

Pitucos y pacharacos

Una aproximación a la exclusión social en las discotecas de Lima

Naomi Sasaki

Gabriel Calderón Chuquitaype

LOS HECHOS

A finales de 1997, el Sistema de Apoyo al Consumidor (SAC), del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), acogió la denuncia de una persona que dijo haber sido impedida de ingresar a una discoteca debido al color de su piel. Denuncias similares, por restricciones al ingreso a discotecas sin causa justificada, y según los denunciantes por el color de su piel o sus rasgos físicos, fueron recibidas hasta el 18 de abril de 1998, cuando hubo una de especial connotación: según rumores, la persona afectada fue un invitado extranjero de raza negra que asistía al evento intelectual “El umbral del milenio”, organizado por PromPerú, institución estatal encargada de promover la imagen del Perú en el mundo¹.

El 19 de abril de ese mismo año, el Indecopi emitió un comunicado manifestando ante la opinión pública su posición institucional frente a la discriminación de consumidores por motivo de raza o condición socio-económica.

Tras la intervención del Indecopi se incrementó el número de denuncias por discriminación en lugares como discotecas, pubs, restaurantes, casinos, etcétera, ante lo cual el Indecopi decidió monitorear a dichos establecimientos. Actuando dentro del marco legal de la Ley de Protección al Consumidor,² los locales denunciados serían visitados por la Unidad de Fiscalización del SAC.

1 *Expreso*, Lima, 2/5/98. PromPerú, institución organizadora de dicho evento, tiene como presidenta a la doctora Beatriz Boza, quien también preside el Indecopi.

2 Decreto Legislativo 716, Ley de Protección a Consumidor, artículo 5, incisos b, c y d:

Las visitas de inspección consistieron en intentar el ingreso de miembros del SAC como simples clientes a estos establecimientos, divididos en grupos diferenciados por las características físicas de sus integrantes.

Como resultado de estas inspecciones, la Comisión de Protección al Consumidor inició el procedimiento de oficio. Quedaron encausadas las empresas responsables de las discotecas “The Edge”, “The Piano”, “Delirium Café & Bar”, “Bauhaus” y el café “Sol y Luna”, establecimientos donde se constató

[...] la realización de prácticas de discriminación en el consumo, mediante la selección de clientela en función de sus características raciales, apariencia, así como la apreciación subjetiva del nivel socioeconómico de las mismas, lo cual implica una vulneración de sus derechos como consumidores consagrados en el Decreto Legislativo N° 716-Ley de Protección al Consumidor³.

El proceso terminó el 22 de agosto, con la sanción por parte del Indecopi a las cinco empresas denunciadas con una multa de veinte unidades impositivas tributarias y veinte días de clausura temporal.

Una de las empresas sancionadas interpuso una acción de amparo ante el Poder Judicial, por considerar amenazada su libertad de contratación. El proceso, iniciado el 9 de julio, obtuvo un fallo favorable en la Sala Especializada en Derecho Público el 2 de octubre, que dispuso que el Indecopi

[...] se abstenga de practicar publicaciones y realizar actos, inspecciones, investigaciones, procedimientos y/o imponer sanciones que contengan o se sustenten en la calificación y regulación al libre ejercicio del derecho de contratación y determinación de las personas con quien la demandante decida prestarles sus servicios de discoteca⁴.

El fallo de segunda instancia concluía que el Indecopi no tenía legalmente ninguna posibilidad de impugnar dicha sentencia.

Derecho de los consumidores a recibir de los proveedores toda la información necesaria para tomar una decisión o realizar una elección adecuadamente informada en la adquisición de productos y servicios; derecho a acceder a una variedad de productos y servicios, valorativamente competitivos, que les permitan libremente elegir los que deseen; derecho a la protección de su interés económico, mediante el trato equitativo y justo en toda transacción comercial.

3 Ayuda-memoria en la presentación de Indecopi al Congreso de la República, sobre discriminación en el consumo, 23/10/98.

4 *Ibidem*.

Por otro lado, antes y después del problema de discriminación y al margen del proceso legal antes anotado, el tema de las discotecas no era una novedad para los medios televisivos. Las discotecas aparecían, en reportajes periodísticos, como un espacio social de diversión; y recibían un tratamiento periodístico diferente en la medida que estuvieran ligados a sectores exclusivos o populares de la sociedad.

En medio de los acontecimientos referidos, el periodismo de investigación elaboró reportajes sobre la discriminación en discotecas, caracterizando los hechos como un problema de racismo. El racismo como nota fue parte de los titulares de aquellos días, para luego dejar de ser un tema de actualidad como todo titular del momento.

Para una gran parte de la población, la prensa es la única entidad con capacidad para acoger las denuncias de los ciudadanos; sin embargo, en lo que se refiere a la discriminación en las discotecas la prensa no tomó la iniciativa ni tuvo protagonismo. En realidad ya era una práctica habitual encubierta y practicada desde tiempo atrás como el ejercicio, por parte de algunos establecimientos, de reservarse el derecho de admisión para con la clientela. Por otro lado, el tema en general ha sido relativamente poco tratado, si se tiene en cuenta que la discriminación es una parte estructural de la vida cotidiana en el país. Incluso resulta llamativo que una institución ligada a lo económico asuma la defensa de un derecho civil dentro del campo de las relaciones sociales.

La discriminación en las discotecas puso en evidencia una forma de discriminación que se practica en las relaciones interpersonales e intergrupales: la manifestación concreta de la exclusión social que se ejerce sobre grupos sociales carentes de activos o recursos socioeconómicos, culturales y políticos. Quedó clara, además, la dificultad de las personas afectadas por la discriminación para quejarse ante algún ente estatal y hacer valer su condición de ciudadanos, iguales ante la ley por encima de diferencias socioeconómicas o de apariencia física.

Finalmente, tras la controvertida decisión del Poder Judicial, el 21 de octubre el Indecopi publicó un comunicado lamentando el sentido del fallo judicial; pero igualmente decía que al fin y al cabo acataría la decisión. Fue solo entonces que las instituciones ligadas a la defensa de los derechos humanos organizaron una marcha en la que tuvieron especial protagonismo las organizaciones defensoras los derechos humanos de la comunidad negra del país: presentaron su apreciación de los hechos en los medios de comunicación y contribuyeron a enfatizar la caracterización de la problemática como racismo ejercido contra ellos.

“Con carteles y lemas de rechazo a la discriminación racial, *decenas de personas* se congregaron frente a la discoteca ‘The Edge’ para protestar contra el trato de ese centro nocturno”: tal fue la nota periodística de un diario de la capital⁵. La marcha fue significativa en el sentido de que era la primera vez que se hacía una protesta contra el racismo en el país; sin embargo, no se alcanzó el impacto masivo que se hubiera esperado, pues tan solo se logró convocar a “decenas de personas”. ¿Por qué la marcha no logró convocar a más gente?

El Congreso de la República entró a tallar para la promulgación de una ley contra la discriminación, cuyo debate fue postergado cada vez que la agenda política así lo requería. A pesar de ello, a finales de 1998 dicha ley fue aprobada.

Pero ya las discotecas discriminadoras habían tomado medidas que les permitían, en virtud del fallo judicial, defenderse de cualquier intento legal que les quitara su carácter de exclusivas. La estrategia adoptada fue la de convertirse en club social privado; con ello, los clientes habituales se hicieron socios y la membresía para los que no lo eran se podía adquirir por recomendación de algún socio/cliente, además de la evaluación del candidato por la administración. Otras discotecas que iban a empezar a funcionar decidieron prevenir buscando a sus socios potenciales de acuerdo con su capacidad adquisitiva, garantizada por información previamente obtenida, como la referente a la posesión de tarjetas de crédito.

PLANTEANDO EL PROBLEMA

Muchas preguntas surgen ante este sumario de los hechos: ¿por qué en un país con una población mayoritariamente mestiza no se dio la atención del caso a un problema que de una u otra forma la afectaba?, ¿por qué la poca iniciativa institucional de las agrupaciones defensoras de los derechos humanos y de las instituciones estatales competentes, para defender el derecho a no ser discriminado, tal y como lo declara la Constitución Política de 1993?, ¿por qué una institución como el Indecopi, ligada al campo de las relaciones económicas, tuvo que hacerse cargo de un problema propio de las relaciones sociales?, ¿el Perú dejó de ser una Sudáfrica solapada?⁶

5 *La República*, 1/11/98 (cursivas nuestras).

6 Max Hernández citado por RODRÍGUEZ RABANAL en *Cicatrices de la pobreza*, 1989.

En los reportajes periodísticos sobre las discotecas emitidos en la televisión, se pudo apreciar que no toda la clientela era necesariamente blanca (hablando simplemente del color de la piel), lo cual relativizaba cualquier afirmación categórica que sostuviera que se trataba de establecimientos solo para “blancos”. Una de las discotecas empleó justamente la presencia de personas “no blancas” como una prueba para negar la discriminación racial en su local: recurrió a tomas fotográficas de la “pluralidad” de sus clientes para fundamentar sus argumentos legales durante el proceso judicial. Entonces, ¿qué está ocurriendo en realidad en estas discotecas discriminadoras? ¿Realmente se trata de racismo?

En sus notas periodísticas, la televisión local trató de modo diferente el tema de las discotecas según se tratara de aquellas consideradas como centros de diversión y espectáculo, de prestigio y clase, ligadas a la vida social de los jóvenes “ricos y famosos” de la ciudad, o del grupo de discotecas nada exclusivas y más al alcance de cualquier joven que viviera en los conos u otro distrito no residencial.

Quedaban diferenciadas, así, las discotecas del *glamour* y la distinción, concurridas por actores y actrices de la farándula local, por jóvenes de los segmentos A y B, altos, bellos y bellas, de sofisticadas instalaciones y millonarias inversiones, lugares donde a la diversión del baile se sumaban los desfiles de modas y las promociones de marcas de prestigio; todo ello frente a las discotecas populares, de decoraciones estrambóticas, espectáculos eróticos y una peculiar música (“la música ambiente”), masivas, baratas, donde “hay” alcohol y violencia, ligados más a la nota policial o anecdótica. Lo exclusivo frente a lo masificado, los espacios para gente pituca frente a los espacios para gente pacharaco. Incluso un reportaje periodístico informó sobre el estilo pacharaco en una de las discotecas de la ciudad⁷.

Entonces, ¿cómo son las discotecas exclusivas? ¿Cómo sienten sus clientes ser parte de la exclusividad? Y por otro lado, ¿qué quiere decir pacharaco? ¿Son pituco y pacharaco dos términos que reflejan la particular forma de discriminar en el Perú?

En nuestro ensayo trataremos de sugerir algunas respuestas a las preguntas planteadas, ya que las discotecas han demostrado ser algo más que espacios de diversión. El estudiar la discriminación en las discotecas es un medio para intentar abordar las complejas relaciones sociales de los

7 Programa “Pese a quien le pese” de Canal 9 ATV (27/3/98).

jóvenes de Lima diferenciados como pitucos o pacharacos, con toda la riqueza semántica que como adjetivos calificativos tienen ambos términos y con todo el valor que poseen como categoría social de clasificación, pues se trata de construcciones sociales elaboradas en un contexto de interacción entre grupos o sectores que componen la sociedad peruana.

Esta aproximación necesita de un referente conceptual que nos permita abordar el tema y trascender a la discusión (casi moral) de si somos una sociedad racista o no. Nuestro punto de partida es afirmar la existencia de un racismo muy particular, en la medida que es fruto de las circunstancias especiales en las que ha ido evolucionando la sociedad peruana, muy diferente al de otras sociedades que dieron origen al racismo, entendido éste como un discurso que busca entender las diferencias sociales desde la naturaleza humana. Aun así, no queremos restringir el problema. Por ello, para explicar lo que ocurre más allá de la discriminación racial, utilizaremos el concepto de *exclusión social*:

Es una noción compleja que puede usarse para denotar, por un lado, una situación o proceso experimentado por los individuos, llámese su marginalización de la sociedad por privación económica y aislamiento social; y por otro lado una situación o proceso que ocurre en las sociedades, llámese la fragmentación de las relaciones sociales, el surgimiento de nuevos dualismos y la ruptura de la cohesión social. (Figueroa, Altamirano y Sulmont 1996: 11).

La exclusión social es un concepto multidimensional, idóneo para entender el problema que abordamos, pues estamos ante una forma de exclusión que tienen el efecto de alimentar la desigualdad en el país.

Por otro lado, además del concepto de exclusión social, el concepto de diferenciación categorial nos ofrece una visión de cómo se configuran las representaciones de los grupos humanos que forman parte de la realidad social, y cómo dichas representaciones orientan el comportamiento que se puede apreciar en las interrelaciones entre grupos. La realidad social percibida es categorizada a partir de la diferenciación y la valoración, en un contexto de interacción: surge un Nosotros y se construye la representación de los Otros.

Para quienes predicen que “la sociedad peruana tiende, aunque lentamente, hacia una ‘sociedad liberal’, donde el peso de los activos económicos es el factor fundamental en la desigualdad social” (*ibídem*: 135) los acontecimientos referidos, y con ello las diferentes maneras de discriminar y en consecuencia excluir que existen en nuestra sociedad, parecen poner reparos. ¿Acaso el asunto de las discotecas discriminadoras no

demuestra el fuerte peso de los activos culturales⁸ de la exclusión social practicada en la sociedad peruana, como para visualizar un cuerpo social dividido con existencia paralela, y que a futuro tiende hacia una confrontación más abierta y desenfadada que la ocurrida en el proceso electoral de 1990?

A través de las vivencias de los actores sociales y por medio del abordaje etnográfico, se apreciará cómo lugares de diversión como las discotecas pueden convertirse en lugares donde se practica la exclusión social, en la medida que sirven de marco espacial para gente catalogada como pituca o pacharaca. También intentaremos abordar el discurso legal que los propietarios de dichos establecimientos usaron en su defensa ante el Indecopi, pues resulta interesante apreciar cómo el propio sistema jurídico ofrece herramientas para fundamentar la exclusión de personas y sectores sociales. Nos acercaremos a las categorías semánticas con que se denomina a las representaciones sociales del pituco y del pacharaco, términos con que son etiquetados los exclusivos y los excluidos. En este punto, fue necesario introducir la categoría "huachafo", ya que se trataba de una denominación que permitía construir el concepto de pacharaco (la relación entre ambos términos es muy cercana; tienen una funcionalidad descalificadora en el contexto de las relaciones sociales asimétricas, pero con diferencias que se indicarán en su momento).

Es necesario e inevitable tocar el tema del racismo que se da en nuestra sociedad, del cual por cierto anunciamos su peculiaridad. Ciertamente, comprender nuestro racismo es un tema para la discusión académica; pero para quienes son víctimas de la discriminación su vivencia es algo humillante, que lesiona su dignidad de seres humanos. En este contexto, asumir la realidad con objetividad nos permite conocerla, comprenderla y orientar el cambio hacia el respeto absoluto por la condición humana.

Nuestros informantes son dieciocho jóvenes limeños, de zonas residenciales, de barrios de clase media y de distritos populares de Lima. La heterogeneidad racial o epidérmica es otra característica de nuestros entrevistados. Sus testimonios reflejan al grupo social al que pertenecen no sólo por ser el entorno vital en el que se han desarrollado, sino porque en dicho entorno han adquirido atributos o activos que han aprendido a

8 Según FIGUEROA, ALTAMIRANO y SULMONT (1996: 20), la exclusión cultural se expresa en dos formas: 1) la marginación de ciertos grupos que no comparten los códigos básicos para comunicar e interactuar; y 2) la discriminación de ciertas categorías de personas percibidas como inferiores por otras y que reciben un trato diferenciado y humillante en sus relaciones.

desplegar; activos o atributos que tienen que ver con el lugar de residencia, el nivel socioeconómico y cultural, además de los rasgos físicos.

¿PITUCO, HUACHAFO O PACHARACO?

Las categorías sociales son elaboraciones grupales de elementos que permiten diferenciar y clasificar la realidad social que se va construyendo. Como tales adquieren una cualidad socializante, al ser elementos importantes a través de los cuales los individuos estructuran la percepción y organizan su conocimiento del mundo social. Se trata de categorías que se forjan sobre la base de un proceso de diferenciación categorial (Doise 1982), en el cual la organización perceptiva –primero–, busca diferenciar, acentuar la separación para permitir la homogeneidad interna, así como la diferenciación con el exterior. Posteriormente se categoriza, lo cual es un acto de caracterización a través del cual lo percibido es situado en una clase de objetos o acontecimientos. Las características sociales de ciertos estímulos influyen en la percepción de las características físicas; de esta manera se tiene una experiencia subjetiva del mundo social, a la par que se va estructurando la interacción social por la cual se diferencian y modelan los individuos. La diferenciación categorial da lugar a diferenciaciones de orden comportamental, evaluativo y representacional.

Lo pituco, lo huachafo y lo pacharaco son categorías de clasificación establecidas por grupos que desarrollan una visión compartida y compleja del medio en el que se hallan. Están dotadas de un significado social y han sido socialmente construidas en la necesidad de diferenciar como referencia de lo que no se es, y como atribución de lo que se cree que el otro es. Las categorías sociales mencionadas generan estabilidad y sentido en nuestra percepción del mundo; pero esto puede ser a expensas de la objetividad en la apreciación de los percibidos. Permiten al individuo ubicarse a sí mismo dentro del mundo social y ubicar a los otros: tal individuo puede sentirse entonces diferenciable, semejante y no semejante.

Existe un trasfondo de estatus inherente a este trío de adjetivos o categorías sociales: el del superior dominante y el inferior subordinado; y entre ellos solo pueden existir relaciones asimétricas.

La categorización del Otro se hace en función de las semejanzas y las no semejanzas que se establecen en la percepción, necesarias para discriminar a los Otros del Nosotros, en un contexto competitivo y de interdependencia.

Construir un concepto o una representación sobre el Otro implica la participación de muchas variables. Dicho proceso llega a sintetizarse en una palabra, la misma que se halla dotada de un significado individual y social. Las relaciones intergrupales generan experiencias y representaciones sociales sobre el otro, que pasan al plano lingüístico vía la categorización. De esta manera se inicia un proceso por el cual se da significación al mundo simbolizado a través de signos orales estructurados de acuerdo con las normas propias del grupo que las genera.

La denominación que designa a un grupo humano se construye como síntesis de una representación categorial que abarca las percepciones obtenidas, sumadas a la diferenciación y a las relaciones intergrupales establecidas.

Lo pituco

Sandro Venturo declaraba para un diario local que había algo más que racismo en el caso de las discotecas discriminadoras:

[...] más que hablar de indios, blancos, mestizos o negros en el Perú, hablamos de pitucos y cholos que se diferencian por mucho más cosas que solo por el color de la piel. Tiene que ver con la instrucción, con la forma de vestir, con el lugar donde vives, con los gustos que tienes, con la gente que paras, etc.⁹

Todas estas apreciaciones encajan con lo dicho por los entrevistados, aunque previamente conviene precisar el concepto que se tiene de pituco.

La definición de pituco, según el *Diccionario de Peruanismos* indica “joven de clase social alta y con dinero” (Ugarte 1997). Nótese la ausencia del aspecto racial tanto para esta definición como para la que aparece en el *Diccionario de la Real Academia Española*, según la cual se trata de un adjetivo usado en Argentina, Chile, Paraguay, Perú y Uruguay, sinónimo de petimetre, es decir, “persona que cuida demasadamente de su compostura y de seguir las modas” (Real Academia Española 1989). Otra fuente indica que el término proviene de un argentinismo que designa a lo afeminado, al “flacucho”, como una forma de aludir a los “niñitos bien”, es decir, un término peyorativo usado por los excluidos del mundo social

9 *La República*, 26/4/1998.

de la élite. Se puede encontrar este arquetipo social en Chile, donde se les denomina “momios”, y en España, donde se les llama “pijos”¹⁰.

Para todos los entrevistados, lo pituco fue fácil de explicar y de representar, y hubo acuerdo en cuanto a los rasgos atribuidos. Es notable el hecho de que muchos le agregan el aspecto físico para caracterizarlo mejor, a diferencia de las definiciones citadas en los diccionarios:

El pituco es una persona que se siente mejor que los demás, alguien que tiene dinero y que le gusta mostrarlo; generalmente son blancos. (Ricardo, Miraflores)

Es sobrado, es el que se viste bien con ropa cara, el que tiene plata. (Martín, San Isidro)

Es alguien que se cree mucho, menosprecia a los demás por que no tienen. (Diego, Jesús María)

Es la gente de plata, gente exclusiva, blanquito, de ojos claros, gringuitos. (Rodrigo, Cercado).

El pituco, según los entrevistados, es un sujeto perteneciente a la clase social alta, físicamente de raza blanca. Le atribuyen rasgos de “sobrado” y exclusivo, siendo entendida esta última característica también como excluyente. Otras representaciones incluyen el elemento territorial o espacial:

El pituco se define por dónde vive (Miraflores, San Isidro y La Molina), también –y es lo común– se le define como el que tiene plata y se jura. El pituco suele estar acompañado de un cuerazo a su lado, flaca, rubia, con una “mini” brutal pegada. Cuerpazo alucinante, una modelo. El “pata”, blanco, alto, agarrado, con un polo pegado negro, pantalón de vestir, sus buenas “tabas” o sus tenis, y que no mira a su pareja, como para que digan que no me importa, yo soy más “cuero” que ella, y si me la “pesco”, le hago un favor. (Roberto, Surco).

Esta representación enfatiza el rasgo narcisista del pituco, quizá basándose en que se le considera poseedor del ideal estético, y con ello el ser atractivo sexualmente. La admiración es implícita e inconfesada, además de indicar el peso de la valoración estética en la percepción de las personas:

El pituco es el que se jura la gran cagada, porque piensa que tiene todo; para mí no es nada, pero él se jura, porque tiene un carro último modelo. Está con lentes de sol Rayban, jean Guess de ochenta dólares, su polo de cien dólares (que no sea pacharaco

10 Beatriz ONTANEDA: “¿Pituco yo?”, en *Somos*, suplemento de *El Comercio*, 20/03/99.

tampoco, o sea que no tenga mil colores); lo ves en todos lados. Es blanco, agarrado, con su carrazo, su cuero. (Mario, Miraflores).

Esta visualización del pituco subraya su carácter exhibicionista, comparable a un maniquí viviente que hace publicidad de marcas que denotan su gran capacidad adquisitiva. Como elemento adicional se recalca que ostentar una indumentaria costosa no es suficiente: no se debe ser pacharaco al hacerlo. Para el entrevistado, el ser del pituco está en el tener y en exhibir ese tener. El sesgo agresivo para calificarlo como la *gran cagada*, indica quizá un sentimiento de envidia ante una posición deseada pero poco accesible; de allí que el entrevistado descalifique al pituco porque este se preocupe solo por tener y hacer gala de ello. Por otra parte, es llamativo el hecho de que también resalte sus atributos físicos desde lo estético, enfatizando su atractivo sexual para con las mujeres.

En otras representaciones se pudo apreciar la posibilidad de diferenciar entre pitucos originales y pitucos “bambas”:

El verdadero pituco es aquel que tiene plata y es de raza blanca, que además es sobrado y cuya sola presencia convierte a un lugar en pituco, es decir, un sitio seguro, bonito, con buen servicio y por supuesto caro. El pituco “bamba” es el pituco de barrio, vestido con ropa de marca. Es un “pituqueso”, gente del pueblo que se cree más agraciada y que empieza a hacer discriminación. No son otra cosa que gente pobre que dice que es pituca porque usa ropa de marca. (Gonzalo, Miraflores).

La diferenciación es posible sobre la base de la posesión de un atributo como el ser o no ser de raza blanca; la pigmentación epidérmica hace a alguien un pituco verdadero o falso. En medio de una mayor dinámica en la movilidad social, los ascendidos tienen, para el entrevistado, un carácter advenedizo; se delatan por su color “no blanco”, pese a que pueden ostentar una gran capacidad adquisitiva a través de su indumentaria. Estos “no blancos” son catalogados como “pituquesos”; “queso” es una forma de aludir a lo serrano, a lo cholo; se trata de una manera descalificadora de hablar de los emergentes. Igualmente es interesante apreciar que para el entrevistado el discriminar (poder “cholear”), es implícitamente una actitud propia de los verdaderos pitucos.

El uso de la palabra pituco no solo evoca la representación de un tipo de persona, tal como se ha visto. También hace surgir sentimientos de rechazo u hostilidad, no siempre encubiertos. Esto apareció en las asociaciones de un entrevistado, que recordó una canción de rock subterráneo cuando estaba definiendo el término:

“Eres blanquito igual que tu padre./ ¡púdrete pituco, reconcha de tu madre!” [...] El pituco es alguien que se cree más que los demás, por su billete, que puede ser lindo o linda. Es un hijo de papá, gente idiota que suelta “que mi papá esto y lo otro”. Se cree más por lo que tiene. El pituco no es parte de lo que es la gentita bien, los pitucos son una caracterización, caricatura o exageración de lo que es un pata con billete y que se jura lo máximo. (Álvaro, Surco).

El envanecimiento del pituco sobre la base de su capacidad de consumo es calificado como “idiota”; pero aun así posee algo que se desea socialmente: estatus y dinero, además de los atributos estéticos que lo hacen atractivo. Solo así se entiende la ambigüedad ante el pituco, entre la admiración y la envidia.

Sin embargo, los entrevistados aseveran que no hay determinismo en cuanto a que una persona adinerada sea siempre pituca: se trata de las personas que no ostentan.

Lo contrario de pituco es una persona sencilla. (Martín, San Isidro).

Pituco... falta sencillez. (Rodrigo, Cercado).

Lo contrario de sencillo. (Gonzalo, Miraflores).

Para la gente del sector popular, la representación del pituco no difiere mucho de la ofrecida por los anteriores entrevistados de zonas residenciales.

El pituco es aquel que se cree “el más más”, el que sabe que es el único, el que se viste bien, distinguible por cómo se comporta, no se puede comparar con los de por acá. Por la forma de vestir se da cuenta uno del pituco. Ellos se visten más cultos, aquí se visten de otra forma. (Miguel, Villa María)

Una vez más aparece la imagen del pituco como una persona vanidosa, diferente por su comportamiento y sobre todo porque sabe vestirse; es decir, sabe demostrar su estatus superior a través de la ropa que usa:

El pituco, es gente que tiene dinero, que usa un buen pantalón jean, bien a la zapatilla, que anda a la moda, con lo último. Pero también son los que quieren igualarse a los mirafloresinos y que viven en el cono. (Cecy, Villa María).

Es una forma de ser, una opción diferente a ser sencillo. (Víctor, Villa María)

Es la persona con dinero, creída, antipática, que se cree mejor. Hay pitucos sencillos, los pitucos que se creen lo máximo y los pitucos de barrio; estos últimos se quieren igualar a ellos (los pitucos verdaderos) con su vestimenta de payasos, y a eso le dicen pituco. Los pitucos son más libres, ellos mandan en su vida, ellos mismos son; si quieren ir a un sitio, se van. No tienen que estar llamando a su papá, tienen las

posibilidades. No les importa nada. Ellos pueden estar con unos yanquis, y ya, ellos mismos son. Si les pones un huayno te dicen "¡ay no!, quitame eso". ¡Se creen! ¡Me da cólera! ¡Se creen que son lo mejor! (Mili, Villa María).

Una vez más aparecen, además de las representaciones, los sentimientos de rechazo ante una imagen que ostenta su condición superior, su autosuficiencia y seguridad personal, despertando la cólera del que no puede gozar de dicha condición.

Los pitucos se visten a la moda. Si están con pantalón con hueco, ellos mismos son. Peinados, con billetera llena, tarjetas de crédito, carros deportivos, personas huecas la mayoría. (Laura, Villa María).

Para la entrevistada, el pituco se define por lo que tiene y por su vestimenta, pero existencialmente es percibido como vacío: abundancia material frente a carencia espiritual. Un detalle llamativo: los pitucos se visten "como payasos"... entonces, ¿por qué no son huachafos? La razón está en lo epidérmico:

La gente da más prioridad a la gente rubia, a la gente blanca. Lo que se pongan les queda bien. (Mily, Villa María).

Este aspecto es muy revelador, ya que para el sector popular el mundo de los pitucos tiene una gran gama de opciones en cuanto a estilos de vestir. La moda adoptada, por más llamativa y excéntrica que sea, siempre recibirá la admiración y se constituirá en un referente de estilo. Al parecer, para los jóvenes del sector popular existe una percepción armónica entre los estilos de vestir y el estilo de vida del pituco. No en vano la publicidad –tanto en la televisión como en los medios escritos– asume al estereotipo físico del pituco como el modelo por excelencia. De allí que, vistan lo que vistan, siempre se verán distinguidos; y si excéntricos, bien les queda el apelativo de *freak* o *kitsch* antes que huachafo o pacharaco, pues así como lo pituco va asociado al mundo de lo "blanco", lo pacharaco va asociado al mundo de lo cholo. La gente del sector popular solo puede ser pacharaca, así quisiera ser conscientemente *kitsch* o *freak*¹¹.

Para los entrevistados, el pacharaco es el que intenta imitar al pituco; puede adquirir una indumentaria cara, solo que desconoce la forma de lucirla pues desconoce los gustos imperantes en el mundo de los pitucos.

11 *Somos*, suplemento de *El Comercio*, 12/12/98 y 23/1/99.

De esta manera, para quienes saben cuál es la moda del momento, los intentos de aquellos que no pertenecen al círculo social del grupo dominante por ingresar a dicho mundo a través de la asunción de sus gustos, solo merecen la descalificación. Para ello recurren al término huachafo, y si quieren agregar un componente étnico-racial, entonces recurren a la palabra pacharaco.

Según algunos jóvenes de distritos residenciales entrevistados, queda claro que el pacharaco es simplemente una persona que copia, carente de originalidad; y en términos estéticos, una persona cuyo estereotipo físico (cholo) no encaja con los estilos de vida y de vestir que se publicitan (un estilo “blanco” y pituco). Todos pueden consumir el mismo producto, pero solo un grupo lo lucirá bien. Es el factor estético como un referente de distinción, que también asoma en la discriminación en las discotecas pitucas.

Lo huachafo

La huachafería se define en el *Diccionario de peruanismos* como la “propensión en ciertos niveles sociales a imitar a extranjeros y a las clases altas de la sociedad” (Ugarte 1997). En cuanto a huachafo, “dícese de la persona que se precia de fina, elegante y culta, sin serlo. Personas que pretende pertenecer a una clase social alta. Vestidos y adornos recargados de mal gusto en la ropa femenina. Remilgos en la conversación y en el comportamiento en la mesa cuando hay invitados. Los usos, costumbres y modalidades que algunas personas tratan de imitar de otras de nivel social más elevado” (*Ibidem*). La definición que aparece en *el Diccionario de la Real Academia Española* no difiere sustancialmente.

Por su parte, nuestros entrevistados, dieciocho jóvenes y adolescentes que viven en Lima, están todos de acuerdo en cuanto a lo que significa huachafo: es un sinónimo de mal vestido y de mal gusto.

[Una persona huachafa] es un pata... vestido con un saco blanco, un pantalón beige, zapatos marrones, una camisa con bobitos, con un montón de bobitos, como encaje, celeste eléctrico, algo así, con su corbatita michi violeta. Ese es huachafo. (Diego, Jesús María).

Aparte de señalar el mal gusto, el término huachafo se utiliza para alguien o algo que imita a lo extranjero; pero que, en todo caso, se trata de una mala imitación.

Huachafo para mí es la persona que no encaja, no se comporta o no asume una conducta de acuerdo al momento que está viviendo, un poco desubicado. (María, Jesús María)

Lo huachafo es la persona que imita a otros y no queda bien, y que ha ido derivando en sinónimo de los otros, la otra gente, algo cualquiera. (Álvaro, Surco).

Nótese el carácter exclusivo de esta declaración, y cómo se va dirigiendo a calificar a un tipo de personas que quedan excluidas, personas para cuya definición se deberá recurrir al término pacharaco del cual se hablará más adelante.

En el sector popular también hay consenso:

Huachafo significa que todo se viste escandalosamente. (Cecy, Villa María).

Huachafo significa mal vestido, no sabe combinar color, no está de acuerdo con la situación. (Laura, Villa María).

Huachafo es un término carente de un sesgo racista o étnico; está ligado al gusto, a la moda o a la forma de comportarse. Es un término más “democrático”, en vista de que que en algún momento todos han podido o podrían serlo; no así pituco o pacharaco, términos que evocan algo más que modas, pues aluden a rasgos físicos y a formas de ser, y que denotan la pertenencia a un grupo social.

Si se trata de distinciones de clase, huachafo era el adjetivo más idóneo para descalificar a esa naciente clase media que pugnaba por ascender hacia el terreno de la antigua aristocracia. Más tarde, con la cada vez mayor presencia de migrantes provincianos visualmente diferenciables —en otras palabras, con la “cholificación” del espacio urbano—, había que agregar a la descalificación de clase y gusto, un sesgo étnico-racial con el cual calificar su condición de emergente, de advenedizo. De allí lo idóneo de la palabra pacharaco.

Lo pachaaco

Para la mayoría de entrevistados, definir lo pacharaco pasa por utilizar el término huachafo. Pero al visualizar el concepto, aparecen las diferencias: al describirlos, resultan directa o indirectamente ligados a lo cholo.

Pacharaco se refiere a vestimenta, atorrante, huachafo, no sabe combinar los colores, no tiene gusto para nada o mal gusto. (Martín, San Isidro)

Fuera de época, no estar de moda, fuera de foco, atorrante, cholo, lenguaje de los cerros, panzón, gordo. (Rafael, Surco)

Lo pacharaco es lo huachafazo, lo copión, alienado y estúpido: es la figura del cholo pink, un cholín sin identidad, no sabe cómo ubicarse, copia modelos que se ve que funcionan en otras realidades, y de esa forma adopta un modelo que funcione para adaptarse a la sociedad, y hace una mezcla de tres o cuatro modelos, pero al final no le sale nada, y sale una huachafada terrible. Lo ubico como un personaje que camina por La Victoria, en la noche, con pantalón tipo Rambo, camisa con una calavera (estampado), camisa abierta, botines, zapatillas con la lengüeta afuera, pelo rapado o con peinado estrambótico, arete, cadenitas, pulseritas, como quien dice "yo soy un bacán"; chuto, moreno, cholo, ¡un Pachacútec apestoso con uñas largas y cochinas!, y su gorrita y con su pelo todo grasoso con caspa. (Roberto, Surco)

El último entrevistado descalifica los esfuerzos del migrante andino por adaptarse a la sociedad urbana. El pacharaco asoma como el cholo urbano. La descripción hace un alarde de lo que le es repulsivo, una típica representación negativa del Otro, hacia el que se muestra un claro sentimiento de rechazo en la medida que los descritos como pacharacos son tácitamente la negación del mundo del entrevistado.

Es como imitador, falto de personalidad, y lo visualizo con un polito sin mangas, lentes de sol en la noche, su gorro, un pantalón de mil colores tipo comando, sus cadenas con un cuchillo. De tipo físico, moreno y acholado. (Mario, Miraflores).

Lo pacharaco es una forma de decir qué cholo, qué serrano, qué folclórico, más autóctono, más cholo, mal gusto cholo. (Gonzalo, Miraflores).

Es un gusto musical, algo con sonido popular, más del gusto o dominio público, como un merengue, ahora tolerado porque arman la fiesta. Puede englobar a lo huachafa, pues ambos se hallan en la senda de lo ridículo como el usar cosas que no van como zapatillas con termo, alguien que quiere aparentar, un emergente con plata que quiere ser pituco y que solo llega a ser pacho. (Álvaro, Surco).

Pacharaco, atorrante, no tiene clase, no sabe hablar, no sabe vestir, la gente de barrio, gente vulgar, ignorante. (Rodrigo, Cercado).

Para las personas que viven en zonas residenciales o que tienen rasgos blancos, lo pacharaco está ligado a lo cholo, a los barrios populares y a un gusto propio del grupo representado. Lo popular, descrito como lo cholo, les resulta tan ajeno como si fuese otro mundo con una existencia paralela en la misma ciudad de Lima. De allí que exista hasta un sentido territorial en cuanto a los espacios donde encontrar su ciudad, diferente de los espacios donde encontrar a los pacharacos, ese medio al cual denominan como autóctono, cuya gente son los "Pachacútec", en clara alusión a que las características físicas andinas carecen de prestigio o son visualmente poco atractivas.

A diferencia de lo huachafo, lo pacharaco tiene una connotación estético-racial peyorativa. Si huachafo es sinónimo de mal gusto, pacharaco lo es de “mal gusto cholo”; si lo huachafo no alude a un personaje específico, lo pacharaco sí. Se trata de una categoría que designa a personas de otra realidad, ajena y distante, de la cual es necesario distinguirse, más aún si se pertenece a la clase alta. Así lo muestra la siguiente anécdota contada por uno de los entrevistados:

Una madre de familia nos dijo: “oye, falta plata para el vino”. Otra señora dice por ahí, vacilándose –Colegio Markham¹², tú sabes–: “ay, vamos a hacer una pollada bailable con su chelita helada”, y todas se empezaron a reír. Entonces otra señora volteó y le dice: “no, en el Markham no se pueden hacer polladas, no seas pacharaca, aquí se hacen chicken brunch”. (Gonzalo, Miraflores).

Aparentemente era necesario hacer la salvedad en inglés, para evitar la posibilidad de una igualdad de costumbres; al menos en el plano semántico, se salvan las diferencias con lo cholo.

Siendo pacharaco un término usado por los sectores dominantes para representar el mundo de lo popular, es comprensible que los que habitan el mundo popular no tengan la nitidez de aquellos para definir el término. Muchos no saben dar razón de qué quiere decir, otros simplemente lo asocian a huachafo, y algunos sin saber su significado intuyen la connotación peyorativa de la palabra.

Es la forma que tienen los pitucos para decir a lo que no es de su ambiente, no es su estilo, ni la gente de su clase. Porque aquí la gente es humilde pensarán que las discotecas no tienen estructuras modernas. También son los atorrantes, personas que se creen pero que no son. Personas que son corrientes, vulgares. (Cecy, Villa María).

Son las personas sencillas y le llaman así a las personas que tratan de tener algo, vestirse mejor, hablar mejor. Tratan pero no pueden, y es motivo de burla para otros, otros que se creen superiores. No sólo es la gente de dinero, entre nosotros mismos, tienen un poquito más y tienen una buena presentación física, se burlan. (Laura, Villa María).

No solo las personas pueden ser pitucas o pacharacas: los espacios físicos también pueden ser catalogados como tales. Un espacio se hace pituco por la gente que lo frecuenta; posee una infraestructura acorde a su estilo, además de presentarse como un espacio exclusivo y distinguido. Las discotecas pacharacas, frecuentadas por personas catalogables con el

12 Colegio privado para sectores medio-altos.

mismo adjetivo, poseen un estilo que corresponde a un gusto caracterizado por los jóvenes de la Lima residencial como popular, con un nombre en inglés cuyo uso no encajaría en ese medio. En su decoración proliferan las luces, entre otros elementos que las distinguen. Aunque para algunos, de no ser por la ubicación y por la gente que concurre, hasta podrían “pasar”... pero como tienen un carácter masivo, no son lugares exclusivos ni mucho menos distinguidos. Por último, la gente antiestética, como las chicas, marcarían la diferencia:

[Chicas] *que se juran cueritos y los rollos se le salen por los costados.* (Roberto, Surco).

Son discotecas hechas para ser un negociazo, una Babilonia confusa, una Sodoma y Gomorra. (Mario, Miraflores).

Cuando preguntamos si existen lugares pitucos, muchos mencionan a Miraflores, San Isidro, La Molina y San Borja. También mencionan lugares de diversión como las discotecas sancionadas “The Edge” o “The Piano” o cafés como “Café 21” o “Millenium”.

Pero la ubicación de lo pacharaco en los conos no es solo idea de la clase alta. Para sus mismos residentes, queda la impresión de que su espacio es un lugar pacharaco.

Lugares pacharacos... ellos dirán Villa El Salvador, Nueva Esperanza, Callao. (Laura, Villa María)

Villa El Salvador, Villa María del Triunfo. (Cecy, Villa María)

¿Distritos pacharacos? Serán los conos. (Roberto, Surco)

Lugares pacharacos: Norky's, Peruanito. (Gonzalo, Miraflores)

Las discotecas de los conos se puede decir que son pacharacas generalmente. (Rafael, Miraflores).

Según el *Diccionario de peruanismos*, pacharaco es la persona que no trabaja, ociosa (Ugarte 1997). Pero por lo menos entre los jóvenes de hoy, la palabra se ha convertido en un término peyorativo que alude al gusto y a las personas de los barrios populares o los conos, es decir a los migrantes provincianos y sus hijos, los nuevos limeños.

¿Cómo cambió de significado la palabra pacharaco? No hemos podido encontrar un origen, pero es apreciable que ha mantenido su connotación peyorativa. ¿Cómo una palabra que calificaba una actitud hacia el trabajo se convirtió en una palabra que designa a lo popular, a lo cholo? Queda

conjeturar sobre un posible cambio nacido en el contexto de la masiva migración provinciana hacia Lima, con la consiguiente “cholificación” de la ciudad y la aparición de variantes culturales con raíz andina, siendo una de sus expresiones la música. Al compartir el espacio citadino con los migrantes, el segmento urbano blanco-occidental habría tenido conocimiento de la existencia de un grupo de música vernacular muy famoso en aquellos años, “Los Pacharacos”. Este nombre, llamativo, habría pasado a ser, para el segmento blanco-occidental, un adjetivo digno del mundo de los cholos y sus gustos: su sonorización más andina lo hacía idóneo para referirse a ese cinturón cada vez más grueso que rodeaba a una ciudad que sentían como menos propia.

Existe otra connotación de la palabra pacharaco, pero en femenino: la chola libertina con la que puede flirtear un hombre catalogable como pituco, que busque algo fácil y placentero. Existe la fantasía del “agarre” fácil, económico y sin compromiso emocional, pues dichas mujeres estarían dispuestas a entregarse a los jóvenes de la Lima residencial por ser ellos quienes son. Estas facilidades serían imposibles con una chica del mismo estatus; por último, si alguna de ellas tuviera un comportamiento libertino, difícilmente sería catalogada como pacharaca pues, al decir de un entrevistado de zona residencial, para ellas hay otros términos.

Queda claro el elemento étnico-racial presente en la palabra pacharaco. Esta palabra ha sido resemantizada, alejándose de la connotación laboral que indicaba el diccionario, para tomar en su acepción femenina una connotación de mujer liviana con alusiones a estatus y relaciones sociales asimétricas; y en su acepción masculina como la palabra que designa a lo cholo en lo físico, lo comportamental y lo cultural, siempre de manera peyorativa: una palabra descalificante para uso de los de arriba, con la cual se intenta manejar los temores de clase ante la “cholificación” de Lima.

¿Y la palabra cholo? El discurso de la igualdad, manejado desde la época de los militares, lo usó muchas veces. Como recurso populista de la demagogia política, funcionó como estrategia empática para captar votantes. La connotación inicialmente peyorativa de la palabra cholo viene siendo objeto de cambios a partir de iconos cholos (artistas, futbolistas y personajes de la vida social que explícita o implícitamente se identificaron como cholos) que le dieron al término un prestigio cada vez más notorio, al punto de reivindicar socialmente un término que quizá ahora cumpla la misma función cohesiva o aglutinante para una sociedad fragmentada, como la que cumplía el término mestizo y con ello el discurso del mestizaje.

En el contexto de la ideología de la igualdad, ser cholo es una categoría de identidad conveniente para encontrar un punto común en lo peruano. Cuando las personas del sector popular afirman que “todos somos cholos”, se trata de una forma de encontrar una identidad común que les permite tender un puente hacia las personas pertenecientes a los sectores dominantes; un recurso para no caer en la frustración de reconocer las diferencias sociales en términos de exclusión y con ello una barrera a sus aspiraciones. Los migrantes y los nuevos limeños creen en el discurso del progreso, del *self made man*. Ser todos cholos es igualar el panorama. Es tener la esperanza de ser reconocido en igualdad.

Para las personas del grupo dominante, afirmar que “todos somos cholos” es una forma de identificarse con lo peruano, de no querer reconocerse como parte de un mundo exclusivo y discriminador, además de minoritario. Un modo de tender un puente, aunque sea semántico, para evitar la fractura de la sociedad y manejar los miedos sociales como el experimentado durante la asonada senderista sobre Lima entre 1990 y 1992, o en las elecciones de 1990, cuando “cholitos” y “chinitos” se enfrentaron a los “blanquitos”.

Reconocer las diferencias abiertamente haría angustiosa la convivencia. Además, ya hay algunos que han entrado en su mundo y sus espacios, con los que se relacionan en términos de igualdad, además de toda una tradición de convivencia interdependiente y asimétrica que no ha conocido de brotes violentistas, pues por lo general entre los segmentos sociales que se van creando existe un mecanismo de asimilación para con los elementos intermedios, además de carecer de una identidad social definida como grupo social. Nadie se define en términos raciales, ni de clase, ni étnicos, solo en relación con el grupo inmediato de referencia. Estas categorías de identidad son un referente complementario del que se toma conciencia en la medida en que la exclusión social hace evidente la carencia de recursos o activos para lograr el ascenso. Se puede decir que estas categorías entran en vigencia cuando en una sociedad diferenciada se nota la ausencia de una categoría igualitaria para la población, como es la de ciudadano peruano.

Aun así lo cholo, peyorativo a veces y peruanizante en ocasiones, pierde su eficacia descalificadora para designar, como antes y con exclusividad, a un grupo diferenciado. Por eso fue necesaria una palabra que rescatara solo el sentido peyorativo de lo cholo. Tal es la utilidad de pacharaco: ser un término dotado de poder descalificador, pues no se

puede olvidar que el cholo es un emergente en ascenso, un competidor social.

Lo pacharaco y lo pituco, ¿son roles intercambiables?

La posibilidad de que un pituco se convierta en pacharaco me es desconocida, no tengo mayor referente en cuanto a casos conocidos. Pero el paso de un pacharaco a pituco no le veo la ruta, pues el pacharaco está enquistado en su zona. (Roberto, Surco).

El paso de pituco a pacharaco es imposible, no así el contrario, solo si es que se viste bien. (Mario, Miraflores).

En los sectores altos, pacharaco y pituco son polos referenciales que orientan la percepción social. De allí que se reconozca la posibilidad de movilidad ascendente hacia el polo pituco. Para los entrevistados del sector alto y del popular, la conversión de pituco a pacharaco, es decir la movilidad social descendente, es una posibilidad de dudosa factibilidad. Sin embargo, para los jóvenes del sector popular la movilidad ascendente es una posibilidad que debe superar las posibles limitaciones de apariencia física para una aceptación total. Son conscientes de la movilidad vía el dinero y a la vez perciben la existencia de un sector reacio a la aceptación, pues para este pesan más las consideraciones de tipo racial-estético.

De pacharaco a pituco es posible a través de la ropa, pero por el color, si es trigueño, no creo. Por más dinero que tenga, no. Pero se puede ganar un respeto por su dinero, pero eso es hipócrita, por que esa gente no del todo le tiene respeto pues saben qué es. (Cecy, Villa María)

Un pituco convertido en pacharaco es una locura, quién no quiere esa posición... para bajar de nivel, sería motivo de burla.

Esta última afirmación deja muy en claro la alta estimativa que se tiene del pituco, un arquetipo rechazado pero al mismo tiempo admirado.

LAS DISCOTECAS: EL DISCURSO LEGAL DE LA DISCRIMINACIÓN

Nuestra intención es abordar la racionalidad subyacente a los argumentos que utilizaron las discotecas acusadas de discriminación, para evitar la sanción del Indecopi.

Las acciones legales fueron precedidas por una visita inspectiva, que consistía en intentar el ingreso de dos parejas de funcionarios encubiertos diferenciados por sus rasgos físicos: una pareja con rasgos mestizos y otra con rasgos blancos. Con ello se quería dejar constancia de un trato dife-

rencial para el ingreso, por un criterio de discriminación racial, que finalmente se dio en todos los casos.

En el caso de American Disco S. A., responsable de la discoteca “The Edge”, la pareja de mestizos fue impedida de ingresar bajo el argumento de que se trataba de una discoteca solo para socios, mientras que con la segunda pareja no hubo restricción alguna, salvo la indicación de inscribirse en una base de datos ubicada en el ingreso del local.

El descargo sobre este comportamiento al momento de la intervención argüía que

[...] el ingreso estaba reservado a los miembros de la misma [“The Edge social club”] y que fue ese el motivo por el cual se impidió el ingreso a la primera pareja; asimismo [...] que si alguna persona se acerca por primera vez al establecimiento acompañada de algún cliente antiguo, eran invitados a asociarse, mas si ese no fuera el caso, era él (el gerente de operaciones del club) quien determinaba si se le invitaba a formar parte de la asociación o no. Asimismo, consta en el acta que el asesor legal de la empresa [...] indicó que hasta el momento el único beneficio para los ‘socios’ era el derecho de admisión.

Cabe preguntarse cuáles son los criterios que maneja el administrador para aceptar a un candidato... Por otro lado, en cuanto a la reacción de quienes permiten el ingreso a la discoteca, queda claro que unas personas tienen una apariencia física aparente para ser socios mientras que otras no.

En la entrada, la selección de personas es vía un mecanismo visual de reconocimiento, percepción que tiene todo un referente cognitivo que permite inferir la posición de la persona basándose en la posesión de signos exteriores de riqueza: ropa de marca, estilo de vestir que indica los códigos del gusto pertinente, apariencia física —a más claridad mejores opciones—, factor en el que también entra a tallar la estética que discrimina a gente “bonita” de la “fea”, sobre la base de un referente estético occidental. La forma de comportarse, que denota el desenvolvimiento natural de quien está en su ambiente, frente a la timidez que “delata” al forastero, también se considera. Finalmente, y de manera opcional, se tiene en cuenta quién o quiénes son los acompañantes, previamente percibidos en relación con los criterios mencionados. El punto referencial resultante sería una persona de piel blanca, estéticamente atractiva, bien vestida (gusto y costo) y natural: un “pituco”. Es a partir de dicho arquetipo que se puede discriminar a las personas que pueden pasar como pertenecientes a dicho medio. El administrador maneja la misma percepción, que podría resumirse en la premisa de uno de nuestros entrevistados “lo blanco vende, lo blanco es *marketing*”.

En cuanto a los argumentos legales, la empresa dijo que su objeto social era la prestación de servicios de entretenimiento como discoteca y lugar de expendio de licor para consumo en el interior del local, por lo cual decidieron instalarse “en una ubicación exclusiva, y con infraestructura e implementos importados de tecnología de sonido y luces de punta, en un ambiente de lujo”. Es por eso que con un fuerte capital invertido, pretendían brindar sus servicios de forma exclusiva para uso y consumo de un público perteneciente a un nivel socioeconómico con alta capacidad adquisitiva.

La empresa añade que su conversión a club social se debió a la iniciativa de los clientes frecuentes de la discoteca. Por ello, “en adición a nuestra usual línea de mercadeo de mantener el derecho de reserva de admisión, se admitió una modalidad de control de ingresos vía los socios miembros de la asociación sin fines de lucro, que tenía por finalidad desarrollarse como un club privado”. De ser cierta esta afirmación, este sería el segmento poblacional del grupo dominante sentido como reacio en cuanto a aceptar a los emergentes, según los jóvenes del sector popular: un sector que busca mantener su carácter de exclusivo, algo que después de todo sería comprensible tratándose de personas que han vivido en espacios donde funcionan sus redes sociales, lo que implica vivir en una zona residencial, asistir a un colegio privado y caro, pertenecer a un club y frecuentar lugares donde se socializan y reproducen la red. Los demás, los Otros, son extraños con los que se comparte la ciudad y a los que se aprende a “conocer” luego de haber recibido una información estereotipada sobre ellos.

Pero si esto ocurre, ¿por qué el Perú no es Sudáfrica? Básicamente porque el grupo aludido es minoritario y la interdependencia entre los segmentos es muy grande: de una u otra forma, se tiene una experiencia cotidiana del Otro en diferentes situaciones. Además no son compartimentos estancos; hay pasajes por los cuales adentrarse y entre ambos polos, además de la asimetría y la interdependencia, existe una tendencia asimilacionista, para quienes se movilizan ascendente o descendientemente.

Para una Lima “cholificada”, donde el tradicional “quietismo” social de los grupos que conformaban la estructura social peruana fue superado, ese Otro tiene acceso a recursos que le dan cierto poder; pues definitivamente lo que está en juego en la interdependencia de los segmentos sociales es un asunto referido al poder. Es posible que la conciencia de ese poder, vía la posibilidad de representarse a sí mismo como un ciudadano con derechos iguales a los de cualquier otro, motivara a muchos de

quienes vieron su dignidad atropellada por la discriminación, a dejar de lado la indolencia y buscar –aunque fuese en una institución como el Indecopi–, la atención a su reclamo: que se garantice su derecho a la igualdad.

Entre los argumentos legales hay otros tres muy interesantes. El primero, que la discriminación prohibida en nuestro ordenamiento legal solo se aplica al accionar del Estado y no es extensiva para los individuos. De allí que el concepto de discriminación socioeconómica esté fuera del alcance del derecho de información. Si algo ha caracterizado a los procesos judiciales, son los vacíos legales o las múltiples posibilidades de interpretación de una ley, lo que hace relativa la aplicabilidad de una norma.

El segundo argumento legal llamativo sostiene que el derecho a la reserva de admisión no está ni podría estar regulado en las normas de protección al consumidor, pues este derecho deriva del ejercer la libertad de contratar. En tiempos en que el valor de lo económico adquiere importancia por encima de otros valores, y en un contexto social que parece estimar especialmente lo pragmático, funcional y utilitario, puede comprenderse que aspectos relacionados con la dignidad de las personas pasen a un segundo plano.

El tercer argumento legal rechaza la imputación de prácticas discriminatorias, pues considera que no hay pruebas que demuestren su voluntad para hacerlo: “[...] en nuestra sociedad existen y se dan prácticas usuales de selección para contratar”. Este razonamiento legal no hace más que confirmar la vigencia de que “lo blanco vende. Lo blanco es marketing”. Por ello se discrimina –o “se selecciona”– lo que se considera idóneo para realizar un contrato, señalando de paso la existencia de prácticas discriminatorias en diferentes ámbitos de las relaciones sociales en la sociedad peruana, para legitimar su acción ante lo usual de esto.

Lo que subyace es la intención de preservar espacios para un determinado tipo de personas con un alto poder adquisitivo o cuya apariencia así lo denota, y con ello se privilegia el canal visual para identificar a estas personas de acuerdo con la apariencia. De hecho, la percepción de características conlleva un proceso de atribución social inherente a las mismas, que en el caso de lo peruano lleva a privilegiar lo “blanco” en lo social, en lo económico y en cultural, y como parte de esto último en lo estético.

Esto podría llevarnos a calificar lo hasta aquí tratado como racismo. Sin embargo, queda claro que la connotación positiva de lo “blanco” es una construcción social, una representación social que sirve como un polo de referencia para estereotipar al grupo social de élite. Lo físico, entre otras

características, sirve de parámetro para medir la cercanía o lejanía de una persona a dicho grupo. En otras palabras, se mide el grado de inclusión o exclusión.

Estamos ante un tipo de discriminación que podría denominarse discriminación graduada y multirreferencial, frente a la discriminación absoluta y monorreferencial ejemplificada en la Sudáfrica del Apartheid. La nuestra

es una sociedad que se maneja con códigos en gran parte implícitos, tácitos, inconscientes. Son muchos y sutiles los criterios que se conjugan en la discriminación social. Se dice una cosa y se actúa de otra manera. No basta tener la piel clara para ser blanco; un mismo individuo es indio para uno y blanco para otro; la riqueza, los estudios, el éxito social, aclaran: la pobreza y la falta de instrucción oscurecen, *aindian*. (Ortiz 1988: 8).

En el segundo proceso, seguido contra Merchant Investments Co. S. A., responsables de "The Piano Social Club", tras la respectiva visita inspectiva se repitió el tratamiento diferencial de los supuestos clientes. El administrador dejó constancia de que "los criterios para admitir a un candidato como socio son su constante concurrencia a la discoteca y alguna referencia de otro socio, quedando facultado el administrador para calificar a los candidatos".

En una segunda visita, se volvió a dar el trato diferencial para ambas parejas, solo que en esta ocasión a los inspectores blancos no se les pidió acreditarse ni inscribirse en una base de datos para socios. Ante esto, la administración dejó constancia de que "la computadora que está en la entrada del local donde se encuentra la base de datos de los socios y los que se inscriben, se encuentra malograda". Al pedir explicaciones sobre la persona encargada, señalaron que "debido a la cantidad de gente que había en ese momento, permitió el ingreso [de los dos funcionarios del Indecopi que conformaban la segunda pareja], lo cual finalmente fue atribuido [...] a un error humano".

Ante las fallas de la informática, se recurrió al cotidiano mecanismo de reconocimiento visual con todo el proceso de atribución que implica este acto de percepción.

Los denunciados añadieron que antes del comunicado del Indecopi del 19 de abril de 1998

[...] algunas personas vinculadas a la empresa habían tenido la idea de crear una asociación privada sin fines de lucro que agrupara a los clientes frecuentes de la discoteca denominada "The Piano", a efectos que únicamente estos disfruten de sus instalaciones. Todo ello en ejercicio constitucional de su derecho de asociación y como parte de una estrategia de marketing orientada a mantener una clientela constante.

Con esto querían decirle al Indecopi que como asociación privada estaba fuera de su competencia para fiscalizar el acceso a los locales abiertos al público; además, que se vulnera su derecho constitucional de libertad de asociación. Finalmente negaron que la asociación “esté discriminando a las personas, ya que lo que hace es elegir a sus miembros. En ejercicio de la libertad constitucional correspondiente”.

Si algo hay que rescatar en estos argumentos es el elemento de las redes sociales. No en vano el administrador admite la mediación de un socio para aceptar a un candidato, además de la intención por parte de la empresa de contar con una clientela fiel y asociada. El ingreso a este mundo exclusivo para un sujeto “no blanco” se hace por la vía de la red social en la que pueda inscribirse. Si posee los recursos o activos sociales necesarios, puede lograr su inserción.

Yo he sentido marginación a veces. Pero ese ambiente me gusta. Por eso yo en vez de lamentarme, retraerme –como yo estaba en ese medio–, entonces yo lo aproveché. En la Universidad de Lima, yo paraba hartito con Vania. y yo me di cuenta de que si me invitaban para algún lado era por Vania. Le pasaban la voz a ella, y por añadidura a mí. Vania es blanquita, gringuita, ojos azules o verdes, era del Villa María, tenía mucha plata.

Bueno, tienes que pensarla bien, si vas a entrar a ese círculo era por ella. Lógicamente una vez que entré se dieron cuenta de que era un buen pata, un vacilón. Mi desenvolvimiento allí no estaba fuera de tono y porque también debes saber de qué hablar. Hay que saber a lo que se están refiriendo, ubicar los sitios que ellos mencionan, ir y conocerlos. Es un momento en que te hablan de ah... claro, tú ya sabes que Las Palmas... o que Cocos... que son las playas exclusivas, y te vas metiendo poco a poco a ese círculo y de allí ya sabes y de allí empiezas a conocer a gente, harta gente por todas partes. No había sitio donde no me encontrara con alguien.

Mi carácter es amigable. Me gusta conocer gente, y me interesaba relacionarme con ese medio. Porque uno no sabe cuándo se necesita de un conocido. Porque el pata que está cuando vas a un sitio lleno, entonces le pasas la voz y te dice “oye, pasa”, y como es amigo de no sé quién y amigo de no sé cuánto, entras como por un tubo.

La gente de allí es la gente. Así entras al grupo. Yo me sentí al principio marginado pero me adapte, porque me interesó meterme. Pude hacer como mi prima. Mi prima no sé porque tiene ese resentimiento o tal vez tenga algún complejo. Yo pude comportarme como ella. Ella sí se retraía, solo paraba con su grupo y eso te limita. Hasta para conseguir chamba te complica la vida. No hizo relaciones y este país es de puras relaciones. (Álvaro, Surco).

Si no se logra entrar a la red, se puede optar por el camino que muchos excluidos sociales iniciaron: crear su propio espacio o acceder a otros no tan restringidos, pues la ciudad no tiene solamente espacios exclusivos.

El tercer caso, seguido contra ABB S.A., responsable de “Delirium Café & Bar”, siguió el mismo trámite de inspección, con idéntico resultado. La administradora del local dijo en el momento “que el establecimiento funciona como un club de asociados donde cada uno de éstos posee un carnet. Mostrando uno a modo de ejemplo [...]”. En la misma acta se deja constancia, a efectos de descargo, de “la presencia en el local de todo tipo de público, no habiendo sido su intención en momento alguno como política institucional la presunta discriminación a la que hace referencia la resolución de inicio del procedimiento”. En todo caso, de haber restricciones éstas obedecerían a la capacidad del local, lo cual habría sucedido con los inspectores. Además al no cobrar cuota de ingreso o *cover*, estarían obligados a aceptar todo tipo de público en tanto no comprometa la seguridad de los clientes.

Para invalidar las acciones del Indecopi, en ejercicio de su derecho de defensa la empresa descalificó las declaraciones de la administradora, quien no “participa en la toma de decisiones que ésta adopta en cuanto a restricciones en el ingreso, tampoco conoce el sentido de éstas y que finalmente no tiene ni la autoridad ni las facultades para emitir un pronunciamiento oficial”. Agregó que

[...] las funciones de la administradora comienzan en el momento en que se ingresa al local. Respecto de las personas que se encuentran en la puerta, que son los encargados de establecer los criterios para la restricción del ingreso al público la administradora no tiene injerencia alguna (subrayado del Indecopi).

Sobre los criterios que establecen para el ingreso, refieren que obedecen principalmente a preservar la seguridad en el establecimiento. Asimismo, que el personal de seguridad depende exclusivamente de la gerencia general y que no tiene relación alguna con cualquier otra persona que se encuentra dentro del local como los barmen, mozos e inclusive la administradora.

Con lo dicho, una vez más queda refrendado el criterio visual de los encargados de seguridad. La apariencia puede indicar la confiabilidad del comportamiento social de los individuos “chequeados”.

En la misma línea, cuando se inspeccionó la discoteca “Bauhaus”, cuyos responsables son B.N.B. S.A., con resultados similares a los anteriores, la cuestión de la seguridad también fue esgrimida:

[...] en razón a las tempranas edades de los jóvenes que asisten generalmente a este establecimiento, deben tener mucho cuidado con las personas que ingresan, ya que anteriormente –refieren– han tenido problemas por conductas rebeldes de algunos de los jóvenes concurrentes.

Finalmente, agregaron que

[...] se debe tener en cuenta el conflicto socioeconómico que afecta los diferentes estratos sociales del país y que es de público conocimiento, el estado de violencia que viene sufriendo nuestra capital, donde se puede apreciar el índice delictivo que ataca a todos los niveles sociales, por lo cual se tiene que tomar las providencias del caso, lo cual no importa que con ello se quiera transgredir normas que lesionen los derechos de los consumidores.

Lo “blanco” no solo es signo de estatus y prestigio: es garantía de seguridad en cuanto a las posibilidades de comportamiento antisocial.

Sin embargo, al margen de estos recursos, las discotecas ganaron el proceso legal para evitar el accionar del Indecopi basándose en tres argumentos. Primero, el respeto a su derecho de asociación, lo que ponía a las discotecas fuera del alcance del ámbito de competencia sobre lo público que tiene el Indecopi. Segundo, la libertad de contrato garantizada por la Constitución entre otros derechos comerciales; de no respetarse la libertad empresarial, se afirmó, se pondría en grave riesgo la estabilidad de las inversiones nacionales y extranjeras. Por último, arguyeron que un caso no es prueba contundente para afirmar la existencia de discriminación por parte de las discotecas.

Lo planteado por el Poder Judicial no hace más que subrayar la importancia capital de lo económico en la estimativa social peruana no sólo de las instituciones, sino también de las personas, además de lo difícil que es probar la discriminación con solo un caso documentado y constatado en medio del desinterés de instituciones y sujetos discriminados o potencialmente discriminables. Esta apatía puede ser producto de ese retraerse por parte de los excluidos, quienes optan por sus propios espacios y sus redes.

Sin embargo hay algo de cierto que agregar sobre este último argumento: lo difícil que es probar la discriminación absoluta y monorreferencial en una sociedad donde la discriminación es graduada y multirreferencial, un complejo producto de la peculiar trayectoria y configuración de la sociedad peruana. En otras palabras, lo difícil de catalogar “nuestro” racismo como uno de tipo anglosajón, por los muchos elementos que entran a tallar en el acto discriminatorio.

LAS DISCOTECAS: ESPACIOS DE LA DISCRIMINACIÓN

El que un espacio público de diversión se convierta en un espacio de distinción, es posible en una sociedad como la nuestra, altamente diferenciada y con una estructuración tradicional de los grupos con más activos económicos, culturales y políticos, que está siendo sometida a variaciones, por la dinámica que imprimen los logros económicos de los tradicionalmente excluidos.

Frente a una ciudad más “chola”, los grupos tradicionales de poder buscan marcar las diferencias, preservar sus espacios. Una suerte de territorialidad desarrollada como parte de la identidad de clase. En sí, todo un repertorio de distinciones para reproducir los valores que caracterizan a sus redes sociales, que operan en un contexto segmentado que puede apreciarse a primera vista: la Lima residencial y la Lima de los conos o popular.

Esto no es una novedad, pues la cuestión de espacios característicos para una clase social siempre ha existido en el universo semántico limeño (barriada, callejón, pueblo joven, condominio, distritos pitucos, distritos populosos, etc.). Se trata de espacios en los que tácitamente se sabe quiénes están, en donde se consagra un sentido territorial que impregna a las discotecas y otros lugares “públicos” pertenecientes a la pituquería.

Un ejemplo de ello es otro espacio de diversión, pero abierto: las playas. Durante los años setenta, las de la Costa Verde eran el punto de encuentro de la ciudad que empezaba a crecer a un ritmo acelerado. Estas playas acogían a los veraneantes, que ya tenían sus espacios característicos: los más exclusivos, en sus clubes privados como el Waikiki, el Terrazas y el Regatas; mientras que las clases medias en Redondo y algún sector de La Herradura, entre otras; y el sector popular en Agua Dulce y Pescadores, por ejemplo.

La afluencia constante de migrantes provincianos a la capital, y por consiguiente a sus playas, hizo que los veraneantes exclusivos se dirigieran hacia las playas del sur, a donde podían ir en sus vehículos propios para seguir disfrutando de la exclusividad, *“sin tanto cholo que viene con todo el familión y que se baña en ropa interior, que hace su almuerzo en la playa y arroja sus desperdicios en ella y que incluso trae al perro a que veranee también”* (Cristina, Surco), estampa recogida en parte en la canción “Los patos y las patas”, del grupo de rock *Los no sé quién y los no sé cuántos*.

Así transcurrieron los años ochenta, y la ciudad fue creciendo y expandiéndose. Pronto los cholos tendrían movilidad propia, sus micros primero, sus combis después, y comenzarían a llegar al sur llevando sus costumbres playeras para desesperación de los veraneantes exclusivos. Abreviando, esta historia termina en la presente década con la privatización y lotización del litoral sur, siempre en búsqueda de la exclusividad.

La exclusividad se convierte en un bien preciado para quien gusta diferenciarse, y la diferenciación va más allá de lo económico: se acompaña de lo racial, lo cultural y lo regional. De allí que el espacio sirva como un predio a los que se consideran distinguidos, quienes reaccionan casi con sentido territorial ante los extraños, personas no solo diferentes sino de inferior estatus social. Por eso, los atributos sociales o activos culturales que distinguen a los segmentos sociales más encumbrados pasan automáticamente a caracterizar al espacio, que a su vez ha sido diseñado de acuerdo al grupo objetivo al que pretende captar, constituyéndose así un binomio espacio-individuo. Los atributos sociales del distinguido pasan al lugar y viceversa, siendo con esa estimativa que se percibe a cualquier sujeto que intente abordar dicho espacio: si posee los atributos del caso, será reconocido como prójimo; si no, entonces será un Otro, con su propio lugar y sus propios prójimos.

La discriminación en discotecas es una vieja práctica, que no había merecido la atención de discriminadores y discriminados por considerarse algo tácito: se supone que está sobreentendido cuál es el lugar de cada persona, de acuerdo con sus activos culturales. Si no se hizo nada, se debió acaso al hecho de no haber un ente público o privado ante el cual poder quejarse. Además, lejos de estrellarse inútilmente contra las barreras sociales, quizá a los discriminados les resultaba más práctico acceder a otros espacios o crear uno propio, más integrado y homogéneo, paralelo al negado.

Sin embargo hay quienes han adquirido un respetable poder adquisitivo y no están inscritos en las redes sociales de prestigio, o lo están parcialmente, y manejan el discurso igualitario de la ciudadanía: ellos están tras las denuncias por atropello a sus derechos. Pero pocos han logrado tal poder; la mayoría de mestizos conforman los segmentos populares de la sociedad, y habiendo establecido su mundo social en dicho contexto, el problema de las discotecas exclusivas les es ajeno, como lo es el mundo en el que estas se encuentran; para ellos, lo que cuenta es su propio espacio.

Por otro lado, nunca antes las discotecas pitucas habían sido un espacio llamativo para encontrar prestigio y reconocimiento social. Hoy, en cam-

bio, se han convertido en una especie de vitrina social televisiva: son parte de las noticias, lugares donde exhibirse. Antes estaban en el terreno de lo privativo, y además no existía el interés y la posibilidad —como ahora— de acceder a los espacios pitucos para confirmar el ascenso social, exhibirse y probar que se tienen elementos para ser considerado uno más en dicho mundo. O simplemente por creer que todos son iguales en el Perú. Sin embargo, la integración económica a través del consumo ofrecería restricciones extra-económicas.

El ingresar a los espacios exclusivos y de distinción funciona como un anhelo y un derecho ganado por los que buscan el ascenso social. Es allí donde la red social prestigiosa y exclusiva de la Lima residencial se encuentra, donde puede uno insertarse (de ser aceptado), y demostrar que no se aspira, sino que ya se es parte de dicha red. Dejar constancia de que no se es un “igualado”, sino uno de ellos.

Un razonamiento implícito se halla en las discotecas populares, surgidas a imagen y semejanza de sus homólogas pitucas. De allí que las luces y los equipos que poseen no temgan nada que envidiar a las discotecas exclusivas.

Tenemos la curiosa evolución de una de ellas, ubicada en un pueblo joven de Chorrillos. Los propietarios son una familia de migrantes provincianos, dedicados a la crianza de cerdos, entre otras actividades. Ellos habilitaron parte de su terreno para organizar fiestas sociales. Durante los primeros años de la década de los setenta, predominaban las fiestas al son de huaynos, “chicha” y salsa. El hijo limeño, influido por un gusto más norteamericano, transformaría progresivamente la sala de baile en una discoteca. Así fue llegando la música disco y la decoración que imitaba las discotecas norteamericanas de las películas que él veía en el cine y la televisión, con las limitaciones presupuestales y materiales del caso. Pese a ello, tuvo aceptación por parte del público juvenil de la zona: un público más urbano, que marcaba diferencias con el gusto de sus progenitores, y que aspiraba a un espacio que le diera la ilusión de entrar a un mundo ajeno, como el que veían en el cercano distrito de Miraflores: la apropiación simbólica de un espacio de difícil acceso. Nació así “Mahattan Discoteque”. Los años ochenta y noventa vieron la transformación de equipos, ambientes, decorados, música y clientes, con mejoras ostensibles gracias a la reinversión constante y en la medida que uno de los hermanos, migrante y residente en los Estados Unidos, enviaba remesas y advertía sobre las tendencias musicales de moda en Nueva York.

La discoteca se hizo popular y recreó un lugar marcadamente diferente de su entorno, apropiándose de lo extraño y al mismo tiempo adicionando su particular gusto. Vendrían con ello las máquinas de humo y de espuma, y los peculiares concursos para atraer gente: las peleas de lodo, los espectáculos de *striptease*. Así, se convirtió en un espacio donde los “superados” y las “superadas” de la zona se exhiben e interactúan con la seguridad de quien está en su medio y conoce los códigos culturales para no desencajar.

Si bien para los entrevistados hay lugares pitucos y pacharacos, en los que consideran su espacio todos se sienten con más familiaridad y con la tranquilidad de estar en su medio, a diferencia de lo que sucede en el otro espacio considerado como “extraño”. Entre los dos grupos existe una hostilidad que brota cuando “invaden” sus espacios, en este caso las discotecas:

Las discotecas de los conos son otra realidad, allí hay agresividad, hostilidad contra clase A y B. (Martín, San Isidro).

Si mis amigos que frecuentan a “The Piano” o a “The Edge” van a las discotecas de los conos, se va a armar la bronca por la agresividad contra ellos. La idea que tengo yo, es que hay violencia contra la gente que por la vestimenta sacan que van a discotecas de Miraflores. (Ricardo, Miraflores).

¿Por qué en las discotecas hay hostilidad entre grupos sociales? Una discoteca es un espacio de interacción verbal y física entre personas inmersas en un mismo círculo. Allí se hace amistad con gente comparte el ambiente y los códigos culturales: música, temas de conversación, vestimenta, manera de hablar, etc. Es decir, una discoteca es un espacio de diversión y de encuentro entre semejantes; pero además es un lugar para la distinción económica, cultural, racial y estética. Esto, en las discotecas consideradas como exclusivas y en las catalogadas como populares.

Entremos al terreno de las representaciones sobre estos espacios desde la perspectiva de los “clientes” de unas y otras.

Repulsivo, degenerado, un cague de risa, una vil copia. Todos los locales tienen nombre extranjero. Son solo para gente de su zona, y ese tipo de gente sabe quiénes son. Allí son reprimidos, aguantados, violentos, necesitados de desahogarse y hostiles para gente de otra zona. (Roberto, Surco)

Inconciencia, disvalores, desenfreno, ganancias, libertinaje, ausencia de familia y collera es lo que se me ocurre al pensar en las discotecas de los conos. Sólo por curiosidad iría bien resguardado, pues es arriesgado ir solo, e iría con un buen grupo

de gente, pues allí hay droga, gente que toma mucho y ante la euforia grupal estar solo es ir desprotegido. Aunque pensándolo bien, me basta con lo visto en la TV. Es un lugar donde se fomenta el desenfreno, las patotas, el consumir cerveza y la euforia, el desenfreno total, el erotismo. Es un pésimo ejemplo, son antros de prostitución y desenfreno y no estoy de acuerdo con ese desenfreno. (Ernesto, Miraflores).

Me parece una bacanal, mucha permisividad, la autoridad no controla y los espectáculos eróticos que tienen es para jalar gente, allá son más desinhibidos. (Gonzalo, Miraflores).

En varios entrevistados de la Lima residencial se nota el rechazo al ambiente de las discotecas de los conos. Los adjetivos denotan rechazo y condena, tras lo cual surge la burla que ridiculiza la realidad descrita. Finalmente aparece la calificación clasista, cuando critican la falta de originalidad para enfatizar que copian sus espacios.

Para los entrevistados del sector social alto es imposible admitir en otros espacios el uso de anglicismos, pues su medio es el único que está cerca de lo "gringo". Por eso subrayan la disonancia entre lo cholo y lo "gringo": en ese espacio no es legítimo tal acercamiento, como sí lo es en el suyo.

Según los clientes de las discotecas pitucas, hay una actitud hostil en las discotecas pacharacas que los lleva a recluirse en sus espacios. Suponen que no serán bienvenidos allí, y que ir a ese otro medio es exponerse al resentimiento de los segmentos C y D. El sector popular es concebido como un espacio cerrado y diferente, con habitantes que se reconocen a sí mismos y que ellos caracterizan peyorativamente.

Al imaginar una eventual visita a las discotecas del sector popular, los entrevistados del sector social alto ponen en relieve un mecanismo de reconocimiento visual para identificar al visitante, similar al que funciona en las discotecas discriminadoras. Según ellos, de esta manera los jóvenes "locales" los pueden identificar. Del "chequeo" o la percepción se pasa a la indagación sobre el recién llegado; y de allí, al confirmar que es un intruso, se da paso a la "bronca", manifestación abierta del resentimiento o de la cólera ante la competencia que su sola presencia significaría para los jóvenes locales en cuanto a acceder a las mujeres presentes, de por sí predispuestas a relacionarse con los visitantes.

Si bien hay curiosidad por apreciar aquel mundo en vivo, sigue vigente la idea de los espacios cerrados. Ante la posibilidad de una visita de los otros hacia las discotecas de los sectores sociales altos, esta es considerada como improbable: *"ellos están acostumbrados a un tipo de gente y no quieren salir de su ambiente"* (Roberto, Surco).

Según los entrevistados, detrás de ese no querer salir está el miedo a “*ser choteado*”, a arriesgarse a ser percibidos o “*chequeados*” como “*bichos raros*”, “*a ser mal vistos... si es que pasan*” (*ídem.*).

Un entrevistado decidió ilustrar sus apreciaciones con un caso vivido por él. La hoy desaparecida “Bizarro”, una discoteca-pub del centro de Miraflores, fue durante mucho tiempo un lugar de moda entre los jóvenes de los segmentos A y B, con decoración y música acordes al gusto de su público objetivo, además de ser un espacio donde reforzar los vínculos con el grupo de referencia y un lugar para conocer a personas del sexo opuesto. Con ocasión de un evento académico-estudiantil y a nombre de una universidad privada y de prestigio, asociada a gente “A-1”, se solicitó la reserva del local para clausurarlo con una fiesta, a la que asistieron invitados de otras universidades y de “otro tipo”. La reacción del administrador ante los organizadores del evento no pudo ser más elocuente: “*¿qué han metido a mi discoteca?*”. La invasión del espacio también fue sentida por algunos clientes habituales: “*¡me jodieron Bizarro, qué asco!, ¡pura llama en Bizarro!*”, todo ello acompañado con la consecuente retirada (anécdota contada por Roberto).

Tras este relato, se concluye que la gente “A-1” busca un espacio donde pueda hallar gente –en ese orden– “*de mi clase y de mi raza*” (*ídem.*).

Pese a lo dicho, se advierte que no hay impermeabilidad ni hermetismo en cada espacio representado. Algunos entrevistados del sector alto pueden imaginarse a sí mismos en el otro mundo, y saben que hay pasajes o entradas para sortear las fronteras del suyo. Una vez más, todo entra por los ojos: “*la apariencia, el estar bien vestido y ser del mismo estrato, lo miras y normal, y eres uno más del montón, y si está con un pata conocido, entonces es un pata más...*” (*ídem.*). La “patería” no hace más que enfatizar la importancia de pertenecer a una red social de prestigio: sólo se saca cara por un amigo o conocido. Si se está acompañado por un cliente asiduo, solo basta que este diga el inapelable “*viene conmigo*” para sortear las restricciones.

La discriminación es sentida como un abuso en el ejercicio del derecho a mantener el negocio con gente que tiene apariencia de poder pagar y, de paso, “*mantener un estatus social, porque sigue viniendo gente bien*” (*ídem.*). De allí que se ejerza la discriminación vía la calificación “*del color de piel de la gente, después la vestimenta, en otros es la pinta: bien vestido y que pueda consumir*” (*ídem.*).

La perspectiva de estos espacios cerrados parece inmutable: “*seguirá igual, este es un país racista y lo seguirá siendo, lo que es un cague de*

risa, porque es un país mestizo” (ídem).

¿Pero no es cierto aquello de que el Perú todos somos iguales? Sí, es cierto, pero... unos son más iguales que otros. A esto habría que agregar la inexistencia de solidaridades interraciales, pues no hay un sentimiento culposo entre los que con su silencio o indiferencia se hacen cómplices del sistema de identificación visual instaurado como parte de la seguridad de algunas discotecas (léase discriminación). Por eso los no discriminados no reaccionan cuando son testigos de este tipo de atropellos. El miedo suele ser el causante, aunque la política de mantenerse distante en los ajenos es un rasgo generalizado en la vida urbana.

Si a los potencialmente discriminados el miedo los mantiene a salvo en sus propios espacios, a los no discriminados los salva de “*que te hagan roche, aunque solo se intercede si es un pata*” (ídem). En todo caso, campea la indiferencia; y esto, “*porque así es el país, indiferente para todo*” (ídem). En otros casos el miedo impide arriesgar lo ganado: muchos habituales clientes no precisamente blancos, sino mezclas indefinibles solo posibles en un país mestizo, optan por quedarse con la tranquilidad de saber que están dentro de ese medio.

No hay un sentido corporativo entre los jóvenes habitantes de Lima; por el contrario, sus identidades de clase los distancian. Por otro lado, no hay ciudadanía como una categoría común en cuanto a concepto y en cuanto a hecho, ya que su existencia efectiva garantizaría un ejercicio igualitario de los derechos ciudadanos:

En general la población teme meterse en el problema ajeno, porque no hay cultura de solidaridad en nuestro país: este problema no es mío y mejor no me meto. (Ernesto, Miraflores).

A la gente no le importa, cada uno se fija en sí mismo. ¿A quién le importa?, solo a los que han sentido el racismo. No se puede hacer nada. (Mario, Miraflores).

Para los jóvenes del sector alto, resulta impropio que las discotecas populares intenten parecerse al mundo social de los de arriba. Además, el comportamiento de quienes concurren a ellas revela que les falta educación y evoca la temida imagen del achorado del que predica: “*yo soy machito y te saco la mierda si me miras*” (ídem).

El temor a la hostilidad y la diferenciación en comportamientos y códigos hace poco atractiva la idea de visitarlas:

No me llama la atención, no es mi ambiente, no me veo allí, es incómodo, pacharaco, no es mi mundo, no me gusta parar con ese tipo de gente pacharaco, sabiendo que me

quieren buscar bronca solo porque te miran blanco. Ellos ya juran que eres pituco sin conocerte. Y encima las chicas son feas, machonas, se portan como hombre, pacharacas y se visten hasta las huevas. (Ídem)

Existe, aunque sin justificarla necesariamente, una forma de comprender el problema de la discriminación en las discotecas, y es verlo desde el punto de vista del administrador:

Te conviene ser racista, pero si te pones en el lugar de los discriminados, es una estupidez, además, si se reacciona así es por miedo, porque no se sabe cómo se van a comportar ellos, no los verían bien. La presencia de estos significaría el que las discotecas perderían, pues se pacharaquearían, y es dudoso que la gente busque un lugar pacharaqueado. (Ídem)

Si pones un negocio debes aceptar a todo el mundo, pero como este es un país racista, estás limitando a una determinada raza, una determinada situación social, gente con tarjetas de crédito y cosas así. Si meto cholos en mi tienda la gente no va a venir y yo quiero captar a la gente blanca, entonces pierdo mi negocio. (Gonzalo, Miraflores).

Es un discurso que promueve el “quietismo” social y la fractura de la sociedad, de forma que cada uno se quede en su lugar. Una actitud que denota temor y desconfianza hacia el Otro. Finalmente queda claro que lo “blanco” va asociado a prestigio y estatus, constituyéndose como una alternativa comercial muy rentable ya que es una imagen que vende distinción, tal como pretende indicarlo la publicidad.

La búsqueda de la exclusividad, del ambiente adecuado, parece ser una constante en el proceso de convertir a un lugar en el sitio de moda donde encontrarse con la propia red, con el grupo de semejantes, para finalmente dejarlo cuando pierde atractivo y buscar otro espacio, a manera de un ciclo vital para estos establecimientos exclusivos. Todo se inicia cuando un *point* se hace menos exclusivo, más abierto y menos selectivo, quizá presionado por la necesidad de una mayor cobertura para hacer rentable el negocio. Por este proceso pasaron en su momento “la calle de las pizzas” o “bulevar San Ramón”, y posteriormente Barranco. Antes de que las discotecas fueran los espacios de exhibición para ser distinguido, y ya en la era de las discotecas, muchos informantes recuerdan la transformación o cómo se pacharaqueó la discoteca “Noctambul” de Barranco.

Los jóvenes del sector popular y los de sectores medios que no pueden acceder a los espacios exclusivos, han creado, como ya se dijo, su propio espacio a imagen y semejanza del espacio negado; o en todo caso asisten a discotecas menos selectivas, de un estilo muy peculiar, que incluso

resultan atractivas para las personas que concurren a los espacios exclusivos. Estos sitios son puntos de encuentro en donde por lo menos se comparte el espacio. Allí se puede apreciar lo poco viable que es pensar en una Lima al estilo sudafricano.

Pero volviendo a las discotecas populares, esos sitios son los *points* para las personas consideradas comunes y corrientes, y con ello discriminables, ya que los que acuden a las discotecas exclusivas saben quiénes son sus semejantes y quiénes no; como diría metafóricamente uno de los informantes, parece una cofradía.

La presencia de los jóvenes del sector popular en el medio exclusivo solo trae como consecuencia que se “malee” dicho lugar, que se convierta en pacharaco. Un detalle adicional es el aspecto musical: muchos informantes indican que el lugar pierde prestigio no sólo cuando se hace menos selectivo, sino también cuando la música se hace menos del gusto de la gente exclusiva y más “pacha”:

“Malear” un ambiente es sinónimo de que comienza a llegar gente de los cholos, y con ello las “rucas”, la “pacharacada”, otro tipo de música, como la de Estudio 92 y su tecno tan propio de los conos. Llega la gente fea, la que posee rasgos más autóctonos y con otro comportamiento. Los espacios de la gentita bien se van configurando en la medida en que son concurridos por las chiquitas bien, los chicos bonitos, los actores de televisión; su concurrencia es la que manda y la que decide si una discoteca sube o baja. Ellos son los que consagran el “point”, lugar donde puedes conocer chicas bien y adquirir prestigio, el punto donde quedas inmerso, el lugar donde el que tiene billete cree que lo puede todo, pues se paga por un ambiente, se paga por exclusividad, para no estar con cualquier gente. Ellos son los que arman la juerga, y la plata, así como llama a la plata, también llama a la belleza, de allí es que salen los chicos y chicas lindos y lindas. (Gonzalo, Surco).

La gente del sector popular es consciente del riesgo de ser discriminada si va a los espacios exclusivos, sean discotecas u otros lugares.

La discriminación es la desconfianza del gringo hacia el morenito; en esas discotecas te ignoran, te ven y te discriminan por el color, por la forma que se viste. Los de Miraflores se visten de forma culta. Uno siente vergüenza: porque no estás en tu ambiente, no te puedes desenvolver bien, en cambio en las discotecas de ambiente de Comas, te tratan bien, y la diferencia está en que los “blanquiñosos” mirarían raro a alguien que se meta en sus discotecas, y si tuviera plata se juntarían conmigo por la plata. (Miguel, Villa María)

Las discotecas racistas son ambientes en donde se discrimina por dinero y color, a las personas que somos ni blancas ni gringas. No se ve bien que un moreno, un trigueñito o un provinciano estén en esos sitios. Creo que si quisiera entrar y tuviera

tarjeta de crédito tampoco me dejarían entrar. Tendría que ser un socio. Se discrimina por el color. (Laura, Villa María).

El “chequeo”, es decir cómo una persona es percibida al momento de intentar ingresar a una discoteca exclusiva, da prioridad al canal visual. Es un proceso de inferencia y de atribución, sobre la base de la apariencia, que informa la ubicación del individuo según posea o no ciertos atributos concordantes con las expectativas del caso, según los polos entre los que oscila la percepción social: de lo blanco socioeconómicamente alto a lo no blanco socioeconómicamente bajo, de lo urbano-occidental a lo urbano-marginal (el no urbano, entendido como andino rural o andino urbano, está prácticamente fuera del asunto). Los estereotipos simplifican este proceso aparentemente complejo y la discriminación aparece.

En los sectores populares, los “blancos” resultan llamativos y extraños; en caso de problemas, serían las primeras víctimas de la violencia como producto de la hostilidad que se les tiene. Aparentemente la comunicación está ausente entre los dos mundos. Los habitantes de los conos, así como se sienten excluidos de las discotecas pitucas, tienen una actitud excluyente hacia los pitucos que ingresan a su medio: no encajan y se verían expuestos a un rechazo más violento que la sutil violencia de las discotecas exclusivas y su frase excluyente “es para socios”.

Los “blanquiñosos” no vendrían por acá pues ya están informados de cómo es el ambiente en los conos. Por la TV se han ganado cómo son, cómo se visten, que puede haber problemas; ellos no vienen, ellos van a sus discotecas. Si hay problemas los pueden agarrar primero a ellos, ellos saben cómo son la gente de pueblo joven. Los pueden cuadrar, robar. (Miguel, Villa María)

Los blancos no irían a los conos pues ya saben cómo es el trato. Los asaltarían. (Víctor, Villa María).

En su espacio, los jóvenes del sector popular se desenvuelven bien, pueden destacar, deslumbrar por ejemplo con una coreografía de “tecno-dance”. Con su grupo pueden adquirir prestigio, respeto y admiración. Ello no sucedería si visitaran otros ambientes de por sí negados.

Me sentiría incómoda porque ahí va gente de plata. No son personas del barrio que yo frecuento, son personas desconocidas. En reuniones, cuando hay gente importante y van, yo me siento incómoda, porque no estoy con la gente de mi barrio. Incomoda el que tengan un poquito y que lo presuman ante los que no tienen, como que te humilla. (Cecy, Villa María)

No puedo negar que me gustaría conocer, pero sé que me tratarían mal, que me harían a un lado, que no soy bienvenida. (Laura, Villa María).

Estos testimonios dejan muy en claro que el compartir un mismo espacio entre discriminadores y discriminados significaría un desencuentro. El ambiente se “malograría” con el comportamiento poco asertivo de los jóvenes del sector popular ante la incomodidad de un ambiente poco familiar. Por otro lado, sus estereotipos sobre los pitucos, y viceversa, los distancian.

Si hay discriminación en discotecas es para mantener la calidad, reputación. Estaría bien, porque los de por acá pueden hacer muchas cosas que no deben, malogran con su comportamiento, porque tratan de demostrar que son mejores que los que están allí. (Milly, Villa María).

Las diferencias socioeconómicas impedirían la posibilidad de compartir un espacio. En la percepción de los jóvenes del sector popular, la mejor capacidad económica de los jóvenes de la Lima residencial se debe a que nacieron en familias acomodadas; sus pertenencias no son legítimamente ganadas, pues todo lo recibieron sin trabajar. Surge entonces un sentimiento de indignación, al ser conscientes de los esfuerzos que ellos deben realizar para lograr tener poco y enterarse por los medios de comunicación de que son o pueden ser excluidos de espacios y posesiones. El tema de conversación son las discotecas, pero es imposible eludir lo económico como uno de los más sentidos elementos de diferenciación:

Ellos tienen dinero, siempre lo han tenido todo sin saberlo ganar, por ser hijo de papá rico, mamá rica, empresario, con tarjeta de crédito, con un carro sin ganárselo, muchos que no estudian, y varios –la mayoría– que no trabaja. (Laura, Villa María).

Lo importante para ellos es encontrar alguien que les defienda, no sentirse huérfanos de apoyo para la defensa de sus derechos. Algo o alguien que les haga sentirse ciudadanos con iguales derechos.

El caso ha trascendido a los medios de comunicación, se ha hecho muy famoso, y programas como el de Magaly ayudan a que se acabe con eso¹³. La gente se ha dado cuenta, antes no había un apoyo. Por medio de estos programas, la gente se ha enfurecido. (ídem).

Sin embargo, la notoriedad del problema en la prensa, a juicio incluso de los entrevistados del sector residencial, no obedeció a un sentido ético

13 Se refiere al programa de periodismo de espectáculos de Magaly MEDINA, transmitido entonces por Canal 2, muy sintonizado por explotar un estilo basado en chismes sobre personajes del mundo artístico de la televisión local.

de los medios de comunicación: estos han sido indiferentes, solo que “*es la moda del momento, pero ya pasará, no tenían nada que sacar e hicieron eso, se movió el tema, jodieron, y todo sigue igualito. ¿Los cerraron? No*” (Roberto, Surco).

EL RACISMO COMO PARTE DEL SISTEMA DE EXCLUSIÓN SOCIAL

Desde la perspectiva de los actores sociales, lo tratado hasta aquí muestra las diferentes vivencias de sentirse excluidos de un determinado espacio, lo cual no es más que llevar al terreno de los hechos la exclusión social vigente. Con este concepto aludimos una situación en la que un grupo social es excluido al verse impedido de participar “[...] en algunas relaciones sociales del proceso social que son valiosas para el grupo” (Figuroa, Altamirano y Sulmont 1996: 15). Estas relaciones tienen una gran importancia económica o social, pues queda claro que el espacio de las discotecas es donde se afianzan las buenas relaciones, que a la larga son importantes para la colocación social ventajosa o desventajosa.

“La exclusión implica, entonces, la existencia de jerarquías en las actividades y asociaciones dentro de la sociedad” (*Ibidem, loc. cit.*). Pero lo importante no radica en saber si alguien es o no un excluido; lo importante es conocer las implicaciones que el tipo de exclusión estudiado tiene sobre la desigualdad social. Con esta perspectiva, podemos decir que el complejo sistema discriminatorio peruano es efectivo y tiene una larga tradición, ya que se alimenta de diferentes discursos de la desigualdad como realidad social construida en el pasado y que se prolonga hasta el presente en ediciones corregidas. Por eso creemos que reducir a racismo la problemática abordada es simplificante y limitante. Este elemento es solo una parte del mencionado sistema discriminatorio, propio de una sociedad articulada en grupos o segmentos relacionados asimétrica e interdependientemente; grupos diferenciados, a lo largo de la historia nacional, en la medida en que en su configuración jugaron parte importante elementos étnicos, regionales y socioeconómicos.

Cuando en el Perú los espacios se tornan exclusivos, esto sucede con un determinado grado de exclusividad. Hay espacios con “cero grados” de exclusividad y espacios con exclusividad creciente, determinada por distintos referentes o factores, como por ejemplo la raza, no en el sentido de categoría biológica sino diferenciadora en cuanto a matices de coloración, y sobre todo en cuanto a lo estético: la primacía de lo bonito

—en términos de estética occidental—, donde los “no blancos bonitos” pueden pasar como bellezas exóticas y ser asimilados en el mundo “blanco”.

Pero no solamente está lo racial: tenemos lo económico, capaz de dotar de los medios necesarios para sostener un estilo de vida caracterizado por altos niveles de consumo, y adquirir con ello símbolos reconocidos de estatus.

Otro elemento, ligado a lo cultural, es la procedencia regional: se trata de ser culturalmente urbano-occidental, y, teniendo en cuenta el centralismo político y económico, ser de Lima y dominar los “códigos limeños”, en especial de la Lima residencial, en oposición a los códigos de la Lima popular o provinciana.

La confluencia de los factores generales recién mencionados determina el grado de exclusividad de un espacio. Pero la exclusividad está ligada también a la persona que lo torna exclusivo. Al respecto, diríamos que primordialmente se configuran los grupos diferenciados sobre la base de los factores mencionados; cada uno genera su identidad social y con ello su sistema de valores y estimativa. Estos grupos buscan sus espacios en una recíproca transferencia de prestigio. El espacio publicitariamente ubicado como exclusivo, caro y con un estilo correspondiente al gusto de la élite refuerza el sentido de clase de sus clientes, tal y como estos, con su presencia y preferencia, transmiten su prestigio de clase a ese espacio. Estamos, pues, ante el binomio de la exclusividad espacio-grupo social; y si habláramos primero de espacios con diferentes grados de exclusividad es porque se sostienen sobre la presencia de grupos con diferente grados de permeabilidad.

Todo lo dicho puede entenderse sobre los presupuestos teóricos que proporciona el concepto de activos sociales; es decir, los recursos —económicos, políticos y culturales— que un individuo o un grupo tiene para movilizarse en el mapa social, y cuya posesión o carencia puede determinar su exclusión económica, política y cultural.

Los fenómenos que aquí analizamos pertenecen al orden de la exclusión cultural, que se expresa bajo dos formas: “la marginación de ciertos sectores que no comparten los códigos básicos para comunicarse e interactuar en la colectividad (manejo del idioma, alfabetismo y escolaridad, adhesión a valores éticos y religiosos); y segundo, la discriminación de ciertas categorías de personas que son percibidas por otras como inferiores, y de acuerdo a esta percepción, reciben un trato diferenciado y humillante en sus relaciones sociales” (*Ibidem*: 20).

Si la génesis de un sistema de exclusión social se encuentra en los grupos que interactúan, se diferencian categorialmente y se relacionan asimétricamente, podemos decir que los grupos interactuantes en el Perú se han diferenciado en lo cultural y en lo político. La interdependencia económica los ha articulado en una suerte de extraña vecindad, de allí que se trate de un país en el que interactivamente hay una convivencia, pero cuya estructura social muestra fisuras que en algunos casos parecen fracturas, más evidentes aún cuando las migraciones hicieron de Lima una síntesis de la desintegración del país y al coexistir dos ciudades dentro de Lima: la residencial y la provinciana, la Lima de los conos, de la que hablaba el grupo de rock nacional *Los Mojarras* en su canción “Nostalgia provinciana”.

En ese contexto, los actores sociales se adscriben a los grupos existentes en la ciudad de acuerdo con sus activos sociales (culturales, económicos y políticos) y se desenvuelven sobre la base de las posibilidades que dichos activos les dan.

La exclusión fue sorteada por los nuevos limeños, quienes han generando su propio mundo social, con su economía, su política (vivir al margen del Estado, negociar con él para otorgarle legitimidad a cambio de apoyo oficial) y su cultura. Se trata de una historia de dos ciudades, aunque algunos sectores creen ya poseer los recursos necesarios para intentar ir a la otra Lima.

Es necesario tener en cuenta que los activos económicos dicen lo que una persona posee, y los activos culturales y políticos lo que esa persona es. Con esta premisa pueden deducirse las posibilidades de inserción en una sociedad donde importa más lo que se es, en comparación con lo que se tiene. No en vano cuando en la caracterización de la pituquería la periodista Beatriz Ontaneda incluye a los emergentes, los describe como aquellos que

tienen plata pero sus gustos son pacharacos. Aún no se han mimetizado con el *glamour* pituco. El dinero no garantiza el acceso a la pituquería. Es que, o los traiciona la raza o les falta casarse con una mujer de casta y abolengo. Por eso en medio de la maleza de la sociedad aún son algo inseguros¹⁴.

Agregando el elemento espacial, ella añade que se ubican en “Los Olivos”, también conocido en el argot de las radios populares de la

14 *Somos*, suplemento de *El Comercio*, 20/3/99.

frecuencia modulada como “el distrito ‘pituco’ de Los Olivos”, para marcar distancias sociales y espaciales respecto al distrito populoso de San Martín de Porres, del cual emergieron.

De allí la importancia de una red social, que “[...] constituye un conjunto de lazos de confianza, cooperación y solidaridad que unen a determinados sujetos sociales entre sí” (Figueroa, Altamirano y Sulmont 1996: 22). La pertenencia a determinada red puede significar un alto prestigio que abre puertas a diversos campos, o una limitación para el ascenso social.

Existen grupos configurados étnica, racial, regional, social y económicamente. Son estos grupos los que proporcionan en su autodenominación (implícita, pues nadie explicita la categoría social con la que se le puede definir) las categorías de identidad, el marco social de referencia de un individuo. Un individuo, basándose en sus activos sociales, se inscribe en una red, prestigiosa si los activos que posee así se lo permiten. Estas redes tienen un espacio al que transmiten su prestigio o su estigma. Buscar integrarse a una red de prestigio implica también estar en sus espacios.

¿Y el racismo? Aparece más como una apreciación estética y un signo de prestigio, antes que como un discurso biológico de la desigualdad. Un “¿qué me dice tu apariencia?, ¿perteneces o no a mi red social?”, completamente ajeno al sentido de si se pertenece a una raza biológicamente inferior. En todo caso, es solo un elemento visual, parte del “chequeo” cotidiano en las relaciones interpersonales, una referencia más, un activo social también graduable sobre la base de la apreciación estética. Ser “blanco” es un signo exterior de riqueza, de allí que muchas veces cuando se trata el tema se hable de posición económica o de estilo de vida; hay una relación muy grande entre estos elementos como para reducirlo a si hay racismo o no en el Perú. Además, el racismo peruano es muy especial como para considerarlo en el mismo orden de la versión anglosajona. Simplificando, podríamos decir que es un racismo estético, y las vivencias relatadas a partir del tema del racismo deben entenderse en esta perspectiva. También es un racismo semántico, en la medida en que los rasgos físicos significan algo. En pocas palabras, hablamos más de un sistema de discriminación gradual y multirreferente, antes que de un sistema de discriminación absoluto y monorreferente.

En un sistema de discriminación absoluto y monorreferente encaja perfectamente el racismo anglosajón: se es blanco o no se es, sin medias tintas, sin matices intermedios. El referente para la discriminación es uno solo, en este caso la raza, como en la Sudáfrica del Apartheid. Pero para el caso que

venimos abordando, lo racial-estético viene acompañado de otros atributos referenciales de índole socioeconómica, cultural y hasta regional, y con un peso específico, con lo cual puede graduarse la inclusión o exclusión en el mundo de lo "blanco". Entre los grupos que conforman la sociedad peruana, el aspecto racial-estético adquiere mayor peso, en relación con los otros elementos, en la medida en que se está en la cumbre o en la base de la jerarquía social. Dependiendo de si desde esos polos se va hacia el sector medio, entonces lo racial-estético va perdiendo peso en favor de los otros elementos. Tal es la discriminación gradual y multirreferente.

Todos los entrevistados coinciden una vez más en que el Perú es un país racista, algo paradójico porque se trata de un país mestizo. Pero es notorio que aprecian las ventajas de tener la piel clara:

Por mi condición social era tratado preferentemente, ante lo cual los otros protestaban: "tú eres de aquí, de San Antonio, blanquito, por eso te dan esas oportunidades". A veces percibo que hay personas que te ven y creen que eres preferido porque eres una pizca más clarito que ellos. (Ernesto, Miraflores).

Aunque también se da fe de que si lo que se quiere es excluir, hay muchas maneras de discriminar

Yo he sido discriminado en mis estudios universitarios. Un docente me discriminó por razones raciales. El profesor hizo el esfuerzo por jalarme en un curso por motivos raciales. No solamente raciales, pero que incluía los raciales. El comentario fue "ese blanquiñoso"... He sido discriminado además por razones económicas, imagino yo, al no dejarme entrar al Centro Comercial Camino Real. En mi época estudiantil... bueno yo iba con unas zapatillas que no estaban nuevas y con una chuspa... entonces me imagino que por razones económicas es que no me dejaban entrar. Yo he sido discriminado en compañía de amigos cuando he tratado de entrar a instituciones y me han pedido documentos a mí, a mi amigo y no a las otras personas, o me han pedido documentos a mí y no a otras personas que han estado entrando. Eso ha ocurrido con gente que es blanca, que es rubia y a mí me han pedido documentos. No me han dejado entrar a discotecas porque estaba con zapatillas. He sido discriminado laboralmente, cuando me entrevistaron y se dieron cuenta de que no era de la Católica sino de San Marcos. Pues hasta allí parece que todo había ido bien, pues estaban complacidos. Y al darse cuenta de mi procedencia, sorprendido, el entrevistador le dijo a la persona que me había traído para la entrevista: "¿y no había nadie de la Católica?". Fui discriminado por razones de procedencia de mi colegio, por ser de la Inmaculada. Yo he vivido la discriminación de muchas fuentes, al igual que todo el mundo, por eso digo que la discriminación viene de todo nivel y por parte de todos. (Ricardo, Miraflores).

La ventaja diferencial en el primer testimonio es reconocida con una pizca de culpa, para en el segundo caso es de protesta ante las muchas maneras de hacer a un lado a la competencia en la sociedad urbana, sea

por apariencia física, vestimenta, prejuicios de clase y estereotipos atribuidos a instituciones. Cuando se descubre un antagonismo en los intereses, la diferenciación se marca y se da paso a la discriminación buscando excluir al otro. Racismo, etnocentrismo, clasismo, fundamentalismo, son los variados rostros de un solo hecho: la diferenciación categorial, que posibilita la construcción de una representación del Nosotros y de los Otros; y en el contexto de interacciones intergrupales, la manifestación del conflicto intergrupar como una posibilidad vincular cuando los intereses divergen alejándose del polo de la cooperación y orientándose hacia el de la competitividad.

Lo “blanco”, como construcción social, permite no solo una discriminación de corte racial; está también lo cultural entendido como código de comportamiento. Por eso se puede “blanquear” a la población vía la adopción de valores o de comportamientos de “blanco”:

Una persona chola que llega a un banco, se tiene la idea de que son las nuevas personas que tienen plata, y es que estos bajaron a Lima no para quedarse eternamente en un cerrito, han prosperado mucho, progresaron. Son emprendedores y pujantes, quienes al lograr un estatus económico, se han diferenciado de clases sociales pobres, se han refinado, han cultivado su lenguaje, han cultivado su carrera, son profesionales, se visten de una manera limpia, elegante, cordial, porque esas personas por más que no tengan apariencia de figurín de moda –que es el cliché que le venden a la gente– son personas totalmente aceptadas y respetadas, y es más, en los bancos y financieras se les tiene mucha consideración, yo creo que más que un racismo se está cambiando a una segregación de modales. La raza no es color, es clase, tipo, el cómo la persona se comporta. (Ernesto, Miraflores).

El testimonio no deja de ser interesante, con la recurrente figura de la banca como espacio de aceptación, símbolo del reconocimiento de la integración económica del emergente. El dinero les abre espacios en el mundo de las finanzas, pero parece que no el de los espacios de algunas discotecas.

Como parte de la aceptación y el reconocimiento para la inserción, se empieza por el refinamiento: el dejar de ser cholo al menos en el comportamiento, para ser más “blanco” en sus modales. El “no blanco” necesita hacer demostraciones de clase, cosa que un blanco no: su piel, a primera vista, es un signo exterior de riqueza, de clase, de estatus, salvo que demuestre lo contrario, caso censurable y atípico pues no correspondería a la expectativa social. Si un comportamiento inadecuado lo protagonizara un “no blanco”, sería también censurado, pero estaría de acuerdo con la expectativa social que previamente se tiene de él.

El “no blanco” debe buscar romper la barrera de ser encasillado como desconocido, de ser un cualquiera. Para ser reconocido debe demostrar en todo momento que por lo menos tiene los atributos de clase para ser tomado en cuenta, para ser aceptado.

Es lamenable que entre los discriminados no ha habido esa hermandad, como en Estados Unidos, el negro detesta al blanco, y entre ellos se ayudan, se protegen; aquí, se dice que es un país mestizo, dicen que no hay, pero sí existe racismo. Tú eres cholo y yo soy blanquito; implícito y camuflado, está en el ambiente; aunque los demás digan que no, es un poco cínico y eso está mal. Debería haber una regla, alguien que proteja, como Indecopi. Yo soy racista, aunque diga que no, llega un momento en que sí me he acostumbrado a seguir las reglas, avalo ciertas cosas, tengo actitudes racistas, estoy inmerso en ello. (Álvaro, Surco).

Quizás ante esta falta de protección legal de sus derechos, ante la ineficacia de la ley para homogeneizar a las personas en la categoría de ciudadanos, y ante el imperante cinismo que niega el peso de la apariencia física para acceder a determinados espacios e insertarse en determinadas redes sociales, es que los mestizos que lograron entrar en el medio social exclusivo optan por adaptarse al sistema y jugar con las reglas que sí valen, las que configuran el complejo perceptual de lo “blanco” y lo “no blanco”, y sus pasajes en un solo sentido para quien quiere ingresar al mundo de lo “blanco”.

Una exitosa inserción implica arrogarse el poder de discriminar, acto que consagra la pertenencia a un grupo de élite social y económica, y que goza de la más alta estimativa hacia sus características físicas predominantes, su estatus socioeconómico, sus valores y códigos grupales. Se trata de un grupo que se va creando desde los colegios privados a los que asisten sus integrantes, que se prolonga en determinadas universidades, y que continúa con el circuito laboral que los emplea preferencialmente. Se exhiben en espacios donde se conocen y reconocen para perpetuarse en una especie de endogamia de los “bonitos”, y así seguir reproduciendo “gentita bien”, que seguirá en su momento el mismo proceso descrito. Es un grupo en el que uno puede insertarse siguiendo las reglas del comportamiento exclusivo y excluyente, aparentando, ostentando y mostrando atributos de clase cuando no se tiene atributos físicos que pasen la primera impresión visual de los perceptores.

Por otro lado, los que no pueden iniciar el camino de la inserción parecen mantenerse estables en su medio. Su poco ánimo para conocer las discotecas exclusivas explicaría, entre ellos, la poca convocatoria de la marcha contra la discriminación. La televisión los enteró del asunto, pero

no mereció mayor comentario ni interés. Todos condenan la discriminación, pero no les interesa mucho: total, no es su ambiente y no los ha alcanzado específicamente esa modalidad discriminatoria. Subyace sin embargo la sensación de estar ante una situación humillante, la cual es evitada si uno no se expone.

“Ahora hay personas de color que han surgido, gente morena que no tiene por qué ser menos, se rebelaron”, afirma Milly de Villa María. Y es que, para romper con un quietismo social basado en las diferencias económicas, sociales, culturales y raciales, era necesario reaccionar contra la inmovilidad social, subvertir un orden. Los emergentes son “rebeldes” y su presencia cuestiona las jerarquías tradicionales; por ello los sectores tradicionales del poder insisten en descalificarlos. Es cuestión de preservar el estatus ante la igualdad.

¿EL DINERO BLANQUEA?

Un detalle importante es que en las discotecas sancionadas por discriminación racial, no funcionaba un estricto control que la hiciera exclusivamente para personas blancas. ¿Cuáles eran los criterios para el ingreso a estos locales? ¿El color de la piel, la calidad de la ropa, la compañía, la edad o la tarjeta de crédito? Si el dinero permite ingresar a las personas de clase alta, ¿por qué las discotecas limeñas cerraron sus puertas a algunas personas sin conocer su verdadera capacidad económica?

Víctor (Villa María), quien negó la existencia de racismo en el país, afirma que el dinero “blanquea” a la persona: *“la única diferencia es el estado económico”*. Pero los otros entrevistados no están totalmente de acuerdo con el cliché:

Dinero compra amigos... ¿pero ser aceptados por la clase A? ¡No! Adaptados, sí (Diego, Jesús María).

Dinero no blanquea, solo da la tranquilidad (Mario, Miraflores).

En Miraflores, allí va gente que tiene, que es blanca. Si uno de pueblo joven va, lo discriminan así tenga dinero. La gente de Miraflores son conocidos, y se da cuenta cuando alguien recién llega: “¿de dónde ha venido?, ¿quién es él?”, dicen (Cecy, Villa María).

Puede ser que blanquee –quién no quiere plata– pero tal vez aparentemente, pues se sabe de dónde ha venido, y por eso, algunos niegan su origen. Aunque tengan dinero, siempre habrá comentarios sobre su procedencia (Laura, Villa María).

El dinero puede ayudar a insertarse en el medio social exclusivo, pero para que eso sea posible debe renunciarse a ciertos elementos de la historia personal que pueden limitar la aspiración a mejorar la condición social. En este caso, para el grupo emergente el dinero actúa como el pasaporte hacia la clase A, aunque sólo les posibilita ingresar como advenedizos. Pero esto no es suficiente; hay otros requisitos: los activos culturales, por ejemplo, comprenden aspectos como el factor estético. También pesan las habilidades sociales, conocer los valores y códigos de las redes y el grupo al que se aspira. Se debe tener estilo, y eso no es algo que se compre con dinero. Uno de los informantes lo dice claramente: *“la cuestión no es ser blanco, sino pensar como blanco”* (Domingo, Miraflores).

CONCLUSIONES

Los jóvenes entrevistados manejan una representación dual del mundo social urbano de la ciudad: una Lima residencial y una Lima de los conos, dualidad que se corresponde con los términos pituco y pacharaco como categorías de diferenciación que, aplicadas a los espacios de diversión como las discotecas, les permiten vivir dichos mundos en términos de lo propio y de lo extraño. Para aludir al mundo de los Otros, desde los jóvenes pertenecientes a la Lima de los conos se caracteriza al mundo pituco; mientras que desde la Lima residencial se caracteriza al mundo de lo pacharaco.

Lo pituco se relaciona con la pertenencia a la clase alta y la posesión de rasgos físicos blancos; con lo dominante, ostentoso, creído y con aires de superioridad basados en el tener y el consumir. Lo pacharaco tiene una connotación peyorativa y alude a lo cholo como representación individual y estilística; es una forma de descalificar los gustos y valores generados por los emergentes del sector popular. Ambos términos se hallan ligados no sólo a un gusto sino que se muestran como arquetipos sociales muy ligados a lo “blanco” y a lo “cholo”, respectivamente.

Entre ellos existe una mutua hostilidad atribuida así como de exclusividad supuesta, donde los unos atribuyen a los otros una agresividad nacida del resentimiento, y estos a los aquellos un sentimiento de superioridad injurioso y que los hostiliza ignorándolos. Al final coinciden al excluir al Otro de sus propios espacios.

La discriminación se ejerce vía la visualización y el “chequeo” de atributos dotados de un valor social en función de su aproximación o

alejamiento de lo “blanco” (como referente estético más que racial)¹⁵, pudiente y pituco (como referente conductual y de estilo).

La exclusividad se ejerce para dotar y mantener el prestigio de lo “blanco” (como estereotipo social más que racial) asociado a un lugar, el mismo que por ende se convierte en un espacio de distinción social, económica, estética y cultural. Para ello desarrolla un mecanismo de captación basado en la exclusividad y en una infraestructura acorde a al gusto del grupo blanco, el mismo que al asumir dicho espacio forma parte de las atracciones ofrecidas por el espacio.

Ninguno de los dos mundos tiene interés por integrarse al otro, ante la diferenciación comportamental, evaluativa y representacional. Aun así, no son mundos impermeables: teniendo dinero, manejando el código cultural, compartiendo el gusto o “mejorando” la indumentaria y lo físico, las personas de un mundo pueden adaptarse al otro. Por eso afirmamos la existencia de dos mundos representados como dos polos referenciales, entre los que oscilan los actores sociales sea en movilidad ascendente o descendente.

El gusto es un aspecto diferencial entre los dos mundos. Para el mundo dominante el gusto de los otros (los subordinados) es motivo de burla ya que los emergentes tratarían de copiar el gusto de la clase alta pero sin lograrlo (por ejemplo, se habla de marca “bamba” o “marca chanco”). Pero en realidad los emergentes no intentan copiar a los dominantes, sino que toman lo que les atrae de ellos y lo reformulan a su manera. Aunque parezca huachafío o mejor dicho pacharaco en la visión del mundo dominante, disfrutan de lo que les gusta y van forjando una estimativa característica de su propio grupo.

¿Existe racismo? A decir de los entrevistados sí, pero uno muy peculiar. De allí que el peso de esta afirmación se relativice cuando entran a tallar, en lo dicho por ellos, elementos extra-raciales presentes en el innegable y cotidiano complejo discriminatorio peruano. El racismo, como discurso

15 Un ejemplo claro es el siguiente fragmento de *La noche es virgen*, de JAIME BAYLY, reproducido en *Somos*, suplemento de *El Comercio* (13/12/97):

chequeo a los dos patitas que están con el loco Mariano. Uno es un huanaco jodido, un indio con cara de plátano machacado que debe ser reencarnación de inca Pachacútec, carijo, qué tal cara de indio puneño pezuñento: qué chucha haces tú ahí sentado con mi carnal Mariano, oye indígena, nativo, bello exponente del folklore nacional (y para qué, perdonen la interrupción, qué feos somos los peruanos, carajo, qué pueblo para feo es el pueblo de mis amores).

que busca entender las diferencias sociales desde la naturaleza humana, no existe; no hay, en los testimonios, el empeño de justificarlas desigualdades sociales invocando la existencia de una jerarquía humana natural. La raza, junto con otras coordenadas, ayuda a ubicar a una persona en el universo social peruano, a fin de ajustar el comportamiento interpersonal de acuerdo con pautas o guiones de relación socioculturalmente estereotipados, con distinta graduación entre dos polos de relación: prójimo o extraño. En el contexto de la competencia social, este sistema discriminatorio es utilizado para descalificar y excluir, para defender un *statu quo* amenazado por la movilidad social de sectores “tradicionalmente” tenidos como subordinados.

Para el peculiar racismo peruano, el peso de una pretendida superioridad se halla en la valoración estética de características raciales blancas, con el valor agregado de que lo racial es un signo exterior de estatus. Se trata de una superioridad relativa de un recurso o activo social ventajoso, pero que además debe ir refrendado por el nivel socioeconómico y por el nivel cultural, puesto que la raza no es el único factor de discriminación.

Analizar la discriminación en las discotecas como una manifestación de la exclusión social nos llevó a visualizar la imagen de *los vecinos extraños* y los sentimientos que hacia ellos se difunden entre los jóvenes limeños, entre quienes pituco y pacharaco son categorías utilizadas como referentes para clasificar a las personas con las que se interactúa; categorías analizadas que abrieron las puertas al abordaje de las relaciones sociales en la médula del Perú urbano, es decir, en Lima.

Finalmente parece más acertado hablar de discriminación gradual y multirreferente frente a la discriminación absoluta y monorreferente, como estilos interactivos de la exclusión social que se practica entre los grupos humanos que componen la sociedad peruana. El pretendido racismo con que se quiere simplificar lo complejo de la discriminación como manifestación de la exclusión social, se reduce a la valoración de la estética occidental que exalta especialmente a lo “blanco”, como a cualquier tipo no “blanco” pero acorde con los cánones de belleza occidentales.

Para el análisis de este último aspecto cabe tener en cuenta dos consideraciones que se desprenden de los testimonios recogidos. La primera es el peso de la apariencia física para los dos grupos pertenecientes a segmentos extremos de la sociedad, en cuanto a su percepción de las posibilidades de movilidad social ascendente. Mientras más alto es el nivel al que pretende ingresar una persona no blanca, mayor será la consideración de su apariencia física, por encima de su capacidad económica, su

instrucción y su comportamiento. Esto determina, en el peor de los casos, que dicha persona se inserte aun sin ser aceptada en el grupo de élite. La aceptación total será gradual, siempre y cuando la apariencia física se oriente gradualmente hacia el polo estético de lo blanco occidental.

Los colores culturales tienden a ordenarse por las letras: de la A a la D se pasa de lo claro a lo oscuro; y los colores físicos también, aunque de manera mucho más relativa, flexible y compleja. Basta que unos padres oscuros físicos y culturales, prosperen en los negocios, ganen prestigio en su provincia y barrio, que sus hijos sean aprovechados estudiantes en buenos colegios y mejores universidades, que sus padres se muden a un barrio A, para que esos hijos sean socialmente blancos y pertenezcan a los A. (Ortiz 1998: 37)

Si bien la primera generación logrará insertarse, corresponderá a la segunda y a la tercera lograr la aceptación, sobre la base de las posibilidades de lo estético. Aunque con ello no necesariamente se quiera decir que privilegiemos este elemento, pues nuestro esquema es mucho más complejo cuando se traslada a una realidad caracterizada por el mestizaje racial y cultural; y cuando entre los polos referidos existe la asimilación, desde ambos extremos, para quienes transitan los pasajes que conectan a ambos segmentos, aparentemente distantes e incommunicados.

Tanto en el discurso como en los hechos, nuestra forma de discriminar se aleja mucho del estilo anglosajón, como el de Sudáfrica o el estadounidense, porque nuestra sociedad ha sido configurada sobre la base de experiencias de interacción históricamente diferentes a las de las realidades aludidas. Por eso resulta inadecuado recurrir a ellas para comprender nuestra sociedad, como si ésta compartiera circunstancias históricas y de relación análogas.

La segunda consideración está relacionada a cómo los reportajes periodísticos han dejado instalado el término racismo entre las personas entrevistadas. Al parecer, el discurso manejado en los reportajes de la televisión subrayaba la idea de una discriminación hacia los "no blancos", al mostrar espacios discriminadores que solo aceptaban a personas de apariencia blanca. Evidentemente, se trata de un tratamiento simplista y dualista del complejo problema de la discriminación social, que en todo caso no ha hecho más que transferir dicha simplicidad a la apreciación de los grupos abordados acerca de sus propias relaciones sociales, que ya se expresaba, con la complejidad descrita, en los términos pituco y pacharaco.

"[...] entre lo que se dice y se actúa puede haber un vínculo, pero suele ser tan complejo, que para rastrearlo, se necesite la observación del científico social" (*ibídem*: 39). Es esta observación la que hemos pretendido hacer, a fin de tipificar y comprender correctamente el fenómeno social analizado.

Finalmente, la ausencia de un referente sociocultural cohesionador contundente da carta abierta a que la falta de respeto a los Otros socioculturales, ahonde ese sentimiento de sentir como extraño al diferente con el que se forma parte de un mismo país. El peso de las contradicciones socioeconómicas agudizadas por la crisis actual parece pesar en las representaciones que se manejan desde una sociedad que se polariza, lo que impide la integración nacional, además de hacer problemática la vigencia de una sociedad democrática, pues el ejercicio de la ciudadanía para todos los peruanos está limitado solo hacia quienes tienen el poder suficiente para ejercerla efectivamente.

Desde la óptica de los pitucos y los pacharacos de la ciudad, la integración social está lejos de alcanzarse solo por la vía de la integración económica; podría darse esta, pero solo se trataría de un intercambio entre vecinos extraños, incapaces de reconocerse como ciudadanos peruanos, posiblemente extraños antagónicos e incompatibles.

Bibliografía

- | | |
|--|---|
| <p>CALLIRGOS, Juan Carlos
1993 <i>El racismo. La cuestión del otro (y de uno)</i>, Lima, Desco.</p> <p>CHOROVER, Stephan
1985 <i>Del Génesis al genocidio. La sociobiología en cuestión</i>, Buenos Aires, Hyspamérica.</p> <p>DOISE, Willen
1982 <i>Psicología social y relaciones entre grupos</i>, México, Fondo Educativo Intramericano.</p> <p>FIGUEROA, Adolfo; Teófilo ALTAMIRANO y Denis SULMONT
1996 <i>Exclusión social y desigualdad en el Perú</i>, Lima, OIT.</p> | <p>ORTIZ RESCANIERE, Alejandro
1998 <i>El individuo andino contemporáneo. Sobre el andino, los prejuicios y el racismo</i>.</p> <p>PORTOCARRERO, Gonzalo
1993 <i>Racismo y mestizaje</i>, Lima, SUR.</p> <p>REAL ACADEMIA ESPAÑOLA
1989 <i>Diccionario manual e ilustrado de la lengua española</i>, Madrid, Espasa Calpe S.A.</p> <p>RODRÍGUEZ RABANAL, César
1989 <i>Cicatrices de la pobreza</i>, Caracas, Nueva Sociedad.</p> |
|--|---|

UGARTE CH., Miguel Ángel
1997 *Vocabulario de peruanismos*, Lima,
Universidad Nacional Mayor de San
Marcos.

Artículos periodísticos

DIARIO EL COMERCIO

- 20/03/99 "¿Pituco yo?", suplemento *Somos*, N° 642, pp. 50-52.
23/01/99 "Extraño, muy extraño", suplemento *Somos*, N° 633, pp. 18-21.
19/12/98 "Planeta Comas", suplemento *Somos*, N° 628, pp. 18-20.
12/12/98 "El fenómeno kitsch", suplemento *Somos*, N° 627, pp. 26-27.
21/11/98 "¿Huachafos o provincianos?", suplemento *Somos*, N° 624, pp. 30-31.
20/10/98 "Indecopi lamenta el fallo judicial sobre las discotecas".
3/10/98 "Chicha norteña", suplemento *Somos*, N° 617, pp.16-17.
11/7/98 "Discoteca 'The Edge' presentó recurso contra Indecopi".
25/04/98 "Chosica en shock", suplemento *Somos*, N° 594, pp. 36-38.
13/12/97 "El último escándalo de Jaime Bayly: *La noche es virgen*", suplemento *Somos*, N° 575, pp. 18-20.

DIARIO EL SOL

- 5/5/98 "Denuncian a 4 discotecas por racismo".
24/4/98 "Indecopi inicia campaña contra la discriminación".

DIARIO EXPRESO

- 2/5/98 "Racismo en el mercado".
21/4/98 "Multa o cierre de local por discriminación".

DIARIO OJO

- 9/7/98 "Juez dirá si discoteca cierra puerta a cholos".
12/5/98 "Discotecas racistas".

DIARIO LA REPÚBLICA

- 1/11/98 "¿El racismo en el Perú está creciendo?"
12/7/98 "Libre mercado no significa discriminación".
9/7/98 "Juez admite amparo de discoteca *racista*".
26/4/98 "El baile de los que sobran".
23/4/98 "Restricciones para ingreso a clubes deben exhibirse con claridad".
21/4/98 "Cerrarán comercios que practiquen discriminación".

REVISTA DEBATE

- Dic. 98-Ene. 99 "¿Qué es huachafo?",
vol. XX, N° 104, pp. 48-51.

Otras fuentes

INDECOPI

Ayuda-memoria de la presentación del Indecopi en el Congreso de la República, 23 de octubre de 1998, sobre "Discriminación en el consumo".

NOTI SISTEM

Reportajes periodísticos televisados sobre el tema de las discotecas, desde el 1 de enero de 1998 hasta el 31 de diciembre de 1998, en edición compilada (video).

