), esta facción de la prensa partía del uso de símbolos propios de grupos sociales limeños inscritos en un determinado tipo de subcultura con el fin de generar un nuevo estilo periodístico cercano al entretenimiento. De modo más genérico, “chicha” funcionaba como un adjetivo que aludía a cosas o acciones “de mal gusto baja calidad o insignificante” (33).

Cabe señalar que un gran número de estos periódicos han seguido existiendo hasta nuestros días, pero tras haber pasado por variadas reformulaciones. Por esto, se considerará únicamente las particularidades que estos diarios evidenciaron en el segundo gobierno de Alberto Fujimori (1996-2000), con un mayor nivel de incidencia en los últimos años del régimen. Es, además, en este periodo de tiempo en el que superan al sensacionalismo visto hasta esa época, de forma que se genera propiamente la categoría “chicha” para describirlos (Cappellini, 2004).

A continuación, se resaltarán algunos elementos centrales a nivel de forma y contenido, producto de la sistematización de información recogida desde investigaciones que han examinado a los periódicos de este tipo (Cappellini, 2004; Gargurevich, 1999; Macassi, 2001; Mendoza, 2013).

Para comprender esta forma de hacer periodismo, se presentarán sus características en tres bloques. En primer lugar, en torno a su formato, habría que anotar que se trata de tabloides, con un énfasis predominante en las primeras planas. En ellas se pueden ver colores estridentes que servían de contorno para titulares o imágenes. Además, es distintiva la limitada relación de proporción entre elementos dentro de las carátulas de estos diarios, los cuales se encontraban superpuestos.

El uso de lenguaje coloquial, la jerga y el humor criollo eran otros elementos comunes. Tanto el lenguaje como las imágenes, eran explícitos en lo que mostraban. Esto se complementaba con su precio bajo, en comparación con otros diarios. Generalmente, estas cualidades los dotaban de un halo “popular” que los acercaba en cierta medida a la población.

En segundo lugar, a nivel de temáticas, era frecuente encontrar imágenes de mujeres semidesnudas erotizadas, las cuales eran presentadas a todo color, ocupando gran parte de sus portadas. Asimismo, se presentaba información vinculada con la farándula y con noticias policiales que se graficaban con imágenes de cadáveres, cuerpos mutilados, entre otras.

Por último, se caracterizaba por servir como herramienta política para el régimen. El propósito era generar confusión y desconcierto en la opinión pública. Para esto, se valían de diferentes tácticas que pueden verse como complementarias: la presentación de noticias irrelevantes o con un pobre sustento en fuentes verídicas, ataques difamatorios, sobre todo, a personajes políticos críticos del gobierno o directamente adversarios en contiendas electorales.

Al mismo tiempo, se ensalzaban las acciones del ejecutivo, principalmente la figura de Fujimori (ver Cuadro 1). Para ser más efectivos en sus campañas informativas, se orquestaban contenidos desde el gobierno, de forma que los diarios controlados realizaban movimientos de manera coordinada. Por esto, habrían funcionado como un sistema de difusión que se articuló desde el poder central para plantear una forma distinta de estructurar la percepción de la realidad.

En este sentido, Matos (1984) acerca de los nexos entre lo formal y lo informal comenta que,

“[s]e han creado también las condiciones para una mayor vinculación, en cierto tipo de rubros, entre sector oficial [e informal]: como productores de insumos para las empresas formales, pues éstas abaratan sus costos adquiriéndolos de las empresas informales, como mercado para algunos productos, como vehículo de comercialización de la producción formal” (61).

Siguiendo esto, se podría decir que, en el caso de los diarios chicha, estos abarataban o anulaban el costo simbólico que suponen acciones como la persecución política para el equipo de gobierno involucrado. Para la opinión pública, al menos en un principio, no estaba comprobado que los ataques eran perpetuados desde el gobierno central, hasta cierto punto lucían como los modos particulares usados por un bloque de la prensa para dar a conocer noticias políticas.

Por lo antes dicho, los diarios chicha, al plantear una nueva forma de concebir la realidad por medio de sus formas particulares, mantenerse más próximos a la población y difundir información para conservar una visión del ordenamiento social, formarían parte de una política cultural.

Sin embargo, para precisar este punto habría que considerar el papel del aparato de gobierno. Así, se encuentra que el ejecutivo formó parte medular en la producción de un gran número de diarios chicha, por medio de manejos irregulares. Sin hacer manifiesto su involucramiento, perseguían sus objetivos políticos. Por esto, sería posible considerar a los diarios chicha como parte de una *política pública cultural informal* del régimen fujimorista.

A pesar de encontrarse en un escenario en el que de forma clara existía una desproporción en el poder y donde los esfuerzos del ejecutivo por aferrarse a su posición fueron tornándose más evidentes, una serie de agrupaciones ciudadanas empezaron a desplegar acciones a modo de resistencia. Surgieron propuestas creativas, entre ellas, una de las más consolidadas fue “Lava la bandera”. Esta performance fue iniciada por el colectivo “Sociedad Civil”.

De acuerdo con los portales web de VADB¹ y ARTEINFORMADO², esta organización contó entre sus miembros a Claudia Coca, Sandro Venturo, David Flores-Hora, Gustavo Buntinx³, entre otros. La y los integrantes mencionados han cursado estudios superiores universitarios vinculados con el sector cultural en instituciones educativas ubicadas en Lima. Son profesionales en el campo del arte con diversas publicaciones académicas e intervenciones artísticas. Este núcleo de personas fue el que propulsó en un primer momento la performance en cuestión. En seguida, se plantearán algunos elementos sobre esta incursión en base al artículo planteado por Buntinx (2006), puesto que representa uno de los únicos escritos destinados a explorar este fenómeno desde la perspectiva de uno de los integrantes de Sociedad Civil.

“Lava la bandera” se sostenía en una serie de actividades sencillas y recurrentes, las cuales utilizaban elementos de la vida cotidiana de gran parte de la población. Literalmente, se trataba de lavar la bandera. En palabras simples, cualquier

persona con una bandera peruana podía acercarse al punto de concentración y participar. Los elementos restantes se encontraban en el lugar o eran llevados junto con la pieza de tela: agua, jabón, bateas, bancos de madera o plástico que funcionaban como pedestales para las bateas. De esta manera, el uso austero de los recursos fue uno de sus rasgos distintivos, lo que se conecta con el carácter económico de sus actividades.

La conjugación de elementos formaba un proceso que es categorizado como un ritual conjunto, el que servía de punto de encuentro para un gran número de personas. Como ritual, estaba cargado de simbolismo. De hecho, el fin principal que se perseguía era re-dignificar al país, por medio de la limpieza de la bandera en un lugar reconocido por su importancia para la población: la Plaza Mayor de Lima.

La performance encontraba en su simpleza una de sus mayores fortalezas. Un esfuerzo concreto mínimo que conllevaba un gran impacto. Esencialmente, su formato y consigna sencilla facilitaron que, al cabo de unos meses, las acciones se repliquen a lo largo del Perú. El movimiento se desarrolló desde un núcleo en Lima y se extendió al resto del país. Este crecimiento surgió de forma orgánica, sin dirección específica y carente de un liderazgo centralizado. Se trataba de un sistema horizontal que, al no contemplar una cúpula que comandara actividades, esquivaba en cierta forma los problemas que se habían suscitado dentro del gobierno.

De manera análoga a los diarios chicha, aunque con marcadas diferencias, “Lava la bandera” podría ser considerada potencialmente como una política cultural informal, puesto que ha sido impulsada desde la comunidad para proponer experiencias simbólicas que atienden

necesidades específicas de la población, sin contar con apoyo de una estructura institucional convencional (como el gobierno). Al respecto, Matos (1984) sugiere que,

“[l]a informalización de la economía y de las instituciones comienza a incorporar un número creciente de representantes de la industria y el comercio formales, amenazados por la quiebra, mientras que la complementación de ingresos de origen formal, por medio de actividades informales paralelas, alegales o ilegales, se generaliza en los sectores medios” (94).

Es cierto que esta cita conduce a pensar directamente en el aspecto económico de la informalidad; sin embargo, podríamos adaptar estas ideas al plano político-cultural para entender que tanto los diarios chicha como “Lava la bandera” parten de estructuras socialmente legitimadas, a saber el gobierno y un colectivo de artistas. No obstante, ambas instituciones se ramificaron en direcciones informales que identificaron como más rentable para sus intereses.

Ahora bien, como comenta Monsalvo (2017),

“(…) todo mecanismo político es construido socialmente. De tal grado, en tanto formas históricas no tienen por qué ser eternas, sino que pueden transformarse y/o remplazarse a través de nuevos procesos sociales. El Estado, los partidos políticos, los diferentes ejercicios de la democracia y las mismas políticas culturales son, de una u otra manera, mecanismos políticos que se han definido a partir de procesos históricos y sociales cuya delimitación y análisis nos posibilita una mejor comprensión de los escenarios actuales” (40).

Con esto en mente, se puede reflexionar acerca de cuál ha sido el posicionamiento político de ambos

1 Dirección web consultada: <https://vadb.org/institutions/colectivo-sociedad-civil>

2 Dirección web consultada: <https://www.arteinformado.com/guia/f/colectivo-sociedad-civil-168512>

3 El mismo Buntinx (2006: 1) afirma ser parte del colectivo en una nota a pie de página.

fenómenos para entenderlos en un determinado momento histórico. Por un lado, los diarios chicha pueden corresponder a una política pública cultural informal de tipo *reaccionaria*, en tanto cumplían un rol clave en el sostenimiento de la cúpula que ocupaba altos cargos en el régimen fujimorista. Por su parte, la propuesta informal de Sociedad Civil estaría políticamente situada del lado *contestatario*, dado que buscaba agrietar y, en última instancia, colaborar con el derrocamiento del gobierno de turno.

De este modo, ambos fenómenos resultan admisibles para obtener nuevas direcciones para las políticas culturales, puesto que pueden ser leídas, aunque de maneras distintas, como manifestaciones emblemáticas en el campo público-cultural, que además pueden orientar y consolidar diversos ejercicios tanto formales como informales.

3. El *shock* y la *desrealización* como estrategias mediáticas

Una vez superada la presentación de los fenómenos a considerar, conviene explicar las categorías que se articularán para aproximarnos a las estrategias empleadas por ambos para operar: *shock* y *desrealización*. En primer lugar, habría que declarar respecto al *shock*, que se está pensando en el término desde los aportes de Benjamín (1936) en “La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica”. En este ensayo, se entiende al concepto como un extrañamiento intenso que experimenta el individuo cuando se expone a las técnicas de montaje. La sobreposición de imágenes, a veces sin sentido aparente, así como su encadenamiento secuencial ininterrumpido, aleja a las personas de situaciones familiares. De acuerdo con el pensador alemán, la obra de arte ha pasado a convertirse en un proyectil que impacta en el receptor. Al impactar,

adquiere cualidad táctil, por lo que la estimulación sensorial es drásticamente más cercana.

Esto se evidencia principalmente en el cine, en el cual se condensan migraciones constantes entre escenarios y múltiples juegos de cámara. Alteraciones que llegarán hasta el espectador o la espectadora como un choque. Incluso, desde el procesamiento interno de las imágenes, la persona que las observa ve interrumpidos o al menos dificultados sus intentos por concatenar sentidos inmediatamente, debido a la inestabilidad de los contenidos que tiene en frente. Si bien esta experiencia podría ser rotulada como traumatizante, tiene entre sus efectos el cambio conductual con miras a una adaptación a ciertas formas de vida en sociedad, y, en definitiva, despertar o dirigir actitudes revolucionarias.

En segundo lugar, la *desrealización* será entendida desde los planteamientos que formulan Costa, Escari y Jacoby (1966) en “Un arte de los medios de comunicación”. Producto de las actualizaciones en los medios y, por ende, en las formas de comprenderlos, los autores argentinos llegarán a afirmar que la población, lejos de estar en contacto con los hechos culturales, se conectan con ellos a través de la información que reciben de los medios de comunicación. La concreción de los hechos deja de ser importante; en cambio, alcanzan condición de “realidad” si se constituyen como contenido de una fuente de información mediática.

Entonces, la transmisión pasa a tener un rol predominante, en tanto se construyen o se realizan hechos desde ellas, incluso si estos hechos no ocupan un lugar en la realidad. De este modo, una obra se pasará a considerar como realizada con el único requisito de que la persona

que ocupa el lugar de espectador evalúe y concluya que la obra se ha llevado a cabo. Así, se podría desprender de lo planteado por Costa, Escari y Jacoby que la *desrealización* de objetos es un proceso de tres momentos: primero, la formulación de un hecho ficticio; segundo, la transmisión mediática; y, tercero, la recepción de información. Cabe resaltar que la recepción se potencia si los datos recibidos son significativos para las personas receptoras. El producto final muestra que la construcción de un hecho surge de la transmisión. Transmitir se vuelve sinónimo de construir realidad.

Como se puede apreciar, ambos conceptos (*shock* y *desrealización*) están vinculados con el manejo de los medios de comunicación. Precisamente, el despliegue en este plano es lo que los torna conceptos con cierta vigencia, ya que la hipermediatización de la realidad es cada vez más extendida. Por esto, se les ha considerado como relevantes para aprehender las estrategias que resulten útiles para la constitución de políticas culturales.

De este modo, tanto el *shock* como la *desrealización* serán empleados como herramientas de análisis para aproximarnos a los fenómenos sociopolíticos mencionados previamente. En primer lugar, desde la *desrealización*, ¿qué se podría decir?

Respecto a los diarios chicha, se tendría que poner el foco en el bajo nivel de vinculación existente entre sus notas periodísticas y la realidad. Aparentemente, tanto los directores de los diarios como los funcionarios del gobierno (que los manejaban desde fuera) se amparaban en el potencial de los medios para “construir verdades” desde la proyección de una serie de imágenes y enunciados.

Al tratarse de afirmaciones, por ejemplo, difamatorias contra algún opositor al fujimorismo, la noticia se hallaba concluida. No se trataba de supuestos que debían corroborarse sino de sentencias que se desplegaban en las primeras planas. Por esto, se esperaba que, para un gran número de personas, se tratara de hechos y no de simples formulaciones.

esta propuesta cultural fueron mediatizadas. Por ejemplo, uno de los elementos encontrados en la elaboración del presente ensayo consta de un video documental breve producido por ImaginAcción Perú (25 de enero de 2008) acerca de Sociedad Civil y sus intervenciones. A pesar de presentar información limitada, es de utilidad para entender cómo habrían sido las notas periodísticas televisivas acerca del fenómeno cultural.

Se afirma que la indignación fue uno de los elementos afectivos detrás del éxito de la performance.

Luego de los resultados del proceso electoral del 2000, se afirma que Sociedad Civil se propuso lavar la bandera todos los viernes hasta el último día del régimen. Un gran número de personas, entre ciudadanos, ciudadanas y personalidades políticas se fue sumando para participar del ritual (como se puede ver en la Imagen 1). Se muestra, como parte del montaje, a un grupo de personas coreando “lava la bandera” repetidas veces. El narrador señala que la actividad terminó el 24 de noviembre cuando se le entregó una bandera lavada a lo largo de 6 meses al entonces presidente Valentín Paniagua. Uno de los entrevistados apunta que Paniagua levantó la bandera al nivel de la banda presidencial, reconociendo su valía.

Cuadro 1: Los diarios chicha como herramienta política del régimen fujimorista

Diario	Objetivo político	Titular	Fecha
La Chuchi	Atacar al exalcalde Alberto Andrade	Chanco Andrade pide sembrar el terror a sus cascos azules	14 de febrero de 2000
		Que cascos azules peguen sin miedo dice chanco Andrade	16 de febrero de 2000
		“Somos kutra” de Andrade quería traficar con lotes del terreno del pueblo	19 de febrero de 2000
El Chino	Favorecer al gobierno de Fujimori	Ventanilla y Comas se juegan entero por el chino. Con Fuji habrá chamba y bienestar para todos los peruanos	22 de mayo de 2000
		Arequipa votará el 28 por Fuji, chamba y paz	23 de mayo de 2000

Elaborado a partir de lo presentado por Cappellini (2004: 35).

Incluso, el proceso de *desrealización* resulta compatible con este tipo de diarios. En un primer momento, se producen las noticias a ser mostradas de manera premeditada, aspecto que se evidencia en la forma en la que se orquestaron campañas de desprestigio. Una muestra de esto se encuentra en el Cuadro 1, en el cual se recogen algunos titulares en contra de Alberto Andrade cuando era alcalde de Lima. Luego, se utilizaba el formato de tabloide, con sus rasgos estridentes y su uso distintivo del lenguaje, para mediatizar sus elaboraciones. Estas últimas serán, al final, consumidas por las personas que se sirvan de ellos como canal informativo.

Por su parte, “Lava la bandera” se sitúa en una posición distinta. En principio, ocupaban un espacio físico real y de alto contenido simbólico, como la Plaza Mayor de Lima. Sin embargo, las acciones de

El reporte inicia con la aparición de grupos de personas protestando contra el gobierno de Fujimori. Se comenta que han existido varias organizaciones detrás de las actividades en contra del régimen, pero se destaca la inventiva de las intervenciones de Sociedad Civil. Se señala que la organización nace el 9 de abril del 2000.

Un par de días después, los y las integrantes autogestionaron como parte de su primer bloque de acciones, por medio de aportes particulares, incursiones contra la ONPE. Sin embargo, el lavado de la bandera fue su actividad más reconocida.

En este caso, es característica la superposición de imágenes principalmente, de personas en el ritual de lavado o fragmentos de entrevistas, las cuales son propias de las producciones audiovisuales documentales. A nivel sonoro, se combinan las arengas y los ruidos ambientales, como sonidos diegéticos, con una narración extradiegética que relata la historia de las imágenes que visualizamos.

Imagen 1: Un grupo de personas participando en “Lava la bandera”.



Fotograma tomado del documental elaborado por ImaginAcción (25 de enero de 2008).

Imagen 2: Integrantes de Sociedad Civil entregan una bandera lavada al expresidente Valentín Paniagua.



Fotograma tomado del documental elaborado por ImaginAcción (25 de enero de 2008).

A pesar de su mediatización, la cobertura de la performance se puede comprender como una capa añadida, seguramente potente a nivel de difusión, pero que se termina estructurando sobre la base procedimental-narrativa que implica el acto real de lavar la bandera. Este ritual fue siempre un hecho susceptible de ser corroborado en la realidad por cualquier ciudadano o ciudadana. Por tanto, quiebra con la *desrealización* desde su misma existencia concreta. Es más, sería lógico afirmar que se consolidó como un movimiento de *realización*, en un contexto en el que primaba la *desrealización*.

En otros términos, el movimiento iniciado por Sociedad Civil no conectaba el *shock* con la *desrealización*, sino con la *realización* de acciones colectivas. En esta línea, Benjamín (1937) culmina su ensayo afirmando que,

“Fiat ars, pereat mundus’ (paso al arte, aunque perezca el mundo) dice el fascismo, y espera de la guerra, tal y como lo confiesa Marinetti, la satisfacción artística de la percepción sensorial modificada por la técnica. Resulta patente que esto es la reali-

zación acabada del «art pour l’art» (arte por el arte). La humanidad, que antaño, en Homero, era un objeto de espectáculo para los dioses olímpicos, se ha convertido ahora en espectáculo de sí misma. Su autoalienación ha alcanzado un grado que le permite vivir su propia destrucción como un goce estético de primer orden. Este es el esteticismo de la política que el fascismo propugna. El comunismo le contesta con la politización del arte” (57).

Por lo visto, tendríamos, por un lado, al aparato mediático del régimen encargado de ocultar, de modo inédito, las acciones delictivas del gobierno y sus intenciones políticas: no se utilizaron tácticas para oscurecer los indicios que llevaran a la verdad, sino para sobre iluminar el campo perceptivo con colores neón y enceguecer tanto como fuera posible a la población. El régimen Fujimorista podría identificarse con el fascismo y su estetización de la política señalado en la cita anterior.

Por otro lado, “Lava la Bandera” y Sociedad Civil estarían más cercanos a la politización del arte, es decir, más próximas a utilizar el arte como dispositivo disruptivo frente a las malversaciones de la esfera política.

Sobre esto, Buntinx (2006) indica que “Sociedad Civil postula entonces la politización radical del arte en respuesta a la estetización fascista de la política ensayada por un régimen cuya desesperación electoral lo lleva a sustituir toda reflexión o discurso por el aturdimiento de los sentidos” (4). De este modo, los medios como reproductores de imágenes pueden ser utilizados por el aparato de gobierno como estrategia para aferrarse a su posición, pero también pueden funcionar de manera que habiliten actitudes interpelativas en contra de ese mismo aparato.

Sociedad Civil, como productor cultural, buscó generar un espacio en el cual la población encuentre situaciones cotidianas que les permitieran involucrarse y mostrar su descontento de una forma potente y clara. Es una invitación a la acción, a separarse de la pasividad. Una serie de actividades en un espacio de participación ciudadana. Una búsqueda por edificar formas de contrapoder que revitalicen a la sociedad en un escenario dominado por un gobierno autoritario.

En segundo lugar, continuando con el análisis, con respecto a la noción de *shock*, se pueden obtener algunas reflexiones adicionales. En torno a los diarios chicha, se podría sostener que el choque llegaba desde sus formas fragmentarias y yuxtapuestas, las cuales difícilmente guardaban alguna relación de simetría u orden (principalmente, en sus portadas). Este agolpamiento de imágenes pudo haber ocasionado, en los lectores y lectoras, una tuguirización del canal visual por la sobre estimulación. Se pasa de un titular, a una imagen, la cual se sobrepone a otros titulares e imágenes, y así sucesivamente. De forma global, la aglutinación de elementos resultaba en un sistema caótico de interrupciones, que, de todas formas, no afectaba completamente al sentido

de cada uno de los titulares o fotografías. Para graficar este punto, se puede observar la Imagen 3.

Por otro lado, “Lava la bandera”, desde su performatividad, contaba con una línea narrativa básica pero claramente articulada. El proceso iniciaba con la integración al grupo; luego, se iniciaba el lavado de la pieza de tela, que duraba unos minutos; y para finalizar se tendía la bandera. Asimismo, se contaba con un mensaje de fondo accesible, que

tensidad, con sus lectores y lectoras. “Lava la bandera” va más allá, debido a que subvierte al orden que ha subvertido a las instituciones centrales del país en su camino por construir un espacio común de participación ciudadana.

Adicionalmente, el *shock* facilita en los individuos un proceso de adaptación a formas de funcionamiento social. Por un lado, los diarios chicha permiten al espectador adaptarse a la vorágine de la vida

otras palabras, se vincula con una adaptación a la realidad, pero con el fin de alterarla para el bien común.

En cierto sentido, la mediatización de “Lava la bandera” permite pensar que la experiencia de *shock* se ha presentado en ambos fenómenos, interactuando con dos niveles de *(des)realización*. Por un lado, los diarios chicha representarían a un shock desrealizante. Por su parte, “Lava la bandera” sería el símbolo de un *shock realizador* comunitario. Cada uno de estos decanta en un impacto social diferente. El primer tipo de *shock* termina en un proceso de individualización atómica y despolitizada. En cambio, el segundo apunta a la reconstrucción del lazo social, cumpliendo además una función repolitizadora.

A pesar de las notables virtudes de “Lava la bandera”, un cuestionamiento que se le puede realizar radica en su progresiva desaparición de la escena pública, en el cual sus aportes habrían sido de más prominentes para sostener la demanda por cambios profundos en el ámbito político. Aparentemente, su efervescencia, alimentada por el sentimiento de indignación, se redujo considerablemente hasta desaparecer poco tiempo después de la caída del régimen. Esto no es en demasía sorprendente, puesto que la indignación constituye una emoción tan poderosa como transitoria en su capacidad para ser percibida y para alimentar la acción colectiva.

En el documental aludido previamente, Buntinx sostiene que “las dictaduras no terminan cuando los dictadores se van. Las dictaduras en realidad se van solo cuando logramos construir consensos democráticos que queden inscritos en los hábitos culturales”. Pero, ¿qué sucede con la base en materia legal que sirvió de soporte estructural para el régimen? ¿Acaso no valía la pena sostener las acciones para re-

Imagen 3: Ejemplos de portadas de diarios chicha



Imagen extraída del artículo de Cappellini (2004, p. 32).

podía frasearse de la siguiente manera: “limpiemos a nuestro país de la mala forma de hacer política”.

Otro rasgo de los fenómenos estudiados estriba su carácter subversivo, en tanto cualidad que permite potenciar el *shock* generado. Los diarios chicha trastocan el orden de los formatos de la prensa escrita, inclusive del mismo sensacionalismo, valiéndose de jergas y lenguaje coloquial, para volverse aún más táctiles en la experiencia de choque. El resultado es una experiencia más profunda de contacto, a nivel de in-

en un contexto altamente convulso, desordenado y burdo, a través de sus formatos altisonantes y sus contenidos explícitos. Significan, en cierta forma, un trauma dosificado que hace lucir a la realidad social como un espacio menos inhóspito. Por otro lado, “Lava la bandera”, al caracterizarse por una actitud restitutiva de un orden democrático, se conecta con el potencial de adaptación de la experiencia de shock, pero de una forma insurreccional, enlazándose con el despertar de la capacidad de Wagencya ciudadana para incidir en el cambio social. En

clamar la instalación de una Asamblea Constituyente y la consiguiente redacción de una nueva Constitución? ¿Qué concepto de democracia era el que manejaban los miembros de Sociedad Civil si prevaleció la Carta Magna impuesta por el autoritarismo fujimorista?

4. Elementos a considerar en materia de políticas (públicas) culturales como resultado del análisis

A modo de conclusiones, se apuntarán algunas ideas, significadas como aprendizajes, que se desprenden de la breve exploración efectuada en los apartados anteriores. En primer lugar, resalta la importancia, a nivel de difusión, de los medios de comunicación. Particularmente, resultan sobresalientes aquellos considerados como populares. Si se vuelve la vista sobre las políticas culturales, esto es medular dado que permite explorar estrategias comunicativas que maximicen el alcance de las gestiones y faciliten su posicionamiento en el imaginario colectivo. De esta forma, no solo se atenúa el distanciamiento entre funcionarios y funcionarias y ciudadanía, sino también se alcanza el objetivo de informar efectivamente a la población acerca de las posibilidades de participación en actividades impulsadas por el gobierno.

Las opciones son más abundantes que hace 20 años, dadas las potencialidades tecnológicas: (re) diseñar campañas en redes sociales virtuales, explorar plataformas por *streaming*, en general, interesarse en los entornos virtuales para descubrir formas nuevas de cohabitar espacios. Resulta necesario aclarar que esto no debe entenderse como una llamada al abandono de medios como la radio, pero sí como una invitación a examinar otras alternativas, que podrían llegar a refrescar los procedimientos regulares en los medios tradicionales.

En segundo lugar, es primordial considerar que estas potencialidades pueden conducir a formas intrusivas y maliciosas de mediatización, las cuales parecen guardar ciertas similitudes perniciosas con los diarios chicha. Por nombrar un ejemplo, las *fake news* han formado parte de campañas políticas a nivel nacional e internacional. Los movimientos del régimen fujimorista parecen representar una versión prototípica y analógica de esos bulos contemporáneos. En contraste, la propuesta de Sociedad Civil advierte y sugiere, desde su praxis, que formas de resistencia pueden ser pensadas aprovechando las bondades de los medios masivos. Se debe trabajar en intervenir a partir del shock de manera adecuada y actualizada.

En esta línea, como tercer punto, las campañas mediáticas deben consumarse en acciones vinculantes tanto con otras personas como con las problemáticas sociales que resulten relevantes para los beneficiarios y beneficiarias de la política cultural. Para lograr este fin, es crucial mapear y recoger iniciativas que surjan de la población para incorporarlas a las actividades avaladas y trabajadas desde el gobierno. Siempre con el debido cuidado para no sobre institucionalizarlas, puesto que se corre el riesgo de alcanzar el punto en el que los protocolos de corte burocrático las vacíen de su espontaneidad.

Esto conlleva un reconocimiento de lo que se ha denominado como lo *informal*, por fuera y por dentro de las instituciones que ocupan el poder central en el Estado. En este caso, el ansia formalizadora debe mantenerse al margen, dado que se trata, por un lado, de recoger aquellas prácticas que nos aproximen a un proyecto democrático para revalorarlas y, por el otro, de identificar otras que nos alejen de este camino para desactivarlas y reconfigurarlas.

En suma, el efecto del *shock* debería ser conscientemente incorporado como estrategia de las políticas culturales, puesto que posee la capacidad para facilitar el desplazamiento hacia la *realización* de espacios públicos compartidos. En este sentido, en un primer momento, se debe solicitar a formuladores y formuladoras de políticas culturales que diseñen meticulosamente campañas informativas para generar impacto e interés en dichas políticas. Subsiguientemente, en un segundo momento, se deberán planificar con igual o mayor esmero una serie de pasos que conduzcan a las personas a participar de actividades colectivas.

Lo planteado se alinea con lo que Monsalvo (2017) denomina “políticas culturales ‘sustantivamente’ públicas” (43). El autor explica que estas políticas tratan de facilitar el proceso comunicativo entre ciudadanos y ciudadanas, y la creación de espacios institucionalmente emplazados por el gobierno, en los cuales se entablen debates y se alcancen consensos.

Finalmente, los múltiples desgarros en el tejido social peruano podrían empezar a suturarse desde acciones comunes y sencillas, por lo que es ineludible prestar atención a las prácticas culturales que se mantienen o que emergen detrás de experiencias integradoras. No debemos perder de vista que la reconstrucción de lazos colectivos se reedita incluso en las condiciones más adversas. Actualmente, en la todavía vigente pandemia por Covid-19, que se suma a una crisis política nacional, debemos reparar en cómo se han activado las relaciones comunitarias en periodos similares, para resolver satisfactoriamente la pregunta acerca de qué se necesita para llevar a cabo una recomposición de nuestros vínculos como cohabitantes de una misma sociedad.



Por todo esto, las políticas culturales deben apostar por un giro comunitario, es decir, dirigir sus esfuerzos a la *realización* de espacios públicos (presenciales o virtuales), participativos y dialógicos, desde los cuales se emprenda la cimentación de un proyecto de sociedad profundamente democrática.

Bibliografía

[ImaginAcción Perú]. (25 de enero de 2008). *Documental-Sociedad Civil*. [Video]. YouTube. <https://youtu.be/WCLazxCXtI4>

Benjamin, W. (1936). La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica. En: *Discursos Interrumpidos*. Taurus. 15-58.

Buntinx, G. (2006). "Lava la bandera": el Colectivo Sociedad Civil y el derrocamiento cultural de la dictadura en el Perú. (Versión reducida). <http://www.esteticas.unam.mx/edartedal/PDF/Veracruz2001/complets/BuntinxLava.pdf>

Cappellini, M. (2004). La prensa chicha en Perú. *Chasqui: Revista latinoamericana de comunicación*, (88), 32-37.

Castellano, T. (2016). *Distracción, shock, interrupción: la recepción de Walter Benjamin en las prácticas artísticas contemporáneas* [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

Costa, E, Escari, R y Jacoby, R. (1966). *Un arte de los medios de comunicación*. http://www.archivosenuso.org/jacoby-conceptos-fetich/artede-los-medios#viewer=/viewer/1022%3Fas_overlay%3Dtrue&js=

García, N. (1987). Políticas Culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano. En García, N. (Ed.), *Políticas Culturales en América Latina*. México, Barcelona, Buenos Aires: Grijalbo. 13-61.

Gargurevich, J. (1999). *La prensa sensacionalista en el Perú* [Tesis doctoral]. PUCP, Lima.

Macassi, S. (2001). *Prensa amarilla y cultura política en el proceso electoral*. Asociación de Comunicadores Sociales "Calandria".

Matos, J. (1984). *Desborde popular y crisis del Estado*. [3ª ed.]. Instituto de Estudios Peruanos ediciones.

Mendoza, M. (2013). Lo pernicioso de una lección no aprendida. *Revista de Comunicación Social*, 13(XIII), 13-34.

Monsalvo, M. (2017). (Re)pensar las políticas culturales desde una perspectiva pública. En: *Gestión cultural pública. Coordinadas, herramientas y proyectos*. Buenos Aires: Dirección Nacional de Formación Cultural. 30-54.

Organización Internacional del Trabajo. (2013). *La medición de la informalidad: Manual estadístico sobre el sector informal*. Oficina Internacional del trabajo-Ginebra. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_222986.pdf

Parsons, W. (2007). *Políticas públicas: una introducción o lo teoría y lo práctica del análisis de políticas públicas*. FLACSO México.

Unesco. (2015). *Repensar las políticas culturales*. París.



Fiscalía de la Nación reexaminará el Caso Chinchero

EXITOSA
LO DE JA SIN PISO
JUEZA CASTAÑEDA VE HOY CASO KEIKO FUJIMORI

SOL
RECUPERESE DE ULCERAS Y VARICOSAS
ARTRITIS PSORIASICA! ALIVIO Y CONTROL!

UNA MUJER SIN FILTRO!

EL NACIONAL
REMATAN LOTES DE 500 M² A S/15 MIL

EL PE...
CONVICTOS QUE EL COBRADOR SI PODRIA COBRAR DOBLE

LA RAZON
VIZCARRA EN LA MIRA POR CHINCHERO
DOMINGO PEREZ AL...
DOS INMUEBLES VINCULADOS A CASO KEIKO FUJIMORI

Expreso
\$2'000,000 DE COIMA
GESTIÓN
Colombia y Perú elaboran 'lista negra' de empresas corruptas en la región

UNO
Fujiaprisma distorsion Constitucion

28 FORMAS DE CURAR LA PROSTATA

el Popular
INTENTON ESCAPAR

el PODER
SE SACAN LOS OJOS

MI SALUD
Yo mismo soy

La República
Extesorer...
Keiko fue...
confesó...
de docu...

el Poder
SE SACAN LOS OJOS

el Popular
INTENTON ESCAPAR

el Poder
SE SACAN LOS OJOS

el Poder
SE SACAN LOS OJOS

MI SALUD
Yo mismo soy

DES...
LA F...
El fascinante relato de la h...
de la humani...
Con Descubrir la historia...
de las grandes...
de la humanidad...
de la historia...
de la humanidad...
de la historia...
de la humanidad...

UBRIR...
HISTORIA
de la historia...
de la humanidad...
de la historia...
de la humanidad...
de la historia...
de la humanidad...