

Cultura e identidades en la ciudad

Edith Aranda Dioses (*)

RESUMEN

Este artículo trata sobre la dimensión cultural y la construcción de identidades en la ciudad, tomando en cuenta los referentes materiales, simbólicos y comunicacionales que han transformado las formas de socialidad dando lugar a un proceso de fragmentación sociocultural en el escenario urbano.

En este ensayo se trata de reflexionar sobre la ciudad en países como el nuestro, tomando en cuenta las experiencias comunes compartidas en una ciudad como Lima, teniendo como referentes centrales la cultura y la construcción de identidades, que nos permiten dar cuenta de los cambios en los modos de *estar y sentirse juntos*, de la desarticulación de las formas tradicionales de cohesión y de la transformación estructural de las formas de socialidad.

Durante mucho tiempo los sectores populares urbanos, en su mayoría migrantes, han invadido no sólo la periferia sino también el centro de la ciudad otorgándole nuevos significados; inclusive imponiendo la ruptura de patrones de comportamiento urbano, pues su sola presencia implica un desafío radical a las exclusiones y privilegios debido a que se intenta acceder a los bienes que representa la ciudad. Al mismo tiempo ésta se transforma experimentando una masificación estructural y una fragmentación sociocultural.

Superando la perspectiva que conduce de una identidad separada en la dispersión a una identidad integrada en la homogeneización, la reflexión actual propone la des-totalización.

ESCENARIO URBANO Y CULTURA

En las sociedades de América Latina en proceso de globalización, la cultura emerge como el espacio estratégico de las tensiones que recrean el "estar juntos" y también como lugar de hibridación de todas sus manifestaciones: religiosas, étnicas, políticas, sexuales¹, etc. Por consiguiente, desde la diversidad cultural de las historias y los territorios es donde no sólo

¹ Ver GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas*.



FIECS

se resiste sino se negocia e interactúa con la globalización. En este contexto lo que anima hoy a las identidades es inseparable de la *demanda de reconocimiento y de sentido* y ambos están referidos al núcleo mismo de la cultura.

En el campo intelectual, la identidad es un tema de interés reconsiderado, superando la perspectiva que conduce de una identidad separada en la dispersión a una identidad integrada en la homogeneización, la reflexión actual propone la *des-totalización* a fin de abordar la identidad en su aspecto relacional, esto es la cuestión del *Otro* como constitutiva de la identidad². Se asume así la potencialidad de creación social contenida en la dinámica de la diferencia y se hace posible preguntarse por los efectos constituyentes de lo simbólico en el ámbito de lo político. Las identidades colectivas dejan entonces de ser puras expresiones de la cultura o meras estrategias de la política para ser abordadas como "*complejos sistemas de interpelaciones y reconocimientos a través de los cuales los agentes sociales se inscriben, consensual o conflictivamente, en el orden de las formaciones sociales*" (Landi: 1984, 28).

Las contradicciones de la urbanización son evidentes, mientras ella propicia mecanismos de transformación de la vida campesina, nuestras ciudades sufren de una des-urbanización.

Las ciudades latinoamericanas experimentan procesos de urbanización notablemente acelerados y estrechamente ligados con los imaginarios de una modernidad identificada con la fragmentación de los lenguajes de la información. Estas ciudades son

desbordadas por el crecimiento de los flujos informáticos y por los procesos que siguen produciendo el empobrecimiento de los campesinos. Las contradicciones de la urbanización son evidentes, mientras ella propicia mecanismos de transformación de la vida campesina, nuestras ciudades sufren de una *des-urbanización*³ expresada en dos hechos: el primero, que cada vez más gente, al perder sus referentes culturales, insegura y desconfiada usa menos la ciudad, restringe los espacios en que se mueve, los territorios en que se reconoce. Segundo, que ante el desempleo creciente más gente sobrevive *informalmente* en la ciudad, en ciertos casos con base en conocimientos y destrezas que trajo del campo.

Coexisten un precario entorno urbano con una arquitectura de buena calidad estética en las zonas urbanas consolidadas y además el patrimonio del centro histórico, que tiene una parte en buen estado de conservación.

En el caso peruano el proceso de urbanización, antes que a la modernización industrial, política o cultural, aparece ligado a la migración que impulsó a millones de campesinos a abandonar sus tierras e *invadir* las ciudades, dando paso a la reorganización de éstas de modo compulsivo, es decir, sin el tiempo suficiente y el mínimo de planificación requerido. La urbanización trae como resultado la *terciarización* de la economía urbana y con ello la expansión de la informalidad, produciéndose una transformación general de las condiciones de vida y de las costumbres tradicionales.

² Al respecto ver E. Goffman. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, libro en el que trata acerca de las interacciones y la construcción de identidades.

³ Manuel Castells hace referencia a este proceso en su libro *La ciudad y las masas: sociología de los movimientos sociales*.

Es indispensable deslindar con la posibilidad de una mirada de conjunto de la ciudad y con la idea de unidad e identidad perdida, se trata de comprender cómo se constituyen las fracturas que la trizan.

Lo señalado anteriormente nos exige diferenciar la emergencia del *modernismo arquitectónico*⁴ de la modernidad en la vida urbana, diferenciación que manifiesta una lacerante asimetría. En nuestro caso Lima es una ciudad pobre en términos de calidad de vida, en la cual coexisten un precario entorno urbano con una arquitectura de buena calidad estética en las zonas urbanas consolidadas y además el patrimonio del centro histórico, que tiene una parte en buen estado de conservación.

Al respecto es importante considerar los procesos que están transformando la configuración de la ciudad: la acelerada ocupación del espacio que borra sus fronteras con los municipios aledaños, formando *conurbaciones* gigantescas alrededor de la gran ciudad, la diversificación de propuestas de hábitat: condominios multifamiliares

cerrados, enormes edificios de departamentos y calles con rejas para controlar el acceso a las viviendas intentando garantizar la seguridad ciudadana, constituyen microciudades segregadas por la privatización de las calles que les dan acceso. En este escenario se recrean las *formas de sociabilidad*, transformando el sentido del barrio o

Es evidente que los diversos sectores sociales no sienten la ciudad a partir de las mismas referencias materiales y simbólicas.

la función de los espacios públicos, el centro adquiere nuevos significados, lo mismo ocurre con los lugares clave para la memoria ciudadana.

Por un lado la urbanización significa acceso a los servicios (agua potable, energía, salud, educación), descomposición de las relaciones patriarcales y cierta legitimación de las culturas populares; por otro lado significa también desarraigo y crecimiento de la marginación, y la pérdida constante de la memoria urbana.



¿Podemos aún pensar la ciudad como una totalidad, o estamos limitados a percibir sólo fragmentos?

⁴ Acerca de la emergencia del modernismo arquitectónico en el Perú, existen discrepancias entre los historiadores, algunos señalan el período 1890 –1920, otros consideran que los inicios de la arquitectura moderna se producen en la postguerra (1945). Ver los estudios sobre historia de la arquitectura peruana de los arquitectos José García Bryce y José Beingolea.



FIECS

CIUDAD FRAGMENTADA E IDENTIDADES

Como señala García Canclini, la hibridación cultural es la forma de identidad con que se sobrevive en la "ciudad estallada", pues su crecimiento anárquico acrecienta las periferias, dispersando los grupos sociales, aislándolos, dejando casi sin conexiones las diferentes ciudades que conforman la ciudad. En relación con Lima, un estudio de Apoyo señala que la capital estaría formada por seis ciudades: Lima antigua, Lima moderna, Lima norte, Lima sur, Lima este y el Callao⁵. En estas condiciones de vida los medios de comunicación, en especial la televisión, son los encargados de reinsertarnos en la ciudad. A su vez los grupos sociales marcan *su ciudad* y seleccionan sus símbolos de pertenencia, dándose formas inéditas de identidad.

A este nivel cabe preguntarse: ¿podemos aún pensar la ciudad como una totalidad o estamos limitados a percibir sólo fragmentos? Esta situación nos plantea no tanto el problema de pensar integralmente la ciudad sino la posibilidad de percibirla como *cuestión pública* y no como simple agregado de intereses privados. Entonces es indispensable deslindar con la posibilidad de una *mirada de conjunto* de la ciudad y con la idea de unidad e identidad perdida, se trata de comprender cómo se constituyen las fracturas que la trizan.

Es así que daremos cuenta de las renovadas formas de exclusión social, la diversidad de estilos de vivir, de modos de habitar, de formas de aprehender y narrar la ciudad a través de las cuales los ciudadanos experimentan la heterogénea trama sociocultural del espacio urbano. Esta trama cultural desafía nuestras nociones de cultura y de ciudad y los contextos de referencia basados en identidades nítidas fuertemente arraigadas, en la medida que la heterogeneidad simbólica y la carencia de una

visión totalizante de la ciudad se expresa en los cambios que atraviesan los modos de experimentar la pertenencia al territorio y las formas de vivir la identidad. Dichos cambios se hallan fuertemente relacionados a las transformaciones tecnológicas en el campo de la comunicación, al movimiento de desterritorialización e internacionalización de los mundos simbólicos y al desplazamiento de límites entre tradición y modernidad, entre lo local y lo global, entre cultura letrada y cultura audiovisual.

Asistimos, también, a la reducción progresiva de la ciudad que es realmente usada por los ciudadanos. La ciudad vivida y gozada por los ciudadanos se estrecha, pierde sus usos (García Canclini: 1989, 107). A medio hacer como las fachadas que forman la imagen urbana de los barrios de sectores populares, la cultura de la mayoría de sus habitantes mezcla elementos de la cultura rural de origen con las características culturales de los modos de vida plenamente urbanos. El aumento notable de la migración en las últimas décadas y la incapacidad de los gobiernos para enfrentar el deterioro de la calidad de vida de la mayoría, que sufre la escasez de puestos de trabajo, ha hecho posible la emergencia de la "cultura del recurso" que recrea formas de supervivencia rural, insertando en la modernidad urbana estrategias informales para generar ingresos, a través de la autogeneración de puestos de trabajo.

En nuestro caso ¿podemos seguir hablando de Lima como *una* ciudad? Superando la retórica de los políticos y la nostalgia de Chabuca Granda por "la Lima que se fue", ¿qué comparte verdaderamente la gente de las barriadas con los complejos habitacionales de clase media de Lince, Miraflores y Barranco, y los aislados barrios de clase alta, fortificados por sistemas de vigilancia y control? ¿En esta ciudad fragmentada qué imaginarios aglutinan a la gente y en qué se sustentan los diver-

⁵ El mencionado estudio, realizado por la consultora APOYO Opinión y Mercado S.A, en abril del 2004, señala en relación con los «conos» que la zona de mayor potencial para el desarrollo socioeconómico es Lima norte, mientras que Lima sur es la zona más pobre de la ciudad.

En la ciudad se da una pérdida del sentido de pertenencia en la medida que la racionalidad formal y la informalidad tienden a destruir el paisaje, la imagen urbana en que se apoyaba la memoria colectiva, erosionando las identidades.

sos modos de reconocimiento? Es evidente que los diversos sectores sociales no sienten la ciudad a partir de las mismas referencias materiales y simbólicas. Existe una heterogeneidad de referentes vinculados a la identidad no solamente entre las diversas clases sociales sino también en relación con los jóvenes, mujeres y múltiples grupos sociales que usan y recorren la ciudad.

Espacio urbano y comunicaciones

La modernización urbana se identifica cada vez más con el *paradigma de comunicación* desde el que está siendo regulado el caos urbano especialmente en los países desarrollados⁶. Se trata de un paradigma *informacional* centrado en el concepto de *flujo*, entendido como tráfico inintermitido, interconexión y circulación constante de vehículos, personas e informaciones. El verdadero interés de los urbanistas no será, por lo tanto, que la gente se encuentre, se reúna, sino que circule y esté conectada. Por consiguiente no se construyen plazas, sino autopistas, corredores viales y centros comerciales⁷, pues en la “sociedad de la información” lo que interesa es la ganancia en la velocidad de circulación.

El impacto del paradigma informacional sobre la dinámica urbana nos lleva a constatar que la ciudad ya no es sólo un “espacio habitado” o construido sino también un *espacio comunicacional* que establece nexos entre sus diversos territorios y los conecta



Se recrean las formas de socialidad, transformando el sentido del barrio o la función de los espacios públicos.

⁶ Los textos iniciales de este paradigma son: C.E. Shannon y W. Weaver. *Teoría matemática de la comunicación* y N. Wiener. *Cibernética y Sociedad*.

⁷ Los centros comerciales Plaza San Miguel, Larcomar, Megaplaza etc. en una ciudad como Lima reordenan el sentido del encuentro entre las personas, es decir, se trata de que éste sea funcional a la escenografía preparada para el comercio y, a la vez en estos espacios se concentran las actividades que la ciudad moderna separó: el trabajo y el ocio, el mercado y la diversión.



***Existe un elemento cultural
cuya influencia es indudable
aunque difícil de determinar
con precisión: la publicidad
comercial en las calles y sobre
todo vía la televisión, que
invade la dimensión privada.***

con el mundo. Si las nuevas condiciones de vida en la ciudad demandan la recreación de lazos sociales y culturales, *"son las redes audiovisuales las que efectúan, desde su propia lógica, una nueva diagramación de los espacios e intercambios urbanos"* (García Canclini: 1995, 49). En nuestra vida cotidiana la radio y la televisión nos conectan con lo que sucede en la ciudad y nos afecta, por más lejos que de ello nos encontremos: una marcha de obreros de construcción civil que obstruye el tráfico en la "vía expresa" por la que debo pasar para llegar a mi trabajo, los avatares de la política que hacen que el "riesgo país" aumente y caigan los valores en la bolsa. En la ciudad de los flujos comunicativos resultan significativos: la ubicuidad e instantaneidad de la información, la decisión vía teléfono celular o fax, la rapidez de los pagos y el comercio electrónico desde el computador personal.

Se podría decir que el desequilibrio urbano generado por un tipo de urbanización irracional es en cierta forma compensado por la eficacia comunicacional de las redes electrónicas. La radio y la televisión constituyen el dispositivo de comunicación que ofrece mecanismos para contrarrestar el aislamiento de las poblaciones marginadas estableciendo vínculos culturales comunes a la mayoría de la población. En la ciudad se da una pérdida del sentido de pertenencia en la medida que la racionalidad formal y la informalidad tienden a destruir el paisaje, la imagen urbana en que se apoyaba la memoria colectiva, erosionando las

identidades. En la calle sentimos la incertidumbre y la desconfianza que nos produce el otro: (étnico, social, sexual) que se nos acerca y percibimos como una amenaza.

Frente al crecimiento de la inseguridad, la ciudad virtual extiende el anonimato a través del cual los individuos son liberados de toda carga de identidad interpeladora e interactúan, básicamente, con informaciones y textos. Este es el caso del comprador en el supermercado, donde el texto informativo o publicitario lo orienta por todo el lugar sin necesidad de dialogar durante horas. Si comparamos las prácticas de comunicación en el mercado o "paradita" del barrio con las del supermercado, observamos lo que Martín-Barbero⁸ considera la sustitución de la interacción comunicativa por la textualidad informativa. El acto de comprar o vender en el mercado del barrio nos lleva a establecer comunicación, a hablar con nuestra "casera (o)" en una escenografía que mezcla imágenes de santos patronos, con la de cantantes populares y floreros improvisados llenos de ruda para la "buena suerte". Mientras que en el supermercado se puede hacer todas las compras sin hablar con nadie, limitándonos a buscar los objetos y leer la información que contienen las etiquetas.

Asimismo resulta importante comprender no sólo el repliegue sobre la privacidad hogareña, sino la reconfiguración de las relaciones de lo privado y lo público, ambos espacios se superponen y sus fronteras no son claras. Lo público gira en torno a lo privado no solamente en el plano económico sino en el político y el cultural. Tenemos así, que la política que se hace en el Congreso, en los ministerios, en las movilizaciones y protestas callejeras y hasta en el juicio a la cúpula terrorista de Sendero Luminoso, se hace para las cámaras (de televisión). También el mercado ha invadido el ámbito privado, ser televidente equivale a convertirse en parte de una población analizable estadísticamente en función de sus gustos y preferencias; además el uso del tiempo libre por

⁸ Ver MARTÍN-BARBERO. *De los medios a las mediaciones*, 1990.

la familia genera una nueva mercancía: el valor del tiempo medido por el nivel de audiencia de los programas televisivos (*rating*).

Como sabemos, en la identidad de las personas se articulan experiencias, imágenes, procesos de imitación y aprendizaje, existiendo en el medio urbano un elemento cultural cuya influencia es indudable aunque difícil de determinar con precisión: la publicidad comercial en las calles y sobre todo vía la televisión, que invade la dimensión privada, complejizando lo relativo a la identidad. Es obvio para el público televidente que la inmensa mayoría de los individuos que aparecen en los mensajes publicitarios, corresponden a estereotipos notablemente minoritarios, modelos "blancos y rubios". ¿Qué pasa entonces con la gran mayoría de peruanos, que por ejemplo, son de otro color de piel, estatura, rasgos, vestimenta? ¿Tie-

nen los patrones de belleza que sujetarse a esquemas importados y globalizados porque lo otro, es decir, lo local y mayoritario, no vende? Hay una violencia implícita en ese bombardeo de imágenes en las que muy pocos pueden reconocerse.

En el plano cultural se reduce de manera significativa la asistencia a los eventos culturales en lugares públicos, a su vez se expande la *cultura a domicilio* a través de la señal abierta de televisión, por cable y la videograbadora, al mismo tiempo que se difunde el uso del computador personal, el multimedia e Internet. De tal suerte que habitar en la ciudad de hoy implica desplegar nuestra experiencia vital en un territorio donde la transversalidad tecnológica nos permite enlazar en el terminal informático, el trabajo y el ocio, la información y la compra, la investigación y el juego.

BIBLIOGRAFÍA

CASTELLS, Manuel *La ciudad y las masas. Sociología de los movimientos sociales.* Alianza Edit. Madrid, 1983.

— *La era de la información.* Volumen I, Alianza Edit. Madrid, 1998.

Consultora Apoyo Opinión y Mercado. *Estudio sobre Lima Metropolitana.* Publicado por el Diario El Comercio, abril del 2004.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas.* Grijalbo, México, 1989.

— "Las identidades como espectáculo multimedia" en *Consumidores y ciudadanos.* Grijalbo, México, 1995.

GOFFMAN, Erving. *La presentación de la persona en la vida cotidiana.* Amorrortu Edit. Buenos Aires 1994.

LANDI, Oscar. *Crisis y lenguajes políticos.* CEDES, Buenos Aires, 1984.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía.* G. Gili, Barcelona, 1990.

WIENNER, Norbert. *Cibernética y sociedad.* Sudamericana, Buenos Aires, 1969.

* **Edith Aranda Dioses** _____

Licenciada en Sociología y Master en Sociología de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Actualmente es Profesora Principal de la Universidad Nacional de Ingeniería, en la Facultad de Ingeniería Económica y Ciencias Sociales y en la Facultad de Arquitectura Urbanismo y Artes, desempeñándose como Coordinadora del Área de Humanidades y Ciencias Sociales de la primera Facultad mencionada.