

Explorations | Exploraciones

Cholos, incas y fusionistas: El nuevo Perú y la globalización de lo andino

Annelou Ypeij

Centre for Latin American Research and Documentation, Amsterdam

Abstract: Cholos, incas and fusionistas: The New Peru and the Globalization of ‘Lo Andino’

This Exploration deals with the cultural changes in Peru from the year 2000. Peru has become a society with more economic, political, social and global opportunities. Within this context, significant cultural changes can be noted. This essay explores cultural expressions such as the weaving associations of the women of Chinchero, the Peruvian cuisine and the rock band Uchpa. All have in common that they reinterpret ‘lo andino’, or what it is to be Andean, and that they integrate globalized elements. Based on this, a new identity becomes apparent which surpasses the known categories of ethnicity and class. *Keywords:* Cultural change, lo andino, ethnicity, tourism, Peruvian cuisine.

Resumen:

Esta exploración trata sobre los cambios culturales en Perú a partir del año 2000. Perú se ha convertido en una sociedad con más oportunidades económicas, políticas, sociales y globales. En este contexto se pueden notar cambios culturales significantes. El ensayo explora expresiones culturales como las asociaciones de tejidos de las mujeres de Chinchero, la gastronomía peruana y la banda de rock Uchpa. Todas tienen en común que reinterpretan lo andino y que integran elementos globalizados. Basándose en ello, surge una nueva identidad que sobrepasa las conocidas categorías de etnicidad y de clase. *Palabras clave:* cambios culturales, lo andino, etnicidad, turismo, gastronomía peruana.

El nuevo milenio ha supuesto un nuevo despegue para Perú. En noviembre de 2000 Alberto Fujimori renunció como presidente. La caída de su gobierno autoritario y corrupto no sólo implicó el retorno a la democracia y el Estado de derecho, sino también el fin de dos décadas de violencia política. A partir de 1980, Sendero Luminoso sumergió el país en una violencia sin precedentes. La respuesta del Estado fue una drástica militarización del país, añadiendo aún más violaciones de los derechos humanos a los actos terroristas. Como se puede leer en el informe final de la Comisión de la Verdad y Reconciliación (CVR),¹ la población rural quechua-hablante estaba aplastada entre estas dos fuerzas. La CVR se pronunció sobre este período triste con palabras duras. Lo calificó como ‘un doble escándalo: el del asesinato, la desaparición y la tortura masivos, y el de la indolencia, la ineptitud y la indiferencia de quienes pudieron impedir esta catástrofe humana y no lo hicieron’ (CVR 2004, 29-30). Su estimación de víctimas llega a 69.280. Casi el 29 por ciento de ellas son personas desaparecidas o asesinadas por parte de las fuerzas armadas y la policía (ibíd., 87, 90). El 75 por ciento de las víctimas eran campesinos quechua-hablantes (ibíd., 30); en el departamento de Ayacucho el número de víctimas era el 38 por ciento del total; lo cual indica que ‘las desigualdades de índole étnico-cultural ... aún prevalecen en el país’ (ibíd., 88).

En este momento, la economía está floreciendo con un crecimiento anual de más del 6 por ciento desde 2002. La pobreza limeña ha bajado espectacularmente del 32 al 14 por ciento entre 2004 y 2010.² Eso no quiere decir que ya no haya pobreza en Lima. Al contrario, en los pueblos jóvenes nuevos la vida diaria sigue siendo muy dura con muy pocos recursos económicos. Sin embargo, el contexto urbano ha cambiado mucho. Lima rebosa de energía, de actividades e inversiones. Los hipermercados Vega y Metro se encuentran en toda la ciudad. El tren eléctrico y los autobuses del Metropolitano conectan el cono norte con el centro y el cono sur. Edificios con departamentos modernos surgen por todos lados. Se han abierto grandes centros comerciales como Larco Mar (en Miraflores), Mega Plaza y Plaza Norte. Estos dos últimos se ubican en Independencia en el cono norte, en un distrito urbanizado por la población migrante desde los años sesenta del siglo pasado (Matos Mar 2004, 133). Esta población originaria de los Andes huyó de las condiciones rurales de extrema pobreza, y en los años ochenta de la violencia política, para crear una nueva vida en Lima. Parte de esta población, que ya es la segunda y tercera generación, ha tenido éxito y forma parte de una clase media emergente.

También en las áreas rurales se pueden notar grandes cambios, por ejemplo provocados por el turismo. Después de la reducción de la violencia

terrorista, que alcanzó su cúspide con la captura del líder de Sendero, Abimael Guzmán, en septiembre de 1992, Perú volvió a ser atractivo para viajeros y turistas extranjeros. En 1992, el país recibió 217.000 turistas internacionales (Webb y Fernández Baca 2002, tabla 29.1); en 2011, este cifra era de casi 2.6 millones (MINCETUR 2012). El turismo internacional es un importante indicador del proceso de globalización que Perú está viviendo. Los programas de desarrollo turístico del Estado se caracterizan por políticas económicas neoliberales y la atracción de inversiones extranjeras (Desforges 2000). Por ejemplo, el transporte turístico en tren a Machu Picchu, el *súmmum* turístico peruano, está manejado por la compañía Perurail, propiedad parcial de Orient Express que cotiza en la bolsa de Nueva York (Maxwell y Ypeij 2009, 180). Sólo los últimos años Perurail ha perdido su monopolio sobre el transporte a Machu Picchu y hay otras compañías ferroviarias. Aunque la industria del turismo hasta ahora está dominada por las élites políticas y económicas y el capital extranjero, ha creado oportunidades económicas en ciudades como Cuzco y - a pequeña escala - en algunas áreas rurales. La población local está inventando maneras para atraer a turistas y así ganar un poco de dinero. En el Valle Sagrado, en el área Cuzco-Machu Picchu, la población quechua-hablante sabe aprovechar el turismo, mayormente en una forma modesta, pero hay ejemplos también de éxito económico y movilidad social.

Después de dos décadas de violencia y desigualdades étnicas, estas aberturas sociales, políticas y económicas ofrecen nuevas oportunidades y provocan transformaciones culturales y sociales. En este ensayo quiero enfocarme en dos ejemplos de dichos cambios. El primero es la redefinición de lo andino en el contexto del turismo. Me enfoco en el pueblo de Chinchero, situado en el área Cuzco-Machu Picchu, donde mujeres tejedoras se han organizado en asociaciones con fines comerciales y culturales. El segundo caso se trata de Lima donde lo andino está cada vez más presente, hasta en los escenarios centrales de la ciudad. Lo andino forma la inspiración para una amplia gama de expresiones culturales y comerciales, tan diversas como la gastronomía, un anuncio comercial y la música. El hecho de que jóvenes, hijos de migrantes que nacieron en Lima y forman parte de la clase emergente, se auto-identifiquen parcialmente como cholos y andinos indica la profundidad de los cambios que está viviendo Perú. Antes de seguir con los casos empíricos prestaré brevemente atención a la construcción de la etnicidad peruana.

La identidad étnica en Perú

En el debate académico sobre la sociedad peruana se presenta frecuentemente una dicotomía entre lo criollo y lo andino que tiene sus raíces en la historia de la conquista. Matos Mar habla sobre la gran grieta entre Lima en la costa y los Andes. Lima era la ciudad de los conquistadores, la ciudad hispana y criolla opuesta a lo indio, lo andino y lo rural. Se gestó una persistente discriminación basada en la diferencia entre lo criollo y lo indio, lo urbano y lo rural. La lucha por la independencia y la estabilización de la República fueron conducidas por los criollos y ellos mantuvieron su posición de dominio (Matos Mar 2004, 24-25). Estudios como los de Golte y Adams (1990) y Degregori et al. (1986) toman esta brecha entre lo criollo/lo urbano y lo andino/lo rural como punto de partida para sus análisis de la migración rural-urbana y de la vida diaria de los migrantes en la ciudad. Llaman a los nuevos migrantes ‘conquistadores’ e ‘invasores’ de Lima. Indican así que las estructuras de poder-sumisión entre lo criollo urbano y lo andino rural paulatinamente se están sacudiendo por la migración (Matos Mar 2004).

Los migrantes llegaban de los Andes a Lima en números cada vez más elevados a partir de los años cuarenta del siglo pasado. Necesariamente los migrantes se adaptaban a lo urbano, hablando español, usando ropa más urbana y haciendo actividades económicas urbanas mayormente en el sector informal. Así la migración y el progreso social fueron acompañados de un cambio del estilo de vida y de identidad. En Perú, existía un complejo enlace entre las actividades económicas y las categorías étnicas, que históricamente tiene sus raíces en el sistema tributario colonial en el que los pueblos de indios eran la unidad para la recaudación de impuestos. El Gobierno militar del general Velasco (que empezó en 1969) eliminó la palabra indio de los documentos oficiales y lo reemplazó por campesino (Yépez del Castillo 2003, 44). Hoy en día la palabra indio tiene una significación desdenosa y no se usa en el lenguaje diario. No obstante, las categorías étnicas siguen siendo indicadores de clase, tanto práctica como simbólicamente. Lo rural y lo indio están relacionados y asociados con los campesinos quechua-hablantes, el analfabetismo y la pobreza (Harris 1995, 364-377; Pape 2009, 103-104). Para la población rural, su aspiración de seguir adelante y de movilidad social frecuentemente exige la migración (temporal o permanente) a la ciudad y la transformación de su identidad étnica a una más urbana como cholo o mestizo.

Basándose en las categorías indio y mestizo, Marisol de la Cadena hizo un análisis de género en la comunidad campesina de Chitapampa (cerca de Cuzco) en los años noventa del siglo pasado. Presenta las categorías indio y

mestizo como los polos de un continuum. Concluye que las mujeres y hombres pueden tener diferentes posiciones étnicas. Como consecuencia de la división sexual del trabajo, los hombres, más que las mujeres, salen de la comunidad temporalmente para buscar trabajo remunerado. Además tienen que cumplir con el servicio militar. A consecuencia de ello, los hombres se involucran menos en la agricultura, mejoran su español y se adaptan a un estilo más urbano (De la Cadena 1995). Mientras que los hombres se hacen más mestizos, durante las ausencias de sus esposos las mujeres necesariamente están más confinadas a la comunidad haciendo todo el trabajo de agricultura. En comparación con sus maridos, las mujeres se vuelven más indias. Canessa (2005) llega a conclusiones similares para Bolivia. Esta relación étnica divergente se traduce en una relación de dominio y subordinación entre los cónyuges y en un mejor acceso masculino a los recursos económicos.

Las mujeres incas de Chinchero

Chinchero es un pueblo turístico localizado en el Valle Sagrado cerca de Cuzco. En el centro turístico del pueblo y en el mercado de artesanía, los turistas encuentran a mujeres vestidas con polleras y mantas típicas hechas a mano en colores vivos. Sus asociaciones las obligan a vestirse así. Las mujeres – que vienen en su mayoría de familias campesinas de semi-subsistencia y quechua-hablantes – son tejedoras que ganan dinero con la venta de sus tejidos. Las mujeres invitan a los turistas a sus talleres donde les ofrecen un asiento y una taza de té de coca. Los talleres tienen el ambiente y la intimidad de la casa andina: paredes de adobe, banquitos bajos decorados con pieles de llama, una caja con cuyes, ollas de cerámica en la estufa de adobe, etc. Varias mujeres están sentadas en el piso tejiendo en un telar colocado en su espalda; otras dan una demostración de su arte de teñir e hilar y explican el significado de los diseños de los tejidos y el uso de colorantes naturales. Mientras la venta de los tejidos es el último objetivo, las mujeres crean una experiencia turística de la vida andina (Ypeij 2012).

Estas mujeres siguen el ejemplo de Nilda Callañaupa que ya en la década de los noventa estableció el Centro de Textiles Tradicionales del Cusco (CTTC). Este centro promueve el tejer como fuente de ingresos para las mujeres campesinas. Callañaupa nació en Chinchero. Su juventud fue la típica de una niña andina de una familia campesina. Fue la primera mujer de su comunidad en obtener un grado universitario, en turismo. Después estudió la historia de los tejidos en Berkeley (EEUU). Su talento como tejedora le ha aportado reconocimiento internacional e invitaciones para dar clases en los EEUU y Europa (Callañaupa Alvarez 2007, 14-17; Davis 2007).

Hoy en día el CTTC agrupa alrededor de 670 mujeres que viven en comunidades campesinas en el Valle Sagrado (entrevista del 10 de octubre de 2010). Sus tejidos se venden en una tienda/museo en Cuzco y en Chinchero.

Inspiradas por el creciente turismo y el éxito del CTTC, hoy en día muchas mujeres se han organizado en talleres de tejer. Nuevas asociaciones se han creado y asociaciones de venta ya existentes han trasladado parte de su venta ambulatoria a talleres turísticos. Estimo que ahora hay una docena de estos talleres que agrupan alrededor de 300 familias.³ Los hombres de estas familias a veces están involucrados en el trabajo entre bastidores de la asociación, pero muy rara vez se ve a un hombre vestido típicamente con poncho y chullo. Son las mujeres que representan la identidad étnica de Chinchero.

El contexto internacional es importante para entender bien este movimiento de mujeres tejedoras. El CTTC funciona como una ONG internacional con lazos con los EEUU.⁴ Publica un boletín en inglés, participa en ferias internacionales y recibe voluntarios extranjeros. Su página web en inglés se llama 'Descendants of the Incas' (Descendientes de los Incas).⁵ Nilda Callañaupa no es la única tejedora con experiencia en el extranjero. Marlene Callañaupa (no es familia) de la asociación Awana Wasi Tocapu ha viajado a los EEUU en varias ocasiones para dar clases de tejer o una charla en una conferencia. Con el crecimiento del turismo este contexto internacional se fortalece.



Una mujer joven de la Asociación Virgen de las Nieves, Chinchero, 2010, cortesía de la autora.

Según la página web del CTTC, los objetivos del centro son: ‘Rescatar, difundir y fomentar los tejidos tradicionales proporcionando asistencia a las comunidades de tejedores’.⁶ Como Nilda Callañaupa me explicó: ‘Nosotros hemos perdido mucho de nuestra cultura. Nuestras costumbres, nuestras tradiciones, nuestros tejidos, nuestras artes han sido muy desvalorados’ (entrevista del 10 de octubre de 2010). Este discurso de pérdida y desvaloración cultural es seguido por las demás asociaciones. Marlene Callañaupa de la asociación Awana Wasi Tocapu:

Como presidenta de la organización trato de seguir preservando todo lo que es de nuestros antepasados, nuestra cultura, además de fomentar y difundir. (...) Para que no se pierda y seguir pasándola de generación a generación. Porque por ejemplo nuestros tejidos, antiguamente los abuelos sólo los usaban para ponérselos, sin valorarlos. En cambio los turistas vienen y los compran, algunos coleccionistas los ponen en museos grandes y valoran más nuestro trabajo (entrevista del 9 de octubre de 2010).

En esta cita resulta interesante su observación del valor que los turistas y coleccionistas dan a los tejidos. La importancia del turismo internacional no sólo es que da ingresos y que algunas mujeres – especialmente las mujeres líderes - han obtenido un notable éxito económico, sino que además aprecian lo andino y a la gente quechua-hablante. Esta apreciación por parte de los turistas y el contexto internacional en general aumentan la autoestima de las mujeres tejedoras, quienes revaloran y reinventan su identidad étnica. A Marlene Callañaupa ser descendiente de los incas la llena de orgullo. Se siente conectada con los incas y su cosmología. Es un orgullo ser quechua-hablante y sus hijos tienen nombres en quechua moderno como Cori Anka (águila de oro), Wayra (viento) y Amaru (serpiente). Ella combina el ser inca con elementos globalizados como el uso de los medios de comunicación modernos, los contactos internacionales y los viajes al extranjero.

El turismo internacional apoya, de esta manera, un proceso de transformación de lo que significa ser mujer campesina y andina. Sin embargo, ser más india no es una desventaja como el estudio de De la Cadena indica (1995). Al contrario, las identidades étnicas de las mujeres son un recurso cultural que se refuerza por el turismo (*cf.* Henrici 2002; Babb 2012). Mientras que antes eran mayormente los hombres los que ganaban ingresos, ahora las mujeres obtienen ingresos también. Algunas mujeres líderes tienen un éxito económico notable y ganan lo suficiente como para vivir un proceso de movilidad social: viajan, estudian y están conectadas a internet al mismo tiempo que refuerzan sus identidades como andinas y quechua-hablantes. Estas mujeres confirman una tendencia en la que lo andino se

despoja de la etiqueta de pobreza, analfabetismo y atraso (*cf.* De la Cadena 2000, 317).

Los cholos y fusionistas de Lima

Como ya he señalado, en la segunda parte del siglo pasado, los migrantes llegaron de los Andes a Lima en números elevados. Sus invasiones y la construcción de asentamientos humanos provocaron la expansión de Lima hasta convertirse en la mega-ciudad de 9,3 millones de habitantes que es hoy en día (Webb y Fernández Baca 2011, tabla 3.4). Se adaptaron al estilo de vida urbano mientras que al mismo tiempo lo andino seguía siendo importante para ellos. El quechua, la música, las danzas, los vestidos, las fiestas, el pueblo de origen, todos ello se vive y recuerda en asociaciones provinciales que se han convertido en un importante eje de la identidad andina en el contexto urbano (Golte y Adams 1990, 68-73; Matos Mar 2004, 81; Paerregaard 2003). Al principio estas expresiones culturales andinas se encontraban especialmente en los conos de Lima donde vivían los migrantes. Hoy en día la cultura andina se puede encontrar en toda la ciudad.

En su estudio sobre el modo de vida de los estudiantes de la clase media emergente, Alice Ferguson muestra dos tendencias importantes (2011).⁷ La primera es que estos jóvenes forman parte del mundo globalizado por su uso intenso de internet, especialmente en los medios sociales como Facebook. Tienen una preferencia por marcas y productos internacionales que se miran y compran en los nuevos centros comerciales. Su gusto musical representa una variedad de estilos, artistas y bandas nacionales e internacionales, por ejemplo de Asia. En la televisión miran telenovelas producidas localmente con el mismo gusto que producciones de los EEUU y Asia. La segunda tendencia que comprueba Ferguson es que muchos jóvenes vienen de familias mixtas, en otras palabras sus padres y abuelos son originarios de diferentes partes de Perú y de los Andes. Por eso, estos jóvenes no se identifican con un departamento, provincia o región andina en especial, como la primera generación de migrantes, sino con los Andes en general. Llamarse cholo o andino expresa esto. La misma persona puede decir que es criolla y chola o andina y mestiza, y así unir diferentes identificaciones que en general se usan para excluir la una a la otra (Ferguson 2011, 89).

La palabra cholo tiene muchas significaciones. Cholear es humillar al otro adoptando una actitud de superioridad y desdén. Sin embargo, cholo está surgiendo como categoría de auto-identificación. Hoy en día la palabra cholo también se usa como un nombre de batalla. (Ferguson 2011; Paredes 2007).⁸ Los jóvenes juntan la pluralidad cultural peruana en sus identidades personales. Son la personificación de la cholificación de Lima que hoy día es

más que nada la fusión cultural entre lo urbano, lo andino y lo globalizado.⁹

Fusión parece ser la nueva palabra mágica para indicar las transformaciones culturales que está viviendo Lima. Inca Kola, la marca de una de las gaseosas más populares en Perú, lanzó en octubre de 2012 anuncios comerciales bajo el título Fusionista. La voz dice: ‘Fusionar y mezclar cosas diferentes creando la nueva. En Perú somos tan creativos que fusionamos todo’. La idea tras la campaña es enfocarse en la creatividad de los peruanos que, según el director de la agencia de publicidad McCann, Nicolás Romanó, que hizo la campaña, mezclan ‘...lo moderno con lo antiguo, lo de la costa con lo de la sierra...’ (periódico peruano *El Comercio*, 2012).¹⁰ En los spots se muestra música, zapatos (zapachicha), el moto taxi y una pintura ‘estilo chicha’, que es otra palabra que indica la mezcla entre lo urbano, lo moderno y lo andino, y que se está usando sobre todo para música y pintura (Van Schie 2010).

McCann toma la palabra fusión de la cocina peruana que actualmente es conocida como la gastronomía peruana. Ya desde la conquista, la fusión o mezcla ha sido el rasgo de la cocina peruana, integrando en la dieta local ingredientes españoles y, a partir del siglo XIX, asiáticos. Hoy en día la fusión tiene influencias de muchas partes de Europa y de Asia mientras que el enfoque local y regional es fuerte. Está convirtiéndose en un tema de orgullo nacional. El creciente interés por la cocina peruana empezó con los esfuerzos del chef Gastón Acurio y su esposa alemana Astrid Gutsche. Acurio es hijo de un ex-ministro (Matta 2011). Estudió cocina en España y Francia donde encontró a su esposa. Abrieron su primer restaurante en Miraflores en 1994. En la primera década del nuevo milenio construyeron un imperio internacional con cadenas de restaurantes en América Latina, Europa y los Estados Unidos.¹¹ Su misión es usar los ingredientes peruanos, interpretar las tradiciones locales y así crear algo nuevo, por ejemplo en la llamada cocina novoandina. Muchos jefes cocineros están siguiendo el ejemplo de Acurio, usando ingredientes regionales y recreando platos típicos peruanos. Mientras tanto el Gobierno peruano declaró la gastronomía peruana como Patrimonio Nacional en 2007. En marzo de 2011 se presentó un dossier a la UNESCO con el fin de obtener reconocimiento para la cocina peruana como Patrimonio Cultural Inmaterial de La Humanidad (Matta 2011).

Se ensalza la cocina peruana en Lima con los festivales anuales de Mistura. El primer festival, que se celebró en 2008, atrajo a 30.000 visitantes. En 2012 asistieron medio millón de personas. El festival de 2012 duró diez días y estaba localizado en el centro de Lima.¹² En el programa se dice ‘Mistura es la feria gastronómica de todas las sangres y todos los sabores’.¹³



La banda Uchpa, que fusiona el rock con lo andino, presentando a un danzante de tijeras y a dos músicos con waqrapukus (instrumento andino de viento hecho de cachos de toro), Lima, 2012. Cortesía de Uchpa.

El año 2013 se declaró el Año Internacional de la Quinua. Así tratan de reconocer a los pueblos andinos y a los pequeños productores que han preservado la quinua como producto agrícola.¹⁴

El público de Mistura no sólo puede probar platos e ingredientes, sino también asistir a charlas y conciertos de música. La programación de la música en Mistura expresa la diversidad cultural peruana. Grupos y artistas representantes de la música peruana de salsa, cumbia y huaynos están programados junto a músicos que buscan la fusión entre la música peruana y estilos más globalizados. Un ejemplo es el grupo Uchpa, que ahora tiene su sede en Lima. Es un grupo de rock y blues formado en 1993 en Ayacucho por el cantante Fredy Ortiz. Nació en el pueblo rural de Ocobamba (departamento Apurímac) en el seno de una familia de quechua-hablantes. Ortiz

se auto-identifica como chanka (un pueblo de quechua-hablantes de Ocobamba y sus alrededores que afrontaban a los incas) y con – como él mismo dice – el Perú profundo y rural. Su vida personal y su arte musical están fuertemente interrelacionados. Su padre era pastor evangélico y el góspel era uno de los estilos musicales internacionales de su juventud. Para ir a la secundaria cambió Ocobamba por la ciudad de Andahuaylas donde su tío lo introdujo en la música de rock internacional. A los 18 años empezó a trabajar como policía y vivió la violencia política en una manera personal y traumatizante.

El grupo siempre canta en quechua. Su música está basada en la fusión entre la música globalizada y la música andina (Zevallos Aguilar 2011). En igual manera el grupo combina guitarras eléctricas con instrumentos andinos como el waqrapukus (instrumento de viento hecho de cachos de toro). Los músicos son típicos rockeros con cabello largo, tatuajes y jeans rasgados. En sus actuaciones muestran trajes típicos andinos como los ponchos y chullos, danzas de tijeras, y rituales andinos. Su presentación en Mistura 2012 empezó con el agitar de la bandera peruana y la andina, un pago a la pachamama y un grupo de danza folclórica.¹⁵ Aunque Uchpa cubre sólo un pequeño nicho en la amplia oferta de la música peruana, es lo suficiente conocido como para que Inca Kola le preste algunos segundos en el anuncio comercial *Fusionista*.

Reflexiones

Los ejemplos de arriba muestran que en el nuevo Perú no sólo surgen nuevas interpretaciones de lo andino, sino que además éstas se pueden encontrar en sitios tan diversos como es el escenario central de Lima en el caso de Mistura y en las áreas rurales turísticas en el caso de Chinchero. Lo andino de hoy en día es híbrido e integra elementos globalizados: las mujeres de Chinchero refuerzan sus identidades como quechua-hablantes e incas en el contexto del turismo internacional, los jóvenes de Lima son activos con los medios sociales de comunicación, mientras se identifican como cholos y mestizos. La gastronomía peruana se basa en ingredientes y platos locales, y busca reconocimiento internacional. Uchpa entabla un diálogo entre el rock globalizado, el quechua y los ritmos andinos. Estos ejemplos dejan claro que lo global refuerza lo andino en diferentes maneras, indicando que en el nuevo Perú lo andino está muy abierto a redefiniciones, reinterpretaciones y creatividad cultural.

Aunque estos ejemplos de cambios culturales tienen en común el contexto de la globalización, diferencias notables surgen a la superficie. La posición subjetiva de las mujeres de Chinchero es de quechua-hablantes.

Sus auto-definiciones se basan en su agencia, en otras palabras forman sus identidades activamente y conscientemente. Como actores y miembros de sus comunidades se sienten orgullosos de su cultura, vestidos, arte de tejer e idioma, y reinterpretan al mismo tiempo lo que significa ser andino. La asociación de lo andino con la pobreza y el analfabetismo está desapareciendo. Las mujeres refuerzan sus identidades étnicas mientras – especialmente en el caso de sus líderes – adoptan un estilo de vida y un nivel económico de una clase media emergente. En el contexto del turismo internacional han logrado convertir sus identidades étnicas en un capital cultural y económico.¹⁶

Los promotores de la gastronomía peruana tienen otra posición subjetiva. Frecuentemente forman parte de las élites intelectuales y políticas. *Mistura* es un proyecto que promueve el multiculturalismo como parte de la agenda neoliberal. En la promoción de la gastronomía de Perú se trata de abrir mercados internacionales, promover la marca Perú, aumentar el turismo y la exportación. Para lograr esto, se conserva lo andino como algo esencialmente tradicional, autóctono y como una expresión de la diversidad cultural (Matta 2011). La pregunta es cómo están involucrados los migrantes de Lima y los andinos quechua-hablantes en este proyecto. ¿Es un proyecto lejos de sus experiencias diarias, sólo enfocado en la comercialización y la exportación de la marca Perú? ¿O tiene potencial para contribuir a la auto-estima andina? Estas preguntas merecen más investigación pero es cierto que *Mistura* obtiene mucha atención de la prensa y el público limeño lo visita anualmente en números cada vez más elevados. Así el proyecto gastronómico genera atención hacia los pequeños agricultores andinos y sus maneras de cultivar y preservar los productos agrícolas.

Ortiz de Uchpa es un ejemplo importante de cómo lo andino y lo global se juntan en la vida subjetiva. Como él mismo dice, sólo podía manejar el temor y la violencia por la música que le ofreció un escape (conversación personal, septiembre de 2011). Sus canciones en quechua son apreciadas por el excelente uso del idioma (Tucker 2011, 405). Unas se inspiran en la violencia política, otras en la nostalgia andina.¹⁷ Ortiz considera el uso del quechua en su música como una importante manera de que los jóvenes de Lima conozcan sus raíces andinas rurales y de preservar un idioma en peligro de extinguirse.

Los jóvenes limeños se sienten conectados con los Andes y con lo andino por las historias de sus familias migrantes, mientras están buscando y desarrollando identidades más cosmopolitas que se expresan en su uso de internet y su gusto por marcas y productos internacionales. En ellos, el nuevo Perú con las nuevas aperturas y la clase media emergente ha obteni-

do un nuevo potencial cultural y social. Estos jóvenes van a formar parte de la futura élite intelectual. Tomando la cholificación como la fusión cultural entre lo urbano, lo andino y lo globalizado, los jóvenes forman un ejemplo importante de este proceso. Ellos están dando el primer paso para acabar con la desigualdad étnica y la discriminación a micro-nivel de sus autoimágenes, su agencia diaria y sus vidas personales.

En el nuevo Perú surgen nuevas identidades. Lo andino constituye parte de ella en una forma híbrida, creativa y mezclada. Es como un anhelo de un estilo de vida amenazado, mientras que en el nuevo contexto de la globalización y las aberturas sociales, culturales y económicas recibe interpretaciones, imaginaciones y significados renovadores. Esta nueva identidad sobrepasa las categorías étnicas y de clase. En mezclas idiosincrásicas envuelve algo de todo, resultando en algo distinto.

* * *

Annelou Ypeij <J.L.Ypeij@cedla.nl> es antropóloga y trabaja en CEDLA. Realiza investigaciones sobre la vida diaria en el cono norte de Lima y el turismo en el Valle Sagrado de Cuzco.

Agradecimiento: La autora agradece a Arij Ouweneel y a Víctor Vich por sus comentarios en una versión anterior del presente ensayo.

Notas

1. Constituida por el presidente transitorio Paniagua en 2001.
2. La brecha entre lo rural y lo urbano se manifiesta en las estadísticas sobre la pobreza. La pobreza en general bajó del 49 al 31 por ciento entre 2004 y 2010; la pobreza urbana bajó del 37 al 19 y la rural del 70 al 54 por ciento en el mismo periodo. En otras palabras: mientras la pobreza está disminuyendo, en las áreas rurales más de la mitad de los hogares vive en circunstancias de pobreza (Webb y Fernández Baca 2011, tabla 10.2).
3. Visité Chinchero en octubre de 2010 y en agosto de 2012.
4. David y Elizabeth Van Buskirk, y Elizabeth Doerr, todos americanos, son miembros de la junta directiva del CTTC y contribuyen al boletín del CTTC. Wade Davis, etnobotánico, escribió el prefacio del libro de Nilda Callañaupa 'Weaving in the Peruvian Highlands' (2007).
5. <http://www.incas.org/center-for-traditional-textiles-of-cusco>, consultado en marzo de 2013.
6. <http://www.textilescusco.org>, consultado en marzo de 2013.
7. Alice Ferguson era una estudiante de maestría de CEDLA cuando hice esta investigación.
8. 'Choleando. El rascismo en Perú', documental, director Roberto de la Puente, <http://www.youtube.com/watch?v=QLolmYkMVw&feature=youtu.be>, lanzado en febrero de

- 2011, Lima, consultado en marzo de 2013.
9. En 1964 Aníbal Quijano introdujo el término ‘cholíficación’ para indicar el proceso en que la población campesina iba a abandonar elementos de su estilo de vida, adoptando algunos elementos criollos, y ‘van elaborando con ellos un estilo de vida que se diferencia al mismo tiempo de las dos culturas fundamentales ..., sin perder por eso su vinculación original con ellas’ (Quijano 1980, 63; véase también Yépez del Castillo 2003, 45).
 10. Para el anuncio comercial: <http://www.youtube.com/watch?v=oeNfDbHnvNA>, consultado en marzo de 2013.
 11. Sus dos cadenas más importantes son Astrid y Gastón, cuyos restaurantes se encuentran en Lima, Santiago, Bogotá, Caracas, México D.F., Madrid y Buenos Aires (www.astridygaston.com), y la cadena La Mar Cebichería Peruana que tiene restaurantes en Bogotá, Lima, Nueva York, Panamá, San Francisco y São Paulo (www.lamarcebicheria.com), consultado en marzo de 2013.
 12. Demoró del 7 al 16 de septiembre, <http://www.mistura.pe/>, consultado en marzo de 2013.
 13. *Todas las sangres* es el título de la novela de José María Arguedas, publicada en 1964.
 14. <http://elcomercio.pe/gastronomia/1470031/noticia-dieta-andina-que-busca-promocionar-productos-originarios-pais-fue-presentada-hoy-mistura>.
 15. Basado en varias conversaciones, contacto por correo electrónico y la visita al concierto. Véase <http://www.youtube.com/watch?v=6fIAWLzIClk>, consultado en marzo, 2013.
 16. Véase también Babb para mujeres en Huaraz (2012) y Little para mujeres mayas en Guatemala (2004).
 17. ‘Pitay mi kanki’ trata de un niño huérfano perdido <http://www.youtube.com/watch?v=63YJSXGq8Q02>; ‘Mañanachiki Qawasqayk’ trata de un compañero policía fallecido http://www.youtube.com/watch?v=pWjIHlrp_oM, consultados en marzo de 2013. Uchpa, el nombre quechua de su grupo, significa cenizas. Cuando se refiere a la organización terrorista Sendero Luminoso, Fredy Ortiz explica: ‘Tenía dos senderos, el sendero verde (policía) y el sendero rojo (terroristas), en el cual al final de estos enfrentamientos siempre quedaba destrucción y eso significa ceniza. Es lo que queda: uchpa’. Entrevista con Melissa Guerrero, 24 de mayo de 2012, Revista Virtual Atoqsaycuchi, http://www.atoqsaycuchi.com/atoq1/09_uchpa.html, consultado en enero de 2013.

Bibliografía

- Babb, Florence (2012) ‘Theorizing Gender, Race, and Cultural Tourism in Latin America: A View from Peru and Mexico’, *Latin American Perspectives* 39 (6), pp. 36-50.
- Callañaupa Alvarez, Nilda (2007) *Weaving in the Peruvian Highlands. Dreaming Patterns, Weaving Memories*. Cuzco: Centro de Textiles Tradicionales del Cuzco.
- Canessa, Andrew (2005) ‘The Indian within, the Indian without: Citizenship, Race, and Sex in a Bolivian Hamlet’. En: Andrew Canessa (ed.) *Natives Making Nation: Gender, Indigeneity, and the State in the Andes*, Tucson: University of Arizona Press, pp. 130-155.
- Comisión de la Verdad y Reconciliación (CVR) (2004) *Informe final (Perú: 1980-2000) Tomo I. El proceso, los hechos, las víctimas. Exposición General*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marco, Pontificia Universidad Católica Del Perú [2003: www.cvverdad.org.pe].
- Davis, Wade (2007) ‘An Affirmation of Continuity’ (Prefacio). En: Callañaupa Alvarez Nilda, *Weaving in the Peruvian Highlands. Dreaming Patterns, Weaving Memories*. Cuzco: Centro de Textiles Tradicionales del Cuzco.
- De la Cadena, Marisol (1995) ‘“Women are more Indian”. Ethnicity and Gender in a Community near Cuzco’. En: Brooke Larson y Olivia Harris (eds) *Ethnicity, Markets, and*

- Migration in the Andes: At the Crossroads of History and Anthropology*. Durham, NC, y Londres: Duke University, pp. 329-348.
- (2000) *Indigenous Mestizos. The Politics of Race and Culture in Cuzco, Peru 1919-1991*. Durham, NC y Londres: Duke University Press.
- Degregori, Carlos Iván; Cecilia Blondet y Nicolás Lynch (1986) *Conquistadores de un nuevo mundo. De invasores a ciudadanos en San Martín de Porres*. Lima: IEP.
- Desforges, Luke (2000) 'State Tourism Institutions and Neo-Liberal Development: A Case Study of Peru', *Tourism Geographies* 2 (2), pp.: 177-192.
- El Comercio (2012) 'Inca Kola rebautiza a los peruanos como "fusionistas"' por Julio Pérez Luna', *El Comercio*, 25 de octubre.
- Ferguson, Alice (2011) 'Van hanengevechten tot Koreaanse pop. De leefwereld van jongvolwassenen uit de opkomende middenklasse van Lima, Peru', tesis para obtener el grado de maestría, Amsterdam: CEDLA.
- Golte, Jürgen; y Norma Adams (1990) *Los caballos de Troya de los invasores. Estrategias campesinas en la conquista de la Gran Lima*. Lima: IEP [1987].
- Harris, Olivia (1995) 'Ethnic Identity and Market Relations: Indians and Mestizos in the Andes'. En: Brooke Larson y Olivia Harris (eds) *Ethnicity, Markets, and Migration in the Andes: At the Crossroads of History and Anthropology*. Durham, NC, y Londres: Duke University Press, pp. 351-390.
- Henrici, Jane (2002) "'Calling to the Money': Gender and Tourism in Peru". En: Margaret Byrne Swain y Janet Henshall Momsen (eds) *Gender/Tourism/Fun(?)*, Nueva York: Cognizant Communication, pp. 118-133.
- Little, Walter E. (2004) *Mayas in the Marketplace: Tourism, Globalization, and Cultural Identity*. Austin: University of Texas Press.
- Matos Mar, José (2004) *Desborde popular y crisis del Estado. Veinte años después*. Lima: Fondo Editorial del Congreso del Perú [1984].
- Matta, Raúl (2011) 'Posibilidades y límites del desarrollo en el patrimonio inmaterial. El caso de la cocina peruana', *Apuntes* 24 (2), pp. 196-207.
- Maxwell, Keely B.; y Annelou Ypeij (2009) 'Caught between Nature and Culture: Making a Living within the World Heritage Site of Machu Picchu, Peru'. In: Michiel Baud y Annelou Ypeij (eds) *Cultural Tourism in Latin America. The Politics of Space and Imagery*. CEDLA Latin American Studies 96, Leiden: Brill.
- MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo) (2012) 'Perú llegada mensual de turistas internacionales Enero 2002-Septiembre 2012' <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3459> (consultado en Marzo de 2013).
- Paerregaard, Karsten (2003) 'Andean Predicaments: Cultural Reinvention and Identity Creation Among Urban Migrants in Peru'. En: Ton Salman y Annelies Zoomers (eds) *Imaging the Andes. Shifting Margins of a Marginal World*. CEDLA Latin American Series 91, Amsterdam: Aksant, pp: 272-300.
- Pape, I. S. R. (2009) 'Indigenous Movements and the Andean Dynamics of Ethnicity and Class: Organization, Representation, and Political Practice in the Bolivian highlands', *Latin American Perspectives* 36 (4), pp: 101-125.
- Paredes, Maritza (2007) 'Fluid Identities: Exploring Ethnicity in Peru', CRISE Working Paper 40, Oxford: Universidad de Oxford.
- Quijano, Anibal (1980) *Dominación y cultura. Lo cholo y el conflicto cultural en el Perú*. Lima: Mosca Azul Editores.
- Salman, Ton; y Annelies Zoomers (eds) (2003) *Imaging the Andes. Shifting Margins of a Marginal World*. CEDLA Latin American Series 91, Amsterdam: Aksant.
- Tucker, Joshua (2011) 'Permitted Indians and Popular Music in Contemporary Peru. The Poetics and Politics of Indigenous Performativity', *Ethnomusicology* 55 (3), pp. 387-413.
- Van Schie, Madelon (2010) 'Lo chicha in de hedendaagse Peruaanse kunst', tesis para obtener el grado de maestría, Amsterdam: CEDLA.

- Webb, Richard; y Graciela Fernández Baca (2002) *Anuario Estadístico. Perú en números*. Lima: Instituto Cuanto.
- (2011) *Anuario Estadístico. Perú en números*. Lima: Instituto Cuanto.
- Yépez del Castillo, Isabel (2003) 'Debates about *lo andino* in twentieth-century Peru'. En: Ton Salman y Annelies Zoomers (eds) *Imaging the Andes. Shifting Margins of a Marginal World*. CEDLA Latin American Series 91, Amsterdam: Aksant, pp: 40-63.
- Ypeij, Annelou (2012) 'The Intersection of Gender and Ethnic Identities in the Cuzco-Machu Picchu Tourism Industry. *Sácamefotos*, Tour Guides, and Women Weavers', *Latin American Perspectives*, 39 (6), pp. 17-35.
- Zevallos Aguilar, Ulises Juan (2011) 'Los usos de la tradición musical quechua en las canciones de Uchpa', *Crónicas Urbanas*, 15 (16), pp. 63-76.