

El 'Caracortada' peruano



JAVIER
Díaz-Albertini

*Sociólogo y profesor de la
Universidad de Lima*

Cuando Eduardo Romero —el múltiple asesino de Independencia— subió una foto a Facebook empuñando una pistola, uno de sus amigos comentó: “Tranquilo Rambo...”. Romero respondió, “No, viejo, nada de Rambo. Me creo ‘Jeral’ Oropeza”. Es decir, se creía el Tony Montana peruano.

“Caracortada” (1983) —película de Brian de Palma— cuenta la historia de Tony Montana, inmigrante cubano que escala alto en el mundo del crimen de Miami. Es una película de excesos, especialmente violenta, laceada con drogas y sexo. Pese a que no fue bien recibida por la crítica, se ha convertido en una película de culto, especialmente entre los jóvenes de barrios marginales en toda América. Por ejemplo, muchos raperos estadounidenses reconocen su gran influencia en el hip hop, primordialmente en su variante ‘gangsta’ (véase “Scarface: Origins of a Hip Hop Classic” en YouTube).

Tony es un hombre de barrio, esforzado, ambicioso y exitoso. De ahí que exista una fuerte correspondencia con los sueños de

muchos jóvenes pobres urbanos. Rescata, a su vez, otros aspectos importantes de la cultura de tener calle: la violencia, el machismo y un código de comportamiento que resalta la franqueza, el compañerismo y la lealtad.

El afiche de la película decía que Tony “amaba el sueño americano... con violencia”. Es un sueño que actualmente hace hincapié en el éxito, medido en la capacidad de consumo. También es un sueño que se ha globalizado al extenderse la sociedad de consumo a buena parte del mundo.

¿Qué sucede cuando se da demasiada importancia al sueño y no tanto a cómo lograrlo? El sociólogo Robert Merton estudió este fenómeno cuando Estados Unidos dejaba atrás la ética protestante de trabajo, ahorro y frugalidad para convertirse en la primera sociedad de consumo. Según su punto de vista, la sociedad norteamericana enfatizaba el éxito —medido en términos de riqueza monetaria— pero no daba igual importancia a los medios legítimos para lograrlo. Esto podría generar anomia, es decir, un debilitamiento del marco normativo de la sociedad. La fortaleza institucional estadounidense llevaba a que la gran mayoría persiguiera el sueño por los medios aceptados, pero siempre existía la tentación de innovar para llegar a la misma meta.

Los innovadores anómicos —aquellos que incumplen las normas para lograr la riqueza— habitualmente se encuentran en los dos extremos socioeconómicos. Los de menores

ingresos —con poco acceso a los medios legítimos— forman parte del crimen organizado y del dinero rápido que nace de actividades como el tráfico de drogas. Mientras que, en los sectores de mayores ingresos, se logra por delitos de cuello y corbata —también de dinero rápido— como muestra la película “El lobo de Wall Street” de Martin Scorsese (2013) y personas como Bernie Madoff, quien estafó por 50.000 millones de dólares antes de que fuera detenido en el 2008.

El consumo conspicuo juega un papel central en la imagen de los innovadores anómicos. Es la mejor forma de mostrarle al mundo que han llegado a la cima. Este despliegue desmesurado, a su vez, es lo que sirve de modelo para tantas personas que anhelan lo mismo. Por eso Eduardo Romero quería ser Oropeza y no Rambo. Aunque ambos personajes son violentos y portan armas, Rambo —al fin y al cabo— lo hacía para defender ciertos valores colectivos, mientras lo que perseguía Oropeza era plata y conducir Ferraris.

En nuestra sociedad de instituciones débiles y desigualdad de oportunidades, resulta lógico que surjan tantas versiones nacionales tanto de Montana (Oropeza) o Madoff (Caso Lava Jato). La educación, el trabajo duro y el ahorro como bases de la movilidad socioeconómica son opacadas ante tanto colegio y universidad chatarra, empleo inadecuado e informal, corrupción, bajas remuneraciones y discriminación. —