

EL CHONGO PERUANO

Hace unas décadas Jaques Le Goff cuestionaba algunas de las ideas de Bakhtin sobre la risa, en particular la relación que establecía el crítico ruso entre la risa y el espacio urbano. Se preguntaba Le Goff si no existía, en oposición, una risa del campo o si esta, como sucedió con la risa de las mujeres y los niños, fue controlada y aplacada por los aparatos de control social. Ponderaba, sin embargo, el acierto de Bakhtin de pensar a la risa como parte de una cultura particular.

El libro que nos regala el entrañable Alexander Huerta Mercado es la constatación de esa afirmación. Los peruanos tenemos no una, sino muchas culturas del humor. Lo que para unos resulta deplorable, patético, para otros es la expresión más sincera de un goce social que permite formas de expresividad imprevistas. Alex Huerta-Mercado nos invita a entrar en el mundo popular de la mano del chongo sin los prejuicios odiosos de los académicos –aunque él sea uno de ellos– y a pensar con creatividad el lugar central que tiene el humor entre los peruanos.

FRED ROHNER

MITIN



ALEXANDER HUERTA - MERCADO

EL CHONGO PERUANO

PN
6222 P43
H87

EL CHONGO PERUANO

ANTROPOLOGÍA DEL HUMOR POPULAR



UN HUEVO DE HUMOR

El chongo peruano es multidisciplinario y perjuro. Al contrario de lo que significa en México, un postre de leche cuajada, y de lo que se dice en Uruguay que es algo mal hecho y barato, en el Perú el chongo es un solemne burdel o una situación de desenfreno y caos, y sobre todo un chiste. Todas las acepciones se aceptan como las leyes físicas y propias de la naturaleza de la lengua. Curioso, mientras el burdel es institución ultra ordenada -ya lo firmaba Pablo Macera-, ser «chonguero» es computarse irreverente, desordenado y caótico. Sin embargo, el chonguismo nacional es eso y más.

De eso se trata, del *chongo* entendido esta vez como una metáfora de toda la carga semántica anterior y de una tajada de «pendejarismo». Usado también en la labia peruana. Distinta de otras. Opuesta y que se articula al imaginario urbano ciudadano. Los académicos no aportan, solo desinfectan y fumigan aquello que es la riqueza de la inopia. Entonces hablan, por ejemplo, de que el humor de estos días es «la parodia grotesca, la caricatura gruesa, la chabacanería». Igual decían del griego Aristófanes en la vieja comedia del ático y sus afanes.

En el Perú nos reímos con los capachos y las ubres. Es un proceso de audacia neurovegetativa. Y de eso trata *El chongo peruano. Antropología del humor popular*, de Alexander Huer-

ta Mercado. Trabajo de primera por ser el primero. De aquel zangolotear productivo en significaciones de la ironía del alma nacional. Dice el autor que su trabajo tiene el propósito y la idea de entendernos como sociedad desde la antropología y así, observando qué nos produce risa, podemos deducir qué nos da miedo, rabia o qué reprimidos somos y así vivir y liberarnos con el humor.

Cierto, inédito propósito que con seriedad estudia el humor. Que no es precolombino ni *millennial* sino que es rayo transversal que cruza la sustancia y psiquis de los peruanos. Se conoce las complicaciones de este cruce cultural entre una broma andaluza y su réplica india. O acaso ese fino gracejo que los costumbristas recopilan a inicios de la república. Manuel A. Segura, Felipe Pardo y Aliaga, reconstruidos en el espíritu de Ricardo Palma. Sí, Palma, zambo de la mejor zambocracia solazado en el néctar de la gracia mulata del criollismo.

Y en ese indagar en la historia debo abordar ese humorismo secuestrado por las revistas de espectáculos de los albores del siglo XX en los teatrines de Lima que manejaban un ejército de sacristanes que recogían aquello que se hablaba en Malambo, Cuartel Primero o los Barrios Altos e *ipso facto* eran llevados a libretos que los actores de la época convertían en sátiras y puyas y que a su tiempo eran recogidas por libelos y revistas limeñas para que como rehiletes eran clavados en los lomos del poder, de los políticos y sobre todo, de los curas.

Y cuando le pregunto a Alex Huerta Mercado cuán importante es el humor en la historia de una urbe crispada como Lima, él responde: «Como somos una sociedad dividida por el poder, creo que la risa ha sido (es) una forma de afirmar, cuestionar o desafiar ese poder y de conformar grupos unidos por la risa y la burla». Así, el chongo es la sublevación constante en la imaginación del de *a pie*. Que hay un humor de sindicatos como de callejones y solares. Que la ironía es

un buen cicatrizante contra las grietas sociales. Tú tienes el poder, yo tengo la risa. En los 50' en Lima se recompone y enriquece esa savia con el aporte masivo de los migrantes, provincianos que traían a la capital sus cantos y su cocina pero también esa mofa y burla contra los poderosos.

El rasgo de nuestra identidad tiene de ese componente multicultural y multilinguístico. Así el humor nos define, como afirma el autor, en nuestra identidad urbana tanto como una salsa de Héctor Lavoe o una cumbia de Chacalón. Ahí se teje y combina el drama, la tragedia con ritmo alegre y festivo de la música. Así somos risa y drama. Y aquello se nota en los primeros programas que se difunden con el boom de la radio en el Perú donde nunca faltan espacios para cómicos nacionales o extranjeros. Me refiero al primer Néstor Quinteros y al dúo chileno Los Caporales.

El gran capítulo de Augusto Ferrando, ese personaje que construyó una estética de lo grotesco, aparece investigado en el libro y sobre todo con su producto más denso, «Trampolín a la Fama en vivo: el rito de pasaje». Y es que Ferrando, descomunal y aún muerto, sigue vigente con ese registro de la risa, el llanto, la limosna y la sobonería. Hoy en la televisión tiene herederos y sus cualidades de un santo de los humildes y su prédica vulgar y chabacana, resultó a fin de cuentas el discurso de un falso profeta de su pregonada y chauvinista peruanidad y, al contrario, sentó las bases del achichamiento más oleaginoso.

Aunque Huerta Mercado asegura que está muriendo aquel humor de revista descendiente de Trampolín a la fama, hay más presencia de imitación política, cómicos de la calle y, entre la clase media, el *stand up comedy*. Ferrando es quien descubre a su descendencia: Melcochita, Miguel Barraza, los hermanos Álvarez, los hermanos Benavides, etc. Todos siempre en el trabajo de las frases más piadosas que

ingeniosas: «no nos ganan», «siempre contigo», estaba patentando un lenguaje, un discurso revolvedor articulado al habla del resto. Por eso, antes del programa, obligaba a su escudero Leonidas Carbajal a una disertación florida y «maestra» que no decía nada.

Allí probaba que las palabras eran valiosas solo cuando eran necesarias. Lo suyo era el entretenimiento, no el ejercicio de pensar. Su gente llegaba el fin de semana cansada por el trabajo inmisericorde, cómo diablos un sábado los ibas a obligar a la reflexión profunda. No señor, hay que darle 'entretenimiento' y alegría para que el lunes, se siga sacando la mugre. Y qué lejos estaba de los silentes y los malhablados Chaplin, Cantinflas, Pepe Biondi. Cómicos en que el humor es ingenio más que genio. Muerto Ferrando el humor pasa a ser manejado oficialmente por los corruptos Fujimori y Montesinos.

Y todo aquello tenía su origen también en el proceso cultural del «achicamiento». Si es verdad se estudia «lo chicha» desde el plano de la sociología e incluso la mercadotecnia, en el caso del humor los estudios no abundan. Huerta Mercado señala que, aunque el humor a la argentina que comenzó con programas como «La escuela nocturna» y «Loquibambía» (luego «Estrafalario»), ambos programas radiales pioneros, en realidad lo que hacían eran crear un puente para otro tipo de humor más desenfrenado y carnavalesco propio de un Perú en proceso de reacomodo.

Luego aparecerían también personajes producto del trasvase provinciano. La actriz Teresita Arce, que en Radio Nacional personificaba a la «Chola Purificación Chauca» o el caso de Olinda Caballero, que hacía lo propio en la televisión con «La Chola Energía». Pero más actual resulta el caso de Tulio Loza -cómicos peruano que incluso hizo películas en Argentina- que pone de cabeza el mundo de la migración y termina siendo un héroe cultural que, es más que seguro,

tiene como sucedánea a La chola Jacinta. Aquí se produce un fenómeno que articula al lenguaje de la sierra peruana y el que se habla en Lima. Loza y Jacinta no logran ser aceptados por determinados círculos intelectuales y, aunque generaron su propio éxito, revelaron al mismo tiempo lo difícil que es todavía constituirnos como una comunidad nacional.

Para los analistas el sentido del humor de una persona está ligado a su intelecto y por lo tanto puede adaptarse y moldearse. Digamos, una persona culta será más exigente y crítica al momento de apreciar un determinado chiste o broma, mientras que una persona con un nivel bajo de educación y cultura no entenderá sutilezas o ironías y necesitará de un humor básico, rudo, evidente, para causar risas en él o en ella. Jaime Herrera en su columna Humor S.A. aseguraba hace un tiempo que: «Hay estilos de humor universales y geniales que pueden sobrepasar vallas culturales y socioeconómicas y llegar a todo tipo de personas, prueba de ello es la permanencia del Chavo del ocho en televisión durante décadas y, considerando un caso nacional, la de Pataclaun».

Y en relación a las clases medias (en plural, porque son varias en el Perú) el libro trata del éxito de «¡Asu Mare!», comedia fílmica que adapta la rutina del *stand up comedy* que popularizó Carlos Alcántara». En este aspecto se señala que el crédito sin precedentes de la saga generó una serie de debates referidos a la pertinencia del cine comercial frente al cine de autor en el Perú e, incluso, el reclamo de comediantes populares que exigieron oportunidades similares para llevar a cabo sus propias películas. Y así ocurrió. Y fuimos testigos de los tremendos bodrios que han quedado en el estercolero.

Los méritos, dice Huerta Mercado, es que «¡Asu Mare!» toma narrativas que hemos disfrutado en forma de mitología, narrativa popular, cuentos, melodramas y, claro, en el cine. Lo novedoso es el ambiente que deja de ser principesco, idílico

o hollywoodense y pasa a constituirse en una entrañable urbanización popular (Mirones) donde, entre patios interiores, escaleras de edificios, cocinas con comedor pequeño y televisor incorporado se desarrollan las aventuras de Carlos en su camino del héroe para lograr la trascendencia».

Finalmente diré ante la importancia de prologar este libro que me gusta, es que el humor serio -disculpen mi atrevimiento- es producto del tráfico de la calle. Desde una ventana o un balcón nadie se ríe de nada. «Los cómicos ambulantes» son aquellos que consolidaron todo el universo urbano del desenfado: las combis, los hostales, las polladas, las sacadas de vuelta, el cachuelero, el emprendedor, los cocineros, los travestis, el hambre y la angustia del día siguiente. Todo ello genera un lenguaje que se regocija en uno mismo. Entonces ahí sí nos reímos de nosotros mismos, aunque joda. Por ello agradezco que me hayan escogido para escribir estas líneas. Juro que lo hice con seriedad en mi casa, jamás en un chongo.

ELOY JAUREGUI

I

REÍR LO NUESTRO: EL HUMOR DE LA CIUDAD



Dos mil quinientos años después de su época, el espíritu de Aristóteles se pasea por la Plaza San Martín. No muy lejos de él, un cómico ambulante hace una suerte de evocación de la fortaleza y templanza incaica: «al pata [Túpac Amaru II] le pusieron cuatro caballos y él hacía ejercicio con ellos». El público observa con una sonrisa aprobatoria que se convierte en carcajada cuando se dirige despectivamente a un espectador de baja estatura y anteojos pavonados: «En cambio, a esta cagada, cuatro cuyes lo descuartizan».

Sostengo esto porque es seguro que, caminando como acostumbraba, Aristóteles pensó en la comedia como una forma de mostrar superioridad entre humanos, de burlarse, humillar. Si bien su libro *Poética* (que todavía marca nuestra forma de organizar un relato) se había centrado en la tragedia, mencionaba brevemente su perspectiva sobre la comedia y parecía no darle mayor importancia. Sin embargo, prometía volver sobre esta en el segundo tomo de su obra. Lo malo es que, al parecer, ese tomo se quemó en el incendio de la biblioteca de Alejandría.

A diferencia del *stand up comedian* norteamericano, el cómico peruano de la calle, que también narra una historia coherente y que sazona con comentarios hilarantes, no se burla de sí mismo, como lo hace su contraparte norteamer-

dirige
despectivo
público
malo

burda
 ricana, sino del «otro», del que es su público. En ese sentido, proyecta, sobre este, invectivas mordaces y sumamente corrosivas, que suelen girar alrededor de su aspecto físico, su género y su procedencia. Todo lo anterior revela que no convivimos en alguna versión moderna de la democrática polis griega, desde la cual Aristóteles conectó la humillación y la broma, sino en una ciudad de encuentros difíciles y conflictos en la interacción.

Es en estas ideas que iba pensando mientras miraba el espectáculo hasta que el cómico se dirigió a mí gritándome: «Oe gringo, ¿te gusta el Perú?». Perplejo, solo atiné a responder que sí, a lo que me respondió: «Llévatelo, pues, huevón»; acto seguido, me vi abrazado por una carcajada general.

Mucho más tarde, y más repuesto de la broma anterior, al encender la televisión contemplo un intercambio interesante entre el entrañable grupo conocido como *Los chistosos* y el conocido sonero Pablo Villanueva, también célebre humorista conocido como Melcochita, quien se refiere a los primeros con sendos apodos precedidos por un conciliatorio «Mi querido...» o «Mi estimado», que, quizás sin saberlo, le dan tiempo para pensar y regular la intensidad de la ofensa en camino. Entonces, la ecuación se completa: «Mi querido... perfil de uña de cóndor», o «Mi estimado... sonrisa de llama», «... peinado con lengua de gato», «... abuelito de Moisés». Me es imposible dejar de conectar esta hábil estrategia con esa suerte de ritual urbano de convivencia nacional que nos construye a cada instante (a cada interacción) en los ojos del otro. Se reactualizan, entonces, todos aquellos elementos que componen el mosaico que ha configurado nuestra realidad de ex colonia y que nos ha dividido, por cerca de quinientos años, entre grupos desesperadamente marginados e históricamente marginadores.

relato
 estrategia
 humorista

Si Aristóteles le había restado importancia a la comedia, era evidente que nadie más la tomaría en serio como campo de investigación. Tendrían que pasar más de veinticinco siglos para que Sigmund Freud, a diferencia del griego, encontrara en la comedia, y específicamente en el chiste, una válvula de escape de los contenidos reprimidos, de aquello que no podemos expresar abiertamente. En una sociedad como la limeña, que se jacta de tener un discurso democrático, pero unos modales represivos, el chiste es el Caballo de Troya que alberga en su vientre, de manera inocente y en apariencia inofensiva, todo contenido prohibido y sancionado socialmente.

Casi un siglo después de publicado *El chiste y su relación con el inconsciente* este parece haber sido el libreto empleado en la mayoría de café teatros de los años ochenta, donde se escenificaba una suerte de comedia pícara que alternaba el vedetismo con historias cómicas y que aún inspiran las actuaciones de las pálidas estrellas de los *night clubs* y casinos de la noche limeña. Por ejemplo, para sortear las suspicacias machistas que atraviesan el discurso de la cultura popular, la vedette, cantante y empresaria Susy Díaz ha construido un personaje que parece estar en permanente estado de enajenación (el Caballo de Troya que Freud sugiere) y que le permite contar chistes como el siguiente: «a mí me dicen calamina, porque si me clavan mal me vuelo», y salir bien librada de sus consecuencias.

Pero bien mirado el asunto, ni Aristóteles ni Freud explican qué es lo que causa la risa. Hace evidente el griego el nexo entre la risa y la humillación, y se explaya el austriaco sobre la función de esta como la válvula de escape, como acto de liberación.

«En una sociedad como la limeña, que se jacta de tener un discurso democrático, pero unos modales represivos, el chiste es el Caballo de Troya que alberga en su vientre, de manera inocente y en apariencia inofensiva, todo contenido prohibido y sancionado socialmente».

Para eso puede estar la teoría de la incongruencia esbozada, aunque no desarrollada, por Kant en *Crítica del Juicio* sugiere un punto de partida: se trata de una expectativa que se reduce, repentinamente, a nada. Esta teoría se conoce como la idea de la sorpresa leve y puede resumirse como la sorpresa que recibe nuestra capacidad mental para predecir. En otras palabras, si yo camino delante de usted, usted podría predecir, al menos, que me seguiré moviendo por unos momentos más, pero, si yo repentinamente me caigo, ello generará una sorpresa que, junto con las ganas de ayudarme (espero), producirá un relajamiento en la tensión inconsciente, produciendo una reacción respiratoria llamada risa.

Este concepto es el único que nos explica qué es lo que realmente nos hace reír. Y lo constatamos en Internet al ver las compilaciones de accidentes que terminan en desafortunadas caídas. Igualmente, se hace evidente cuando hemos jugado carnavales y nos hemos reído ante una emboscada acuática que nos sorprendió y, sobre todo, que no nos alcanzó a nosotros.

Actualmente, a través de Internet, la incongruencia la tenemos a flor de piel en los memes que circulan diariamente. Está, por ejemplo, el meme de Bad Luck Bryan (personaje al que se le atribuye una insidiosa mala suerte) con una leyenda en la parte superior que reza: «Estudia toda la noche para un examen», y que se completa con una en la parte inferior que remata la idea: «Se queda dormido durante el examen». Son igual de elocuentes aquellas escenas dramáticas de animalitos resbalándose, cayéndose y estrellándose junto a comentarios en letras grandes que titulan: «Yo en el amor».

Cuando he conversado con mis alumnos sobre estas teorías del humor y les he compartido ejemplos que a mí me habían dado risa cuando era estudiante, los he visto, en el mejor de los casos sonreír. Por el contrario, cuando yo les he pedido a ellos que me muestren ejemplos propios de su

¿cómo
lo que
nos
hace
reír

¿cómo de
la
incongruencia
Internet
(memes,
videos)

generación, en algunos casos, solo he sonreído y en otros, incluso, me he horrorizado.

Lo mismo podemos decir del *shock* cultural que produce el humor en un mismo territorio, pero en distintas áreas culturales o en distintos estratos sociales. Si partimos de la lógica de que es el humor parte de una economía simbólica, es decir, de un intercambio de signos, entonces, el estar inserto en el mismo sistema de signos y en un mismo código es imprescindible para reírnos como comunidad.

II

PAYASOS SAGRADOS, BUFONES Y BROMISTAS URBANOS.



Toda mitología alberga siempre espacio para personajes bromistas que gustan de poner el mundo patas arriba: duendes, bufones, animales pequeños o dioses graciosos. En la mitología nórdica, el ahora famoso dios Loki destruye el mundo por una travesura; en la griega, Mercurio es el mensajero y el bromista de los dioses; en el Perú prehispánico, en los cuentos narrados por los niños los seres pequeños son astutos y bromistas y en los relatos recogidos en el *Manuscrito de Huarochirí*, Curinaya Wiracocha es un dios travieso y metamorfo.¹ Por su parte, el antropólogo Paul Radin estudió el caso de los personajes lúdicos en las poblaciones indígenas norteamericanas y encontró personajes burlescos a los que denominó *tricksters* o truqueros, capaces de la mayor travesura en su simple búsqueda del caos.²

1. Los cuentos infantiles en la sierra central rezan sobre las andanzas del cuy, que resulta ser mucho más astuto que el zorro. Por otra parte, en una serie de danzas, el personaje que abre camino a la comparsa es un danzante enmascarado que habla en falsete y con un látigo; trae la alegría, el caos y, paradójicamente (como tiene que ser), mantiene el orden de la danza.

2. De la tradición indígena norteamericana, donde el *trickster* fluía, salta rápidamente a la cultura popular mediática del cine, a través de personajes pequeños y miserables, como el vagabundo de Chaplin o, en el caso mexicano, el chico humilde y hábil de Cantinflas. También podemos pensar en los personajes de la animación norteamericana, como los ratones, los correcaminos o los conejos que terminan siendo más hábiles que sus potenciales cazadores carnívoros.

«En el Perú
prehispánico, en los
cuentos narrados
por los niños los
seres pequeños
son astutos y
bromistas y en los
relatos recogidos
en el Manuscrito
de Huarochirí,
Curinaya Wiracocha
es un dios travieso y
metamorfo».

¿Qué hace del travieso embaucador un personaje tan necesario como para ser el personaje determinante en tantos mitos?

Una explicación recae en la necesidad de toda cultura de explicarse por oposición, así, el personaje bromista y caótico representa a la sociedad «al revés» y, por lo tanto, es el modelo a no seguir. Por otro lado, también estos personajes, en permanente carnaval, parecen revelarnos simbólicamente una realidad (una certeza) de la condición humana: el mundo es absurdo y, por más que sigamos las reglas, nada suele salir como correspondería a la lógica. En grupos como estos, los personajes lúdicos han sido vistos como aquellos capaces de conectar el espacio terrenal con el ámbito sagrado, al ser ambiguos y libres de decir lo que en términos serios no puede expresarse. De este modo, siglos más tarde, Shakespeare ubicará al bufón en una posición privilegiada al poder decir las verdades a los poderosos con el permiso que le da la ambigüedad de su humor, y su carácter subversivo y caótico.

95 de tiempos de Shakespeare

La capacidad para tener una mente despierta y ser hábil en la respuesta rápida y en la posibilidad del doble sentido, el sarcasmo crítico y la capacidad de hacer reír, aunque esta risa esté dirigida hacia la burla colectiva contra el otro, se ha constituido en un poder altamente valorado en el Perú, donde opera una competencia fuerte en todo ámbito (laboral, público, escolar, político) por conquistar el espacio.

anecdote from Peru

Quizás el caso más emblemático de esta urgencia sea el de Tulio Loza, quien se erigió, desde la década de los sesenta, en el programa radial Loquibambia y luego en la televisión, como el migrante andino *trickster* que ha dado una nueva connotación a la palabra «cholo», que en nuestro medio ha sido atávica y mayoritariamente despectiva, y que ha tenido una herencia cultural asociada con el racismo. En ese sentido, lo «cholo» ha oscilado históricamente entre una categoría que

denota mestizaje, una categoría cultural de tránsito (Quijano 1980), y una categoría recurrente para clasificaciones sociales jerarquizantes y estratégicas (Nugent 1992). Ha sido tanto reivindicatoria como marginal, y se ha referido tanto a un tipo de cultura, un tipo de mestizaje, como a un tipo de apariencia.

En los medios de comunicación, a la vez, lo «cholo» ha sido presentado como una categoría que define una otredad próxima a la agresividad y a la barbarie (los estereotipos raciales en las telenovelas son un claro ejemplo de esto), al humor (tanto cuando se victimiza al migrante como cuando se lo reivindica) o a cierto afán reivindicativo (en algunas películas con una marcada mirada occidental).

Mientras ello ocurría, el migrante andino que se reinventaba a sí mismo asumiendo poses modernas o extranjerizantes era calificado de huachafo, en una suerte de sanción y reubicación en compartimentos imposibles de superar propios de una sociedad juntar postcolonial claramente estratificada, aun siendo nominalmente republicana.

El mismo Tulio Loza contó en 2007 la manera en que él decidió construir su propio personaje de *trickster* cholo cuando le propusieron incursionar en la radio:

Durante mis primeros años de universidad, tenía la costumbre de hacer morir súbitamente de risa a mis compañeros imitando a los catedráticos de turno (...) si la clase empezaba a las 8 am y el maestro entraba 8:10 am, entonces tenía 10 minutos para hacer la misma clase que nos iba a tocar pero en joda (...) tal era el escándalo y la risa, sumado a mis habilidades de discursador, que mis propios compañeros de carpeta me convencieron para ir a un programa radial de mucho éxito en aquellas épocas...*Loquibambía*, dirigido por un argentino, que no sabía la diferencia entre un tipo de cholo y otro (es decir, creía que todos los cholos eran ingenuos por naturaleza), además no sabía que en Lima ya había un 40 o 50% de provincianos (...)

Yo le mostré delante de todos a un cholo diferente, de mi propia creación, un indígena recién llegado a la capital, pero con actitudes de ciudadano, un acriollado, pendenciero y sapo que no encajaba en los parámetros (...) mi fórmula original —el cholo vivo— gustó mucho porque era algo que no se había hecho todavía (ni se imaginaban que podía existir algún día).

Mi fórmula tal vez se forjó a manera de venganza cuando me di cuenta de que los cholos que venimos de «adentro» casi siempre éramos el «punto», la burla (...), es decir, nos «cochineaban» en todo momento y en todo lugar.

Y precisamente de ese mismo «cochineo» que nos hacían los limeños, saqué a ese personaje avisado quechua-hablante, orgulloso de sus raíces, y de su cholería, que no solo enamoraba a la cholita de la hacienda, sino también, a la misma hija del patrón. Esa «mixtura» chola, se llamaría más tarde Nemesio Chupaca Porongo.

Por su parte, los estereotipos ligados no al cholo, sino a la chola, han circulado de manera notable a través de representaciones lúdicas que, de alguna manera, confirmaban la distancia que demostraban, y, generalmente, a través de travestis.³ La imagen humorística de la chola aparecía más bien como contraposición a la idea de mutismo, distancia y seriedad, con cholas transgresoras, alegres y desafiantes. Curiosamente, en el mismo programa radial donde Loza generó a su «cholo *trickster*», Guillermo Rossini generó la primera chola travesti de la comedia peruana.

3. Sería injusto obviar la presencia de grandes actrices como Teresita Arce, que en Radio Nacional personificaba a la «Chola Purificación Chauca»; a Olinda Caballero, que hacía lo propio en la televisión con «La Chola Energía»; y a María del Carmen Ureta, con su personaje de «Órsola», entre otros queridos personajes femeninos. Sin embargo, ha existido un impacto particularmente fuerte de la chola travesti, personaje que también ha paseado su presencia tradicional en los carnavales de Ayacucho y Apurímac, como parte de los tradicionales ritos de inversión propios de la fecha.

«Había un programa de radio, *Loquibambía*, un éxito, y ahí empecé a imitar a una chola (...) Después la llevé a la televisión, tenía mi puesto ahí, vendía culantro, limpiécito, rico y barato (...) Después queda la satisfacción de haber dado idea a tantas cholas que han salido. Antes nadie hacía de chola, ahora hay 50 mil cholas».

Guillermo Rossini nos narra así la creación de un personaje de chola que, con características distintas, pero siempre lúdicas, también han creado Ernesto Pimentel (Chola Chabuca) y Jorge Benavides (Paisana Jacinta), por solo citar a algunos. Desde la perspectiva del carnaval, estos personajes toman la iniciativa, se burlan de los poderosos y hablan en broma de temas relacionados con la sexualidad. Podríamos hacer un ejercicio de perspectivas para ver qué «inversiones» de lo esperable socialmente son las que, al final, causarán la risa o, en todo caso, qué se esperaría de una mujer asociada con la región andina para que su opuesto genere la risa.

Pero nada es estático y las imágenes se adaptan a los cambios. Es interesante notar que los cambios relacionados con la irrupción de una nueva clase media no solo vienen junto con la adopción de patrones modernos de construcción del cuerpo, sino, también, con una redefinición de las clases medias y de los nuevos actores, no solo dentro de las pantallas, sino, sobre todo, fuera de ellas, como un público mayoritario que demanda otro tipo de representaciones.

III

LA CLASE MEDIA EN ESCENA: ¡ASU MARE! Y LA VIVEZA PARA SOBREVIVIR



¡Asu Mare! es una comedia filmica que adapta la rutina del *stand up* que popularizó Carlos Alcántara. El mismo Alcántara produce la película, junto a Miguel Valladares, y es dirigida por Ricardo Maldonado. Fue estrenada el 11 de abril de 2013 y se ha convertido en un éxito comercial sin precedentes en la historia del consumo del cine peruano solo superada en taquilla por su secuela, estrenada el 9 de abril de 2015.

El éxito de la saga generó una serie de debates referidos a la pertinencia del cine comercial frente al cine de autor en el Perú e, incluso, el reclamo de comediantes populares que exigieron oportunidades similares para llevar a cabo sus propias películas.⁴ La articulación de humor popular, es decir, aquel que se identifica con programas cómicos y humor callejero con una producción cinematográfica de alto presupuesto y con buena publicidad han promovido un interés en establecer qué criterios son aquellos que hacen al humor un elemento que puede trascender diferentes grupos sociales.

La historia es simple y se entronca con las tradiciones milenarias que cantan las proezas de pequeños personajes

4. El gran éxito de la comedia cinematográfica impulsó una serie de intentos de llevar más comedias a la pantalla y es que, pese a que la crítica especializada ha alertado de una posible "decadencia" en el cine, lo cierto es que la comedia urbana es una de las mayores fuentes de consumo cultural en Lima.

que se enfrentan a titanes o de personajes del corte de Cenicienta que vencen al destino o de la lucha entre el amor y los sistemas de división social (narrativas mucho más antiguas que la versión de Romeo y Julieta shakesperianos). La saga ¡Asu Mare! toma narrativas que los humanos hemos disfrutado en forma de mitología, narrativa popular, cuentos, melodramas y, claro, en el cine. Lo novedoso es el ambiente que deja de ser principesco, idílico o hollywoodense y pasa a constituirse en una entrañable urbanización popular (Mirones) donde, entre patios interiores, escaleras de edificios, cocinas con comedor pequeño y televisor incorporado se desarrollan las aventuras de Carlos (Cachín) en su camino del héroe para lograr la trascendencia.

La saga se presenta como la narración costumbrista de un grupo poco estudiado por las Ciencias Sociales que, curiosamente, ha sido cuna de una buena parte de los investigadores en esa disciplina: el grupo que encajó los embates de los cambios estructurales del modelo político y económico a lo largo de la última treintena del siglo veinte, conocido como grupo «criollo» o bautizado como tal por su pertenencia a una Lima que ha sido más descrita como fruto de la migración y víctima del racismo. El maniqueísmo que ha presentado en muchos casos la separación entre «migrante emprendedor» y «criollo vivo» ha relegado al segundo segmento solo al estereotipo de la música e incluso ha sido asociado con la trampa y la ilegalidad.

Comedia optimista y amplio fresco de los devenires de la cultura criolla a fines del siglo xx, Carlos Alcántara nos regala una metáfora de cómo el juego constituye a la cultura, es decir, de qué manera la negociación entre las reglas y las trampas, el ordenamiento y el caos, y el ganar o perder generan, como dijo Johan Huizinga en el 2004, un espacio general del entretejido cultural.

La saga ¡Asu Mare! comienza con las sorpresas constantes desde que Carlos está en el vientre de su madre, que ha acudido a una gitana para saber sobre el destino de su hijo. Los dolores del parto comienzan y ambas mujeres salen a la calle a buscar ayuda, pero nadie las apoya. La gitana lanza, entonces, «la maldición del yuyo» a los indiferentes limeños. Seguidamente, mientras los enfermeros concentran todos sus esfuerzos en un hombre que aparece en el hospital con un tubo atravesado, la inminente mamá entra caminando por sus propios medios al hospital.

Luego de esto, saltamos a Carlos de niño, enamorándose de ser el centro de atención, teniendo a su familia obligada a oírlo tocar el cajón, y recibiendo un pago de su tío para que deje de tocar. Así, van sucediéndose situaciones que nos sorprenden, pero que giran alrededor de la misma transgresión de la norma en una sociedad bastante vertical, caracterizada por regímenes castrenses y educación católica. Por ello, más adelante, encontramos a Carlos infiltrándose en fiestas de clase social alta y ganándose la simpatía de la coprotagonista de la historia con su capacidad alegre de romper esquemas.

Carlos, pues, es el personaje que, a partir de su sentido del humor, de su capacidad de infiltración, mimetismo, ingenio y bonhomía logra desestructurar un mundo y da lugar a un nuevo ambiente que será la nueva clase media que marcará el siglo xxi. Por su parte, y como si fuera poco, la saga ¡Asu Mare! también abre un camino hacia un Perú bastante distinto, donde la clase media se ha visto incrementada.

La ciudad se presenta como una arena de encuentros y en particular en el caso peruano, una arena de encuentros entre individuos que por un lado pertenecen al mismo país, se rigen bajo las mismas leyes, pero conviven en un conglomerado demasiado diverso, para poder ser articulados sencillamente bajo el criterio de «ciudadanos». En 1985, José Ma-

tos Mar titula su libro más conocido como *Desborde Popular*, dando a entender que el Estado y su estructura habían sido rebasados por el proceso migratorio que había generado una «crisis del Estado y el nuevo rostro urbano». Sin embargo, esta suerte de desborde frente al poder oficial fue precisamente la que generó el enfrentamiento entre una posición peninsular frente a los criollos nacidos en territorio americano que devendría en la independencia.

«Viveza criolla» fue entonces la actitud esperable de quienes habían hecho de la independencia un espacio de representación y demandas. También lo fue por los que vivieron en la periferia del centro histórico: en los callejones, arrimados en la pobreza y que se vieron amenazados con la nueva presencia andina en la ciudad que se pronunció desde la década de los setenta, generando para ella el término «chicha», como símbolo de contraste y temor.

Ya lo dijo Norma Fuller en *La ciudad peruana* (2001): el reto constante de la competencia entre varones de distintas clases sociales es demostrar virilidad. Por su parte, Peyrano y Sánchez León (1984) encuentran esta competencia en la perspectiva de la viveza del estereotipo criollo que puede vencer una serie de obstáculos mediante su habilidad culturalmente adquirida y celebrada.

José Antonio Del Busto, recordado profesor universitario, sostenía en sus clases que la forma de ser que caracterizó al criollismo colonial no fue solo la de la rebeldía política, sino la capacidad de desarrollar toda una cultura cotidiana subversiva que hiciese frente a la legitimidad política de los peninsulares, es decir, una serie de tácticas que buscaban socavar el poder español en tierra americana. En consecuencia, Del Busto resaltaba, en la comida criolla, el gusto por el picante, que los españoles consideraban un suplicio; en la creación de bailes rítmicos, la dignidad de saberse superiores

a aquellas caderas sin entrenamiento criollo y negadas para este tipo de bailes; amén de otras formas alegres de romper las reglas, al mismo tiempo que conseguir burlarse de las leyes y formalidades, de la lejana España del siglo xvi.

La viveza criolla como forma de supervivencia fue el emblema de los programas cómicos y de un legendario programa concurso llamado «Trampolín a la fama», que se constituyeron en una suerte de universidad para los nuevos limeños que comenzaban un largo proceso de migración desde la sierra a partir de las reformas del gobierno militar a finales de los sesenta y durante los setenta y ochenta del siglo xx. Sin embargo, hablar de una característica cultural y poder condensarla para explicar es un tanto difícil si no se tiene una estructura a la cual ceñirse. Lo que viene ahora es un ejercicio para comprender las características de la cultura popular a partir de la observación de tres eventos.

IV

TRES EVENTOS POPULARES



Entiendo para este libro el concepto de popular como aquello que pertenece a ciertas manifestaciones que no son de élite, es decir, que forman parte de aquel tipo de aspectos culturales que no se enseñan en las instituciones formales y que, por lo tanto, son tildadas de huachafas, de inferiores o de mal gusto, incluso por sus propios consumidores, y que, sin embargo, goza de reconocimiento en su consumo, es decir, de popularidad.

En el ámbito popular, en la vida moderna, el producto logrado ha de ser consumido por un grupo grande de personas. Por tanto, para efectos de este libro, lo popular estará relacionado con la existencia de medios masivos de comunicación que articularán una comunidad de consumidores, que no se conocen entre sí, pero que cuentan con una suerte de vínculo emocional expresado en gustos compartidos y, en este caso, en una vocación por la risa. En otras palabras, este eje articulador tiene que ser exitoso para un grupo grande de consumidores, por lo que la temática, las tensiones, los nudos reprimidos y las situaciones sorprendentes deberán tener un significado compartido que los defina culturalmente.

Para evidenciar todos estos elementos en las dinámicas humorísticas de la ciudad, seremos público de un programa televisivo muy popular durante treinta años, Trampolín a

la Fama; asistiéremos a un enfrentamiento, un «mano a mano», para determinar quién es el mejor cómico del Perú entre Pablo Villanueva «Melcochita» y Miguel «Chato» Barraza; y por último, recorreremos los *night clubs* limeños para observar la performance de las *vedettes* limeñas y la manera en que recurren al humor para establecer, al mismo tiempo, una barrera de protección como también una complicidad con una audiencia exclusivamente masculina y amenazante a la que ellas tienen que entretener y mantener a prudente distancia (tarea complicada en un ambiente caracterizado por el consumo de alcohol y la cosificación de la mujer).

Los tres eventos implican «estar ahí», para eso hay antropólogos, ya que se trata de eventos presenciales; sin embargo, todos ellos tienen un fuerte capital simbólico, porque, al mismo tiempo, están totalmente reforzados por su presencia mediática. Trampolín a la Fama fue el programa de televisión participativo más longevo de la televisión peruana. Bajo la conducción de Augusto Ferrando, animador radial en sus inicios, sobrevivió durante décadas con una producción indigente y un formato televisivo básico; sin embargo, marcó una época en la historia de la televisión peruana y en la nacional en los momentos más duros de su vida republicana. Por su parte, Melcochita y Barraza son personajes constantes en los programas cómicos que, por mucho tiempo, fueron los que más rating alcanzaron en la televisión local, antes de la competencia avasalladora del cable, los canales alternativos, los dvds piratas y el internet. Finalmente, las *vedettes* han existido desde la década de los cincuenta en el cabaret, convertido en café teatro hacia los años ochenta, en que junto con la vida nocturna limeña tuvieron que migrar, debido a los apagones y a los atentados perpetrados durante la época del terrorismo. Apenas entrado el siglo xxi, los

escándalos en los que se vieron envueltas en los programas de chismes limitó su participación a los tabloides, donde se han visto paulatinamente desplazadas por las jóvenes que forman parte de los programas de concursos televisivos que forman parte de las imágenes aspiracionales y globalizadas de la nueva clase media peruana. Ahora las *vedettes* tienen esporádicas presentaciones en los medios televisivos y en las pocas revistas musicales, pero eso es suficiente para tener una ventana de publicidad que les permita ser reconocidas para seguir animando eventos en casinos, conciertos, *night clubs* y eventos privados.

Como es obvio, los tres eventos generan distintos tipos de vínculos. En el primero, se trataba de un espectáculo de concurso donde se participaba por un premio, ya sea jugando con el animador o cantando, lo que configuraba la totalidad de un espacio humorístico que se disfrutaba desde la televisión. Si bien su periodo de existencia fue de 1966 a 1996, los ejemplos presentados pertenecen a los últimos cuatro años de su presencia en el aire, pues fue ese el lapso de tiempo en que se realizó el trabajo de investigación presencial.

El segundo evento es un espectáculo de narración de chistes intersecado por cantantes que, generalmente, son imitadores de artistas internacionales. En este caso, las observaciones se hicieron entre los años 2014 y 2019. El tercero es un show sensual para un público masculino de fin de semana que se basa en música, baile y humor de doble sentido; las observaciones se hicieron entre los años 2011 y 2017.

En los tres casos se evidencian los elementos antes descritos: reglas de juego, una comunidad de risa, la sorpresa de la incongruencia, la humillación, subversión de contenidos reprimidos, etc. Asimismo, en todas estas dinámicas, se ponen en juego las características sociales que unen al grupo. Esto nos permite aproximarnos a cada evento como si se tra-

tase de un ritual donde el contacto con lo sagrado, con los dioses, se reemplaza por el acuerdo social del contacto con el humor. Sin embargo, cabe anotar que las estructuras del humor como la incongruencia, las funciones de humillación y de liberación de contenidos de otra forma prohibidos y otras son criterios encontrados en distintas culturas que nos ayudan a entender nuestra impronta tribal, especialmente cuando reímos.

TRAMPOLÍN A LA FAMA EN VIVO: EL RITO DE PASAJE

Imagínate un programa de tres horas que dura treinta años en el aire y en el horario estelar de los sábados cuando el número de canales de televisión no pasaba de cuatro. Si no te parece suficiente, ahora, imagínate que el programa en cuestión no cambió su estructura y, en la medida, de lo posible a sus presentadores y, como si fuera poco, fue uno de los pocos espacios que se transmitió en vivo y con público en el estudio durante este periodo.

Solo para completar la idea, habría que añadir que ha sido de los últimos programas en la televisión peruana que ha tenido el rótulo exclusivo de popular u orientado «para los pobres» como constantemente se autoproclamaba en su propio discurso de presentación. Si bien era un programa de concurso, el formato se caracterizaba por ser una suerte de revista sabatina de música, comedia y concurso, y la broma y la sátira atravesaban sus tres horas de programación.

Sin embargo, hay un elemento adicional que me sorprendió como estudiante de Antropología cuando quise estudiar el mensaje del programa y era que, para participar del mismo, había que hacer una cola que, en ocasiones, significaba pasar toda la noche en la calle Mariano Carranza, en las afueras del canal de televisión. Una cola difícil y pesada, por el frío, por la humedad, por las peleas y la gente que entraba

a la fuerza a la formación, por el hambre y el tedio, y por la incertidumbre de entrar o no entrar.

Costaría imaginar por qué se hacía una cola tan larga o pesada para entrar a un programa que, visto desde casa, se caracterizaba por hacer que el público participase siendo todos, inimaginablemente, humillados. Al animador le interesaba seleccionar a personas subidas de peso o a adultos mayores para que bailen o hagan *striptease*, o intenten acrobacias ante la risa de sus pares en el público. Finalmente, y como si fuera poco, los espontáneos que aparecían ante cámaras debían ser sometidos a un interrogatorio lúdico del animador compuesto por preguntas del tipo: «¿esa es tu cara o me estás fregando?», o comentarios como «salúdame a todos en el cementerio», «no es su culpa, viene mal ensamblado de nacimiento», por no mencionar los apodos, todos referidos a la apariencia física de los interpelados. La inevitable respuesta era la sonora carcajada de los asistentes, quienes, apiñados, habían conseguido entrar, en una suerte de gesta darwiniana en una esquina del barrio de Santa Beatriz.

La explicación más difundida era que el programa usufructuaba de la necesidad de las personas que asistían para llevarlas a la humillación a cambio de un premio. Indudablemente, la pobreza era un factor transversal al público asistente. Si hacemos un rápido repaso histórico desde 1966 a 1998, vemos que estos años coinciden con la crisis del primer belaundismo, el golpe militar de Juan Velasco, la crisis económica de la segunda fase del gobierno militar y la violencia política desatada a inicios de los ochenta. Todo esto, además, en el marco de dos flujos migratorios que cambiaron para siempre el rostro urbano del Perú. Este breve repaso justificaría, por tanto, con periodos críticos de pobreza y exclusión, la ecuación de humillación a cambio de premios.

Sin embargo, una segunda mirada nos haría notar que, en cada programa, solo existía la posibilidad de recibir dos premios pecuniarios que serían accesibles únicamente a dos participantes de doscientos cincuenta asistentes. Esto implicaba, claro, haber conseguido entrar (como veremos más adelante, diez horas de cola no lo garantizaba); luego, ser elegido para concursar, lo cual podía ser aún más remoto; y, por último, ganar, lo que, en suma, era algo prácticamente aleatorio.

Ahora sí, vamos a retroceder a los años 90 cuando me convertí en un asiduo espectador de Trampolín a la Fama. El solo proceso de hacerlo ya implica todo un análisis antropológico. Pasar de ser un simple humano a ser un asistente al programa de Ferrando, gran honor, puede entenderse como un «Ritual de Pasaje», que está en todo momento marcado por la necesidad de generar humor, aunque los contextos sean realmente dramáticos.

Los ritos de pasaje se crean por las sociedades para transformar a los individuos. Específicamente, uno pasa de ser «A» a ser «B» a través de un proceso ritual que implica tres acciones:

separación (el individuo es apartado de su grupo original), transición o liminalidad (el individuo se encuentra en un estado en el que «no es nadie») y la integración (el individuo es integrado a su nuevo estatus y, por lo tanto, deja atrás su vida anterior).

Pero sin ánimo de ponerme técnico, vamos con un ejemplo infalible: el matrimonio. Para el ritual del matrimonio, una persona deja atrás su vida total de soltero o soltera con el noviazgo y, luego, pasa por un periodo de tránsito que es difícil de definir, pues no está totalmente soltero, pero no está casado, estando precisamente en un tránsito ambiguo, por lo que recién, cuando se consuma el matrimonio, es que estará integrado a la lista de los casados o casadas.

Del mismo modo, un asistente a Trampolín a la Fama debía pasar por estos tres estados, a la sazón: hacer cola, en otras palabras, separarse de su universo cotidiano; vivir la transición, junto a doscientas personas que igualmente esperaban ser elegidas; y, finalmente, integrarse, es decir, vivir junto con los elegidos la experiencia del programa.

1. SEPARACIÓN: LA COLA

Bien puede decirse que la cola para entrar al programa Trampolín a la Fama era una pequeña muestra de lo que era el Perú urbano de los noventa. Comenzaba en la noche y se dividía en dos grupos: las mujeres en la acera del canal y los hombres al frente. Las mujeres hacían la cola de manera decidida, con convicción; los hombres solo merodeaban a la madrugada, porque reconocían tener vergüenza de admitir que perdían el tiempo. Espontáneamente, para evitar que el orden de llegada fuera alterado, los primeros en llegar marcaban con números los brazos de los asistentes. Algunas veces, estas marcas se reemplazaban con instrumentos más ad hoc: un talonario de *tickets* enumerados que se repartía o un sello y un tampón que sellaba el brazo junto con un número. El que tenía la idea de marcación se autoasignaba un lugar en la cola y, mejor aún, cualquiera fuera el método, entraba en negociación con los vigilantes formales del canal, que lo usaban para el momento de mantener el orden en la cola. Es decir, como suele suceder en estas tierras, había una alianza entre informalidad y oficialidad de beneficio mutuo.

La noche transcurría usualmente con frío; algunas señoras dormían, otras tejían ropones que venderían en la cola y las que más conversaban sobre la situación política. Sin embargo, cada cierto tiempo, y conforme se aproximaba la hora azul, se percibía la presencia de mujeres que llegaban con

ollas de sopa o *thermos* con café y pan que eran bienvenidos a cambio de un espacio en la cola.

Cuando amanecía, se conformaba la fila de hombres, que era más tranquila y ya todos nos sentábamos en la vereda de al frente y conversábamos con los brazos marcados, de modo que, si había una pelea, podíamos salir de la formación, ver la pelea y volver a nuestro sitio con total orden y tranquilidad. En la cola hice encuestas, amigas y amigos, y descubrí con sorpresa que muchas personas desempleadas se dedicaban, profesionalmente, a hacer cola. Para ello, cambiaban de apariencia constantemente, de modo que no fuesen descubiertos: se rapaban el pelo o iban con gorras y lentes oscuros.

Muchas señoras admitían que no tenían tiempo para trabajar, porque tenían que cuidar a los niños, preparar la comida, limpiar la casa, hacer las compras, ocuparse de que los más grandecitos hicieran sus tareas y una larga lista de ocupaciones. Conocí señores que llegaban de provincia y no hablaban castellano, apenas tenían dónde dormir y solo querían llegar al programa; incluso, conocí a una señora de más de cien años, proveniente de Ayacucho, que me contó cómo, de niña, había visto a Andrés Avelino Cáceres pasar por su comunidad.

Conocí un chico que se definía como piraña que me contaba de su paso por el reformatorio de Maranguita; señores que me referían de su pasado como músicos de orquesta o de bandas de música y que sentían que su arte no era suficientemente reconocido y buscaban un espacio para ser vistos. Veía en la fila a personas que entraban con palomas vivas en las manos, papas rellenas gigantes, periódicos antiguos, pingüinos de Humboldt vivos, pues en uno de los juegos más populares del programa, el conductor daba un premio al primer concursante que le trajera lo que él pedía, y siempre se trataba de artículos extravagantes y sumamente hilarantes.

Recuerdo peticiones como las siguientes: tres pejesapos medianos, un loro que hable y que diga Augusto Ferrando, alguien con el nombre Alipio.

También había chicos de paso a probar suerte que eran choferes de microbús; señoras que habían sido cantantes aficionadas y personas que querían contar chistes y hacer pantomimas que nunca antes habían salido en televisión. Una vez, antes de una presentación, improvisamos un ensayo en una quinta adyacente para los potenciales concursantes de música y, literalmente, como en las narrativas costumbristas, una señora salió con una escoba a botarnos del lugar.

También conocí a un montón de personas que me preguntaban qué hacía un antropólogo y específicamente qué buscaba yo con las encuestas que les hacía. Con el tiempo y las muchas colas que viví, me hice conocido y, más bien, les gustaba preguntarme, en el caso de los chicos, acerca de las chicas en la universidad, algo que me dejaba sorprendido. Más adelante, y cuando ya dejé de hacer encuestas y entrevistas, pasé a ser un asistente más integrado: mi hombro servía de almohada para las personas que podían conciliar el sueño en la vereda o ayudaba a los que ensayaban para poder concursar y conversaba largo con los muchachos que tentaban suerte.

Incluso, en una ocasión, fui nombrado relator informal y redactaba oficios para un improvisado sindicato de «Personas que no podían entrar al programa Trampolín a la Fama por ser excluidas», ya que empezó a circular el rumor de que no se dejaba entrar a gente que presentase algún tipo de desafío físico visible o que tuviese una edad demasiado avanzada para no «afear al programa». Efectivamente, me daba cuenta de que había una tendencia a separar a las personas mayores, sobre todo a los hombres mayores y a los que usaban bastón, y se les ofrecía una cola preferencial, pero, al

final, no se les dejaba entrar. Me daba cuenta con pena de que la idea era lograr un programa que tuviera un corte, por así decirlo, entusiasta y juvenil, evadiendo paulatinamente la idea de melancolía o pobreza y reemplazándola por una de risa constante.

Si alguien quería meterse entre la cola, si alguien quería «colarse»; todo el mundo gritaba y abundaban los empujones y codazos. Un caso excepcional fue el de un personaje que logró romper las reglas del sistema, incursionando en la cola y consiguiendo ubicarse en un lugar preferencial habiendo llegado bastante tarde. Era un tipo corpulento y amenazante, premunido de una barra de acero rematada en el extremo inferior con un mazo de cemento, barra que usaba a modo de bastón y que hacía retumbar en la vereda mientras avanzaba como un gigante. Cuando quiso irrumpir en la formación, sentándose en un espacio que encontró en la ubicación «trece», comenzaron a gritarle. Sus nuevos vecinos quisieron empujarlo, pero él, visiblemente alterado, con una expresión violenta en un rostro de mirada perdida, gritó insultos y amenazó con el bastón, convertido ahora en arma letal, arrimando a un silencioso anciano venido de Puno, a quien le faltaba un ojo y que no entendía ni el idioma ni lo que estaba sucediendo, y a nuestro vecino del lado izquierdo.

El argumento más poderoso del recién llegado fue incrustar el poderoso mazo contra la pared, de manera violenta y a pocos centímetros de la cabeza de alguien. Caso cerrado: había conseguido una buena ubicación. Ni las quejas ni los insultos de los que estaban más atrás cambiaron la situación. El vecino de la izquierda me comentó, algo ruborizado: «no es que me falten cojones, igual a este loco no lo van a dejar pasar...», a lo que añadió: «cuidame la cola, choche...». Acto seguido se retiró, dejándome como nuevo vecino al causante del desorden, quien se sentó a mi lado y al parecer padecía

«Tanto el afroperuano como la gringa eran percibidos como torpes e ingenuos, mientras que el mestizo andino cholo y el zambo eran percibidos como 'vivos' y epítomes de la famosa 'viveza criolla'».

algún tipo de enfermedad mental que lo había deteriorado al punto de dedicarse a la vagancia. Claro que era un poco más violento que los que yo había visto usualmente en las calles de Lima y compartía con nosotros la particularidad de querer ingresar al programa.

Nos pusimos a hablar sobre la vida y algo de Biología, pues decía haber sido biólogo en algún momento de su vida. Me preguntaba acerca de la Antropología y yo le explicaba que era una —porque no llegaba a ser ciencia— buscaba estudiar las manifestaciones culturales de los seres humanos con el fin de entenderlas desde el punto de vista del mismo actor social. Pude notar que parecía no prestar atención a mi explicación, algo a lo que yo estoy plenamente acostumbrado. No obstante, luego de un largo silencio, me aseveró algo de lo que tomé nota:

Soy un sátiro, un delincuente, un violador; encima creo que soy homosexual, estoy loco, me han dicho que soy ninfómano y soy el peor de los negros rateros del Callao... pero, si me conoces bien, si me preguntas bastante, verás que soy mejor que toda esta gente y encima mucho más culto.

Luego volvió a su mutismo. Como, paulatinamente, los chicos comenzaron a perderle miedo al El lobo, como se le bautizó, también comenzaron a acercársele varios asiduos concurrentes. Entre ellos, había uno que se caracterizaba por preguntarme insistentemente por la vida sexual universitaria y también por narrarme sus hazañas sexuales. Me comentó que en una edición del programa ganó cincuenta dólares y una radio mostrándole a Ferrando que era un potencial concursante entusiasta. Conoció saliendo del programa a una chica y fueron a un hotel, «como la chica se portó bien», me dijo, le dio a elegir, entre la radio y el dinero.

Fue en ese momento que El Lobo despertó de su marasmo y exclamó gritando: «¡Ya entiendo qué es la Antropología: es escuchar las cojudeces que te dicen estos huevones!». Todos, ante el grito, salieron corriendo por lo amenazante; admito que yo también quise hacerlo, pero estaba acalambrado. Debo aclarar ahora que estaba y estoy en total desacuerdo con su definición de mi disciplina, pero tenía miedo de contradecirlo, así que afirmé con la cabeza y nos quedamos en silencio viendo a la gente, como si nada hubiera pasado.

Cuando llegaba la hora de entrar, salían dos vigilantes con casacas negras y corbatas a gritarnos que nos formásemos. Todos, disciplinadamente, nos parábamos y formábamos una pequeña fila como en el colegio, pero en ese momento venía corriendo un grupo de personas a infiltrarse. Varias veces me tiraron al suelo, o reventaron mis zapatillas, o hicieron que la policía me aporrease y yo ya no pudiese entrar. Aprendí a defender mi sitio porque la cola se inflaba antes de la entrada, apenas estábamos cerca de la puerta, nos cogían de la nuca y nos empujaban hacia adentro diciéndonos que nos apurásemos porque, sino, no habría sitio.

Todos obedecíamos.

2. TRÁNSITO: EL PROGRAMA

Ahora, imagínate el sopor.

Cerca de doscientas cincuenta personas se apiñaban en unos incómodos estrados ante un calor dentro de un estudio de televisión que estaba decorado por decenas de carteles de publicidad en luz neón, lo que la lingüista Martha Hildebrandt había calificado, metafóricamente, como una pulpería.

Este era un espacio en el que todos éramos poco menos que «nada» y todos éramos iguales ante todos. La expectativa era ser elegidos para concursar y esto era un aspecto intere-

santísimo, pues parte de la lógica del programa era denotar alegría y ser parte de un ambiente festivo. En la cola, ya se rumoreaba que el animador elegiría a dedo a quien mostrara entusiasmo desmedido, agitara los brazos, diera muestras de ser muy despierto y estuviera presto a actuar.

Augusto Ferrando se dirigía al público gritando «¡Trampolín a la Fama!» y el público respondía «¡Siempre contigo!». Luego, Ferrando gritaba «Vámonos con...», las personas gritaban completando la frase: «Faucett!» a lo que Ferrando respondía: «¡la línea aérea del Perú!». Lo que seguía sería imposible en el siglo XXI y era una condensación de carnaval, válvula de escape freudiana, racismo postcolonial y sorpresa ante lo inverosímil e incongruente que se podía ver.

Los animadores estaban organizados por su apariencia étnica.

Felipe Pomiano recibía el sobrenombre de «Tribilín». Los comentarios sobre él en el programa hacían siempre referencia a que era afroperuano y destinatario de los más extremos comentarios racistas posibles además de ser objeto de la burla constante de Ferrando: «mi compadre no es más bruto porque no ensaya». En otras ocasiones, para publicitar una conocida marca de bicicletas, lo hacía manejar una en el centro del escenario y pedía al músico tecladista que ejecutara música de circo: «¡bicicletas Goliat, tan fáciles de manejar que hasta un simio puede hacerlo!». Es imposible imaginar ese tipo de comentarios en la televisión actual.

Ingerborg Zwinkle, una alemana radicada en Perú desde hacía décadas dedicada a la filantropía e incapaz de expresarse correctamente en castellano, aparecía bajo el seudónimo de la «Gringa Inga». Esta conductora aprovechaba su limitación lingüística para hacer chistes: «Augusto, ¿tú sabes cuantas anclas tiene un barco?». Ferrando respondía: «una», a lo que ella replicaba «No, tiene once, porque Colón dijo ele-

ven anclas». Ferrando siempre se le quedaba mirando, sobre todo por su peculiar peinado: «Gringa, ¿ese es tu peinado o han hecho revolución ahí?». La Gringa Inga siempre mostraba solidaridad por los chistes contra Pomiano y lo abrazaba. Ferrando señalaba el abrazo y gritaba: «¡Miren la bandera pirata: fondo negro y una calavera!».

Como parte de los animadores también se encontraba Violeta Ferreyros, que desafiaba en esos momentos las expectativas conservadoras de un patriarcado criollo al no haberse casado. Igualmente, desafiaba a Ferrando cada vez que podía. «Augusto, ¿tú me cambiarías?», preguntaba coqueta. Ferrando le respondía: «Te cambiaría y te bañaría».

Uno de los más queridos miembros de la «plancha Ferrando» era un criollo: Leonidas Carbajal, que se regodeaba usando un léxico rebuscado de forma serena y casi natural. «Peripatética concurrencia, bienvenidos a este egregio programa». Carbajal recordaba la valoración y el poder de quien maneja el discurso y la popularidad que tienen las clases de oratoria en nuestra ciudad. Ferrando lo observaba y comentaba cosas como las siguientes: «¿a este lo han vacunado con aguja de victrola?», comentario prestado de Groucho Marx, y «¿de dónde has aprendido a hablar tanta tontería?».

Por último, cerraba la plancha de conductores Augusto Ferrando, quien había sido conocido como «Negro» en los sesentas; luego «Gordo»; para, finalmente, ser considerado «zambo» por su público, que lo ubicaba entre Tribilín y la Gringa Inga. Era también ambigua la percepción que se tenía de él, pues era visto como bondadoso y a la vez como cruel; como honrado y dadivoso, y, al mismo tiempo, como mafioso y egoísta. Era, pues, sumamente ambiguo en el significado literal de la palabra y, si bien recibía apodos por parte de sus compañeros, como «jockey de elefantes» o «ma-

madera de King Kong», nadie se atrevía a ganarle en un enfrentamiento de burlas frente a frente.

Dentro de las percepciones étnicas de la sociedad peruana, esta distribución parecía una arenga al percibido mestizaje, tanto el afroperuano como la gringa eran percibidos como torpes e ingenuos, mientras que el mestizo andino cholo y el zambo eran percibidos como «vivos» y epítomes de la famosa «viveza criolla». Las personas de la cola me hacían ver que Violeta les recordaba a una patrona, pues, a veces, se sentían mandados por ella, mientras que la Gringa Inga, a pesar de ser «gringa», permitía que el público se burlara de ella, complacía a su audiencia mandando besos, bailando o abrazando, lo cual la hacía cercana al romper cualquier distancia, fungiendo de ingenua o de «niña», lo que la hacía muy querida al invertir el orden de lo esperable.

Cuando el mítico Augusto Ferrando anunciaba una publicidad, era impresionante su velocidad mental para crear *slogans* de acuerdo con las coyunturas. En un principio, promocionaba cocinas a kerosene con el *slogan*: «Surge, la cocina del Perú», para cambiar, hacia los noventa, por cocinas a gas: «¡Cocinas Coldex, te duran hasta que te la roban!», o para anunciar una marca de cerveza que, al tomarla, afirmaba: «la penúltima es mejor que la primera», o hacia un banco que hacía préstamos: «¡Ahorra o nunca!». También, ya en los noventa, fue un pionero en el tema del *bullying* escolar: «Que a tu hijo no le pongan chapas en el colegio, dale leche Gloria». Un personaje recurrente en sus bromas y comentarios era el cómico Miguel Barraza, de quien hablaremos más adelante, y Ferrando contribuía a la fama que este tenía por distintos vicios, por lo que para hacer una publicidad de tallarines nos preguntaba como público: ¿los tallarines los pone?, y todos respondíamos gritando: «Cogorno», y luego aseveraba «¿y la pasta...? y todos respondíamos, ya condicionados: «¡Barraza!».

En plena época del *telepronter*, los anuncios del programa eran aún leídos por los animadores en fichas de papel (tal como se hacía hace casi treinta años), pese a los esfuerzos de la productora Peggy Lindley, que negoció exitosamente formas de modernización del programa y cedió en otras para lograr mantener el aroma que convertía a Trampolín a la Fama en un programa permanentemente nostálgico.

3. INTEGRACIÓN: SER ELEGIDO

Como su nombre lo indica, el programa, en un principio, se basó en el concurso de talentos, básicamente, de canto, pero podía extenderse a imitación y comedia y, a través del aplauso del público o a la eventual voluntad de Augusto Ferrando, se elegía a un ganador cada semana para, luego, probar suerte en una gran final. Eventualmente, los agraciados podían encontrar espacio en la Peña Ferrando, un espectáculo itinerante que, junto con el programa, era semillero de valores artísticos peruanos que hacían gira por todo el Perú y que tuvieron una memorable temporada en Estados Unidos.

Hacia mediados de los noventa, estos espacios fueron cediendo lugar a juegos, donde los escogidos de entre el público tenían que cantar espontáneamente o bailar, o participar en concursos que, en todo caso, estaban auspiciados por un tipo de marca, que, al financiar el espacio televisivo, abundaban, y tenían que abundar.

Como dije, era vital ser elegido, no en vano habíamos hecho más de doce horas de cola librados a casi todos los microclimas que esta zona del planeta Tierra puede albergar y bajo las circunstancias más duras que la Lima de los noventa podía soportar; todo para ser elegido por la entidad superior, ese titán televisivo de Ferrando.

Los trucos para ser elegidos de un público de entre doscientas cincuenta personas iban desde lucir vestidos estram-

bóticos (en el último programa que jamás hubo del programa una señora fue con un vestido hecho de etiquetas de leche gloria), llevar sombreros llamativos, pero, principalmente, pugnar por los primeros asientos y mostrar que, de alguna forma, uno podría ser un concursante que garantice un momento de humor y risa por los minutos que estuviera frente a cámaras. Por el valor que esta característica cobraba, podíamos fácilmente darnos cuenta de que se trataba de un bien escaso, puesto que, de no ser exigidas, las personas se mostrarían cansadas y usualmente apáticas, luego de tanta espera y tanto calor en el estudio.

Pararse con los brazos abiertos, mirar a los ojos al conductor con una sonrisa, mostrar alguna característica graciosa y responder gritando todo el tiempo a las preguntas de Augusto Ferrando, como por ejemplo: «¿ustedes saben cómo le dicen a Miguelito Barraza?» y todo el público, ansioso y al unísono, grita: «¿cómo?» a lo que Ferrando, con una serenidad única, responde: «le dicen Alma llanera», entonces el público grita fingiendo intriga, pero no entusiasmo: «¿por queeeeé...?» a lo que Ferrando responde con lo que podría definirse un toque de cinismo: «porque es hermano de la espuma». Acto seguido el público demuestra que es alegre y no apático, como aparentemente lo es el promedio de los participantes, a los que, en cada comercial, uno de los asistentes de Ferrando, o el mismo animador, reclama que no sea tan callado ni tan triste.

Una vez me contó Don Julio, asiduo asistente y a quien entrevisté en la cola, que había ganado un carnero vivo y se lo había llevado en un taxi a su casa. Llevaba doce años yendo al programa; Ferrando lo llamaba «abuelito», pero él decía que era diez años más joven que el animador. Otra vez, felizmente, no lo reconocieron y lo volvieron a sacar a concursar y me narró su aventura televisiva:

Le cuento. Hace un año me gané diez soles, que era plata, me pusieron mis tetas [se coge el pecho] y mi poto [se coge el trasero], me vistieron de negra y pusieron el alcatraz. Como me moví bien y no dejé que la negra me prendiera, el público me aplaudió y gané.

Don Julio me contaba aquella mañana con un entusiasmo desmedido su aventura y no había en ella atisbo de humillación; por el contrario, lo había sentido divertido y me comentó que lo veía como un juego. Luego lo pude constatar directamente en el set, porque al interior, el grupo realmente formaba una comunidad donde todos eran iguales y la humillación no era un concepto presente, al menos no como se podría percibir desde la televisión, sino, más bien, se trataba de un grupo de pares divirtiéndose, viendo gratis cantantes, escuchando chistes y, de ser posible, jugando con otros participantes por un premio divertido.

Cuando un concursante era elegido, el público pedía, cual circo romano, que el ingenioso conductor le ponga un apodo gritando al unísono: «¡chapa, chapa!». Generalmente, los apodos eran construcciones que no tenían mucho sentido, pero que hacían estallar de risa a la concurrencia: «faquir de pantano», «pericote goloso», «calavera de gallo» y, a un entristecido participante de pequeña estatura y nariz gan-chuda, «loro triste». Si observamos bien, los apodos, generalmente, son sustantivos acompañados de adjetivos bastante absurdos o asociaciones caóticas que generan risa por la evidente incongruencia. Los apodos no siempre son precisos, pero siempre hacen estallar de risa al público, puesto que ya el ambiente de carnaval está instalado y la risa se constituye en eco; es promovida y deseable en el espacio, incluso, es parte de la condición para ser elegido a concursar.

Los asistentes contaban que ellos, más que obtener un regalo, querían salir en televisión y ser reconocidos por

sus vecinos. Jugar ese juego tenía reglas muy definidas: había que estar despierto para poder ser elegido a dedo por el animador; saberle responder y no quedarse callado frente a sus bromas; y, sobre todo, mostrar siempre una sonrisa, habilidad para el canto y la creación de situaciones graciosas. Incluso, más de uno me comentó que no debían ganarle a Ferrando en las bromas, sino mantenerlo a él como lo que era, una suerte de hacendado siempre por encima de uno. Ello resultaba bastante fácil, porque Ferrando exhibía bastante agilidad mental.

Los concursos siempre fueron muy simples e iban desde tratar de adivinar descalzo y con los ojos vendados, solo por el tacto de la planta de los pies, qué material se estaba palpando (desde cereales hasta serpientes) hasta imitar a bailarines de *striptease* o de mambo (con acrobacias incluidas). Sin embargo, lo que ameritaba el premio no era ganar el concurso, sino lograr entretener al público, al animador y dar una imagen graciosa al programa si se respondía con velocidad.

Por ello, cuando Don Julio ganó el concurso, Ferrando le preguntó: «¿qué vas a hacer con este dinero, viejito?», a lo que este respondió con gracia: «con este dinero, Augusto, ¡voy a pagarles a todos los que les debo!», haciendo carcajear al público. Ferrando, complacido, aumentó el monto del premio: «muy bien, entonces esto es para que les pagues a todos los que les debes y esto para que te vayas a un hostal».

He comprobado, personalmente, que las probabilidades de entrar al set del programa eran reducidas, incluso haciendo la cola desde las cuatro de la mañana (Don Julio había estado haciendo cola desde esa hora y era el número 28 de la fila). Luego, ya en el programa, era difícil ser llamado a concursar; no obstante, cumplida esta posibilidad, el hecho de concursar no garantizaba un premio. Finalmente, este pre-

mio en ningún caso era lo suficientemente alto como para, realmente, valer la pena.

Entonces, conversando con las señoras asistentes me di cuenta de que ahí se pasaba, dentro de todo, un buen momento y se trascendía saliendo en televisión. Al día siguiente, o cuando el programa era emitido, puesto que muchas veces era grabado y transmitido en diferido, era frecuente que las vecinas les comentasen que habían sido vistas en televisión. De este modo, cualquier premio cobraba un capital simbólico si era otorgado por alguien a quien se le atribuía un significado especial, como lo era una figura como Augusto Ferrando, y si se había salido en una pantalla, un hecho capaz de romper una rutina que, ya para los noventa, era insoportable.

Estábamos pasando por una cruel inserción al liberalismo y en el mundo aún no existían el internet y sus likes; la religión formal estaba perdiendo espacios importantes y se buscaban, con desesperación, nuevas formas de trascendencia.

Al no poder ingresar una vez, nos fuimos a tomar un café al Berisso⁵ con un grupo de caballeros y Don Fernando (61 años) condensó este momento con un sentimiento significativo y motivador:

Tú eres una letra, un número más; la vida es una huevada. naces, vives pobre y te mueres, y no hay quien te entierre. El mundo es porquería, pero, si aquí me gano algo, supongo que algo vale, puta, que no soy un huevón más.

5. Celebre café de la avenida Arequipa, vecino al canal Panamericana Televisión.

¡HOY SE PRESENTAN MELCOCHITA VS BARRAZA! DOS REPRESENTANTES DEL HABITANTE CRIOLLO DE LA CIUDAD

La revista de variedades incluía un maestro de ceremonias que presentaba actos de malabarismo, magia, músicos y bailarinas sensuales. Al transcurrir el tiempo, los dos últimos espectáculos quedaron establecidos y, en el caso francés, se incluyó la posibilidad de departir con las bailarinas. Fue este mismo formato el que se trasladó a la televisión condimentado con pequeños sainetes costumbristas que luego devinieron en *sketches* e interludios musicales, que iban siendo de *rock & roll*, baladas y, de manera prominente, salsa.

Por su parte, Augusto Ferrando, durante sus locuciones hípicas, solía invitar a sus amigos a la cabina de radio a cantar y contar chistes formando, paulatinamente, una Peña Criolla bajo su propio nombre. Los reclutados tenían referencia de ser animosas para los espectáculos de su agrupación. A esta orden especial de finales de los sesentas y comienzos de los setentas es que pertenecen los cómicos Miguel Barraza, conocido como El Chato, y el sonero Pablo Villanueva, conocido como Melcochita.

Gigantografías anunciaban una pelea de box con los dos astros semidesnudos y enfundados con guantes dándose una golpiza. Se leía que se elegiría al mejor cómico del Perú.

Iniciaba el fin de semana y era de noche en la ciudad. En pleno corazón del distrito de Jesús María, a pesar de no quedar en una de las avenidas principales, su proximidad a una de ellas otorgaba al local del evento, el Maracaná, una ubicación privilegiada para el espectáculo que ahí nos congregaba. Buscando el espacio designado para el show en Internet, no quedaba claro si se trata de un centro de convenciones, de restaurante o de teatro. En realidad, tiene de los tres, pues en su interior se han llevado a cabo distintas propuestas. En las pancartas que esperan junto a la cola para ingresar al local sorprende la cantidad de espectáculos de «clones» o cantantes que imitan a famosos artistas internacionales, como Raphael, Camilo Sesto o José José. Yo recordé lo que alguna vez dijo Arguedas sobre el Perú: «imitar a alguien desde aquí resulta escandaloso».

El público tiene oportunidad de degustar piqueos calientes o platos donde destacan las frituras, especialmente el calamar frito empanizado. Es todo un festín a nuestro atávico horror al vacío en cuanto a sabores grasos y dulces, regados por litros de Inca Kola o de cerveza. Un recordatorio de cómo en un mundo donde cada vez está más de moda cuidar las calorías, la energía barata que nos dan la glucosa y las grasas, junto con la gratificación emocional, nos hacen preferir vivir intensamente el aquí y el ahora, y no por filosofía zen, sino por la gran incertidumbre a la que siempre estamos sometidos.

Melcocha y Barraza son parte importante de la historia de la comicidad del Perú, probablemente por eso los dos pisos del Maracaná lucían llenos al iniciarse el show; asimismo, a pesar de ser programado a las nueve de la noche, el espectáculo arrancó cerca de una hora y treinta minutos después, pero entre los asistentes no se detectó

ninguna molestia o reclamo: hasta los cinco minutos anteriores al inicio definitivo, era un ambiente lleno de parejas departiendo, tomando y comiendo.

El primero en aparecer fue Melcochita y, tras un nuevo intermedio musical, hizo lo propio El Chato. Los números de ambos iniciaron con el fondo del acompañamiento musical y el apoyo de pistas. Villanueva se apropió de todo el escenario y «rompió el hielo» con la concurrencia bromeando a uno de los asistentes de una de las mesas delanteras: «Saludos a Fernando. Se llama Fernando por lo feo que es». Aunque la analogía es bastante forzada, el ambiente se presta para la risa y funciona la característica *humillación* que hemos comentado en líneas anteriores.

Por su lado, Barraza ingresó bajo el marco musical de un corista y un teclado desde el que van sonando distintos efectos y melodías que le precedieron y escoltaron toda su presentación. De esta forma, comienza cantando y bailando al ritmo de la melodía para cerrar su introducción pidiendo palmas a los músicos; acto seguido, sus primeras palabras son de agradecimiento y alegría por la cantidad de espectadores que han llenado el local. Asimismo, comenta sobre su estado de salud y las recientes intervenciones quirúrgicas a las que fue sometido y concluye pidiendo aplausos para su doctor ahí presente. Es una buena forma de aceptar que tiene que traer el carnaval a escena y que él lo encarna.

Villanueva entra en acción desafiando el estereotipo racista que asocia a la comunidad chinchana con el festival donde se consumía gato doméstico, una licencia que suele darse con mayor fluidez en él, que se reconoce como parte de la comunidad afroperuana. Aun así, desafía los parámetros de lo convencional y provoca la risa, libera lo reprimido y lanza una agresión soterrada.

Melcochita:

«(A la mesa): ¿Ustedes son de Chíncha?»

«(Al público en general): Están comiendo gato a la caja»

Luego de los primeros aplausos y risas, ambos inician incorporando chistes breves con los que pueden ir capturando la atención de la audiencia. La connotación erótica permite ya adentrarnos en un orden donde todo comienza a estar permitido en la narrativa; el lenguaje se libera y la locura permite la incursión del absurdo.

Melcochita:

«Era un loco en el manicomio que quería cachar y le dice una chica: ¿Quieres cachar? ¿Tú estás loco?, le responde la chica. ¿Qué, tú estás acá de turista?», replica el loco».

El Chato:

«Paciente: Doctor, ¿cuánto me queda de vida?

Doctor: 10.

Paciente: ¿10 años?

Doctor: No.

Paciente: ¿10 meses, 10 semanas?

Doctor: 10, 9, 8, 7...».

Definitivamente, hay horror al vacío, una característica de nuestra cultura popular, tanto en la estética de los carteles como en los sabores que ya hemos mencionado y en la imposibilidad del silencio. Los dos cómicos tienen bajo la manga un repertorio de comentarios que pueden hacer frente cualquier interrupción. En el caso de Barraza, toma en cuenta lo que comenta:

«Cómo haces para hablar tan bajito, oye, huevón? Nadie ha escuchado, huevón. Ya, de una vez el pedido, no jodan, ya. De una vez el pedido, te voy a esperar. Esperamos, ¿no?»

En estos momentos de tensión y de incertidumbre, donde no hay una regla clara sobre cómo actuar, el público suele carcajearse como solución, así como la risa ha sido la solución a una serie de situaciones incómodas.

Durante sus representaciones, los dos cómicos incorporaron actuación, cambios en la entonación de la voz, dejos de distintos lugares del mundo y música, usando todos los estereotipos posibles. Podemos encontrar a Melcochita moviendo la cabeza y hombros mientras relata, manteniendo el micrófono en su parante, pero, también, retirándolo acorde con sus movimientos. Esta actitud es también compartida con su par. Por ejemplo, Villanueva salta de un lado a otro del escenario como aquel cojo que quería tener sexo con una prostituta; no obstante, era interrumpido por llamadas telefónicas de la recepción y debía desplazarse a contestar; finalmente, la última llamada es del vecino del piso inferior, quien le reclama si ha venido a cachar o a jugar mundo. Barraza hace lo propio y, con la música del teclado de fondo, simula el de los cubanos al contarnos un chiste que tiene como protagonista a Fidel Castro. En esta situación, el fallecido presidente despierta resaqueado tras una noche de borrachera; sin embargo, queda sorprendido al no encontrar a nadie a su alrededor; llama por teléfono a su hermano, quien le comunica que la noche anterior anunció que quien quisiera podía irse de la isla. Finalmente, Fidel le pregunta a Raúl dónde se encuentra y él responde que en Nueva York.

Melcochita:

«Entra un tipo y pide: mozo, tres cafés. Uno para mí, otro para ti y otro para la concha de tu madre. El mozo se queda de una pieza: está cojudo este. Al día siguiente, nuevamente llega el loco: mozo (gritando). El mozo responde: ¿qué quieres? En un tono de voz sereno, la misma vaina dice el loco: tres cafés, uno para mí, otro para ti... Ah, no (se dice el

mozo), si viene mañana, lo mato. Se consigue un bate así (indicando con las manos un bate de béisbol de gran tamaño) y lo espera (con las manos atrás camina acelerado de un lado a otro). ¿Qué quieres? Tres cafés. Uno para mí, otro... Lo agarra a palazos, le rompe la cabeza, se lo llevan en ambulancia, enyesado. A los seis meses regresa con muletas (simula el salto con la mencionada ayuda) ¡No escarmienta! (dice el mozo gritando). Luego el loco, en un tono sereno, pero también con cierto temor dice: dame dos cafés, nomás. Uno para mí, otro para la concha de tu madre y para ti no, porque el café te altera, huevón».

Como hemos adelantado, la música resulta fundamental en la presentación de los humoristas; además de los artistas que preceden los actos centrales y el inicio de cada uno de los cómicos cantando, estas melodías cumplen distintos roles, permiten aceptar ciertos errores o tomarse determinadas licencias desde el conocimiento que se comparte con la audiencia. De este modo, sirven como telón de fondo (en el mencionado chiste de cubanos, el teclado que acompaña a Barraza entona la melodía de «Qué cosa tan linda» del salsero venezolano Óscar D'León), como elemento de contextualización para las acciones (Villanueva con el sonido de su guitarra «lleva de viaje» a la audiencia a Francia, Italia, Japón, China y España; en estos lugares, simula el acento local e inventa palabras).

Por ejemplo, en el primer caso, al ritmo de «Para Elisa», del compositor alemán Ludwig van Beethoven, nos relata la historia de un peruano que, antes de viajar a Francia, recibe el consejo de un amigo de agregar a cada palabra la «é» al final. Por ello, cuando va a un restaurante, pide platos como un «ají de galliné» o una «mazamorré». Como el mozo accede a cada uno de sus pedidos sin mayor sobresalto el comensal, luego de pedir la «cuénté», concluye lo fácil que es el idioma.

Finalmente, el mozo le dice: «qué fácil, huevón. Si no fuera peruano, teagas de hambre».

Por su parte, el Chato nos cuenta sobre aquel gago que iba manejando mientras cantaba con mucho sentimiento «40 y 20», del cantante mexicano José José. En un momento de la canción, suelta el timón y choca aparatosamente con el camión que se encontraba adelante. Molesto comienza a exclamar: «La puta que te parió, la puta que te parió». El chofer baja y resulta que se trataba de un negro musculoso: «¿Qué has dicho?», le replica al gago y este, temeroso, responde: «La culpa la tengo yo, la culpa la tengo yo».

Finalmente, la música puede servir para dar ritmo al espacio entre los chistes. En ese sentido, encontramos el reconocido coro de la canción «Mandinga» de Buena Vista Social Club como pregón antes y después de un chascarrillo; este es introducido por el Chato en compañía del teclado y más adelante, en el último bloque, cuando ambos comparten el escenario.

Las temáticas abarcadas fueron diversas: aspectos de género u orientación sexual (como aquel homosexual al que le hacen un trasplante de trasero, pues el suyo se encontraba mal; así pues, finalmente, le advierten que cuide este nuevo trasero y él dice: «no he cuidado mi culo, voy a cuidar culo ajeno»), el sexo o los órganos de reproducción (cuentan sobre tres hombres que tienen el pene grande, popularmente llamados «pingones», y para ver quién lo tenía más grande deciden ir a un décimo piso y sacarse sus miembros. Al primero le llega hasta el cuarto piso; al siguiente, al segundo piso. Finalmente, el tercero decide no mostrar la suya, pues dice: «yo no me la saco, ni cagando. Mucho tráfico»), dificultades de habla y físicos (aquellos que hemos venido mencionando sobre cojos o gagos), raciales (los lugares fuera de Lima, tanto a nivel nacional como en los musicalizados por el teclado o internacionales por Melcochita), políticos

(como el loco que jugaba con excremento en el manicomio; al acercarse el doctor, el loco le dice que anda construyendo un doctor; cuando se le acerca un ingeniero, le dice que está construyendo un ingeniero. Al final, se acerca un congresista y este le dice que ya conoce la respuesta: «Ya sé. Me vas a decir que estás construyendo un congresista», pero el loco le dice: «No, para hacer un congresista se necesita más mierda»), familias (el hijo que quiere casarse con la hija del panadero, al comunicárselo a su padre, este le dice que no puede pues es su hermana; meses después, quiere casarse con la hija del farmacéutico y su papá le da una respuesta similar, luego con la hija del carnicero pero ocurre lo mismo. El hijo le dice a su papá que le va a contar a su mamá, pero este le dice que ella es una santa, no lo haga. Cuando le cuenta a su progenitora, ella le responde: «cásate nomás, hijo, que él no es tu papá»), religiosos (Isaac, quien iba a ser sacrificado por su padre, Abraham, por pedido de su dios; finalmente logra salvarse pues la deidad le dice que no lo haga y que, en su lugar, sacrifique a una oveja. Isaac nos dice: «menos mal que soy ventrílocuo, sino me mata este concha de su madre»), con la dicotomía entre el bien y el mal (tal como la historia del niño que confesándose con el religioso fingía no escuchar cuando este último le interrogaba por las limosnas dejadas por los fieles, tras repetirlo algunas veces, el Padre opta por cambiar de sitio; en ese momento, el menor le interroga por la mujer con la cual el sacerdote mantiene relaciones, admitiendo este último que efectivamente no se escucha bien), entre otros.

→ Por último, existe la posibilidad de improvisar e incorporar aspectos coyunturales. De este modo, tuvimos la mención al Pastor Alberto Santana, cuyos escándalos y desbalances sacudieron a la capital, así como las negociaciones subrepticias del juez César Hinostroza y otros magistrados. Igualmente, los

cómicos pueden combinar algunas de las temáticas mencionadas en el párrafo anterior. Por ejemplo, en el caso del gago cuyo hijo le confiesa que es gay, el padre, a partir de la forma como suena esta palabra, le responde: «no, hijo. Yo soy el rey, tu mamá es la reina y tú eres el príncipe». Asimismo, se encuentra el chiste que menciona que Jesús le pregunta a Judas si lo ama, a lo que el apóstol responde: «Señor, el maricón es Juan». Aquellos que incorporan el sexo con otras temáticas suelen ser los más celebrados por la audiencia; especialmente, en los casos donde pueden resultar más transgresores, como en lo referido a la religión o la familia:

Melcochita:

«Una lora le hacía cachos al loro, la lora era pituca. "Loro cabro" y no podía, no tenía cómo pasar... le habían cortado el... y el loro estaba: "Concha su madre". "Loro maricón", seguía la lora. Entonces el loro ve un cable, agarra una tablita y pasa: "Ahora dime cabro". Le comienza, pues, tú sabes, y en el momento que se le venía la vía marítima, el dueño de la lora agarra y le mete un palazo al loro: lo mata. El loro se va armado al cielo. San Pedro, "no seas pendejo", le dijo, "¿cómo vas a entrar así?, entras así y me quitan la llave, huevón. Anda date una vuelta para que te pase esa huevada". El loro a la media hora regresa, ya mortadela. "Ya, pasa, ahora sí puedes pasar. Sácame de una duda, ¿cómo hiciste para que te baje la vaina?" "Lo que pasa es que, cuando salí, vi una palomita blanca y..." "Concha tu madre, te has tirado al Espíritu Santo"»

El Chato:

«Una chica le dice a su mamá: "mamá, ya no me quiero casar". "¿Cómo no te vas a casar? ¡Eres estúpida!", le responde la madre. La mamá era bien achorada, del Callao. "A mí me vas agarrar de cojuda, ¿por qué no te casas?" "Mi novio malogrado", dice la chica. "¿Fumón?, yo te decía". "No", y la hija señala con la mano que el novio tenía un pene grande. "¿Malogrado?", dice la vieja, "¿malogrado?, ¿estás segura?" "Ay, mamá, es una monstruosidad", dice la chica. La vie-

ja le dice: "tengo que verla". "Pero, mamá, ¿cómo la vas a ver?", replica la chica. "Tengo que ver lo que se va a comer mi hija, ¡carajo!". "Pero, mamá", insiste la chica. "¡Callate!". "Mamá, ¿cómo vas a hacer?", pregunta la chica. Agarra y hace dos huecos en el baño para mirar. Vieja sapaza. Llega el fulano y se saca la huaranga, "¡plam!". Era tan grande que "pum" (simula el rebote del pene y le da en la cabeza). Se ha hecho un chichón, estaba medio aturdido: "¿Dónde está?", la agarra y la mete al váter. Hasta el váter hizo gárgaras. "Grrrr". La hija: "ya ves, mamá, esa es una monstruosidad. Yo no quiero casarme". Se estaba yendo y la vieja: "Ven acá, mierda. O te casas tú o me divorcio yo, pero esa pinga no sale de esta casa".

Como hemos señalado, en uno y otro momento, durante la presentación de alguno de ellos, o en el tercer acto, cuando ambos interactúan, el lenguaje utilizado está cargado de jergas y groserías, pues, como afirma Villanueva, son las libertades que uno puede tomarse entre adultos y sin la mediación de una cámara de televisión. Este último bloque inicia con ambos cómicos discutiendo en su entrada al escenario, el animador pide aplausos para ellos, pero pronto Barraza le pide parar. Más adelante, deciden limar asperezas con bromas del uno al otro; así pues, el Chato inicia refiriéndose al hecho de que su compañero es negro y lo compara con el carbón, se refiere a su condición de sonero y concluye mencionando la frase más conocida de su par, «¡no vayan!», indicando, en voz infantil, que esa fue una de las primeras cosas que Melcochita aprendió a decir. En ese sentido, con el teclado ejecutando un festejo afroperuano, nos cuenta que, cuando Villanueva era niño, su mamá lo llevó a la playa y comenzó a airearlo; tras un rato, un curioso le dice: «si no le echa kerosene, esa huevada no va a prender». Este otro, por su parte, a pesar de ser mayor, inició haciendo alusión a la edad de Barraza, luego al hecho de que su par perdiera en el

programa de televisión «El valor de la verdad» por negar que tomaba viagra y, por último, se defendió de lo dicho sobre su color de piel («¡Vete a la concha de tu madre!»).

Como parte del mismo número, ambos complementaron sus intervenciones con chistes y bromas enmarcadas dentro de las temáticas descritas en las líneas anteriores. A partir de ello, encontramos que las descripciones suelen ser dadas en gestos o actuaciones, pero también los diálogos de los protagonistas de los chistes se dan uno tras otro, sin la necesidad de especificar quién lo dice, pues la entonación o forma de hablar nos da pistas sobre ello. Igualmente, muchos de estos eran contados como anécdotas cercanas: «la otra vez...», «me contaron que...».

En el cierre, ambos comediantes cantaron el pregón de la mencionada «Mandinga», soneando uno tras el otro. Es en ese momento que el animador anuncia el final. Pero, antes, pregunta a la concurrencia quién había sido el vencedor pidiendo aplausos para cada uno de ellos. Finalmente, concluye diciendo que el vencedor es el público, pues, como mencionó el Chato al iniciar su actuación, no había más cómicos como ellos. Antes de salir del escenario, los humoristas se toman una foto junto al público del local como fondo, quienes los aplauden de pie o con las palmas en alto.

Como lo que sigue es el silencio de la calle de madrugada, queda recordar cómo todo ha ocurrido en un espacio debidamente cerrado donde, bajo el velo del humor, ha sido posible hablar de todo lo que en un contexto público sería censurable o escandaloso. Lo sería hace cincuenta años cuando ambos comediantes se iniciaban en la Peña Ferrando como lo sería mucho más ahora que la vigilancia acerca de los discursos de género, racismo, la discriminación por algún desafío físico y la violencia es mucho más incisiva. Sin embargo, al igual que en el caso de Trampolín a la Fama, el

que tiene el don de la comedia tiene el poder, genera una comunidad de público risueño. Llama la atención cómo incluso en los tiempos intermedios, cuando los comediantes solo rumorean o piensan o murmuran, su público ríe, o busca ayudarlos a provocar risa. Es como si buscaran otorgarle esa función tanto obligatoria como deseable. Es así que el acto de generar risa y unir al grupo no es solo un poder inherente del comediante, sino que el mismo público se lo otorga y busca mantenerlo así porque lo disfruta.

Ahora imagínate un ambiente donde quien tiene el poder corre también un riesgo. Es decir, tanto en Trampolín a la Fama, como en los espectáculos de Melcochita vs Barraza, el poder indiscutible era el de los animadores que venían de un ambiente propiamente criollo, masculino y basado en el chiste agresivo hacia «el otro». Pero entremos ahora al universo de la *vedette* peruana donde el espectáculo lo dirige una mujer rodeada de una audiencia que no solo quiere reír. Ella se encuentra en clara desventaja, pero tiene una de sus mejores armas: el humor.

EL NIGHT CLUB LAS MASCULINIDADES PUESTAS DE CABEZA

Ingresar a un *night club* para caballeros en Lima es entender cómo el espacio también performa como un «no lugar»: una calle nocturna en una zona industrial, una zona fría y húmeda, usualmente desértica, donde no hay mucha interacción o donde la que hay es sospechosa o da miedo. El área se transforma totalmente una vez que uno cruza el umbral de la puerta enmarcada por figuras de neón y gigantografías. A un lado, una ventanilla para pagar el derecho a ingresar a un lugar de no memoria, puesto que uno es escudriñado por los agentes de seguridad que no solo se concentran en armas, sino en cámaras o cualquier cosa que registre lo que pase adentro. En resumen, se trata de un espacio estrictamente privado: lo que va a pasar adentro realmente nunca pasó.

En el interior, los espacios son oscuros y las paredes lucen surcadas por avisos de neón, rosados, verdes y lilas, estridencias que marean al que recién ingresa. El espacio total está dividido en un auditorio, consistente en una serie de mesas, y en un escenario, iluminado por un chorro de luz que cae del techo y que revela la textura del humo del cigarro que colma el lugar. También hay un olor raro e intenso, de perfume, y un poste para *pole dance* donde se turnan distintas bailarinas de *striptease*. En las mesas, grupos de hombres, generalmente en despedidas de solteros, en salidas de ofici-

nas, reencuentros o celebraciones cumpleaños, están vinculados en torno a jarras de cerveza, algunos piqueos y ceniceros llenos de cigarros que las anfitrionas constantemente están proveyendo.

Carcajadas, silbidos y conversaciones en voz alta, porque la música pop de fondo siempre está en volumen fuerte. Las que parecen indiferentes y siempre serias, mirando a la nada, son las chicas que hacen el *pole dance* y al mismo tiempo se van despojando de sus vestimentas al ritmo de la música. El semiólogo Roland Barthes sostenía que la danzante nunca quedaba totalmente desnuda, puesto que la propia danza era ya una suerte de vestido. Lo mismo propone John Burger para la pintura en el desnudo, que, como todo en el arte, resulta un vehículo, una excusa, o un traje, para la exhibición del cuerpo de la mujer. Las chicas circulan de forma itinerante frente a todos presentadas con seudónimos rematados en diminutivos: Barbie, Mandy, Sally, y son especialmente solicitadas las recién llegadas de Brasil o Colombia. Se nota, en suma, que se trata de un trabajo agotador y desgastante.

El espectáculo principal y más esperado era sin embargo la presentación de una *vedette*. *Vedette* es el nombre que reciben las artistas que, siendo principalmente bailarinas, son conocidas como animadoras de eventos populares y ocasionales actrices en comedias de teatro o televisión popular. El hecho que diferencia a la *vedette* de otras artistas que bailan en espectáculos locales es que ella es reconocida como una artista individual que puede animar, por sí sola, un evento, al ser el centro de la atención.

Así, una *vedette* puede ser la animadora de un concierto de cumbia o de salsa, puede hacer ella sola un espectáculo en una despedida de soltero o puede ser el centro en un show solo dedicado a ella. Su rol principal es el de animar, pero lo hace acompañada de su capacidad para el baile y siempre

ataviada de diminutos bikinis y, algunas veces, de un armazón de plumas y zapatos con plataformas muy altas.

Si bien lo que define a la *vedette* es su capacidad para ser protagonista en este tipo de espacios, este no es el primer paso en su construcción. En realidad, ella ha sido creada previamente en las imágenes de la prensa y, en menor grado, de la televisión. Durante la primera década del siglo xxi, la *vedette* fue la estrella principal de los *night clubs* para caballeros; ella aparecía recién a las dos de la mañana y, a diferencia de las chicas que habían hecho *striptease*, ellas eran presentadas con nombre y apellido. Además, como ya se mencionó, la *vedette* siempre traía consigo una historia previa sobre su vida en los medios de comunicación y en los programas de chisme, antes de ser destronada por las más globalizadas chicas de los programas *reality*.

No obstante, la gran diferencia respecto de las chicas que hacen *pole dance* es que la *vedette* interactúa de forma directa, frontal, con las distintas mesas que, como hemos señalado, están pobladas por hombres ebrios, altamente excitados y con un explosivo ánimo festivo. ¿Cómo hace ella para poder protegerse frente a semejante amenaza? Junto con la seguridad del local y la capacidad de controlar con advertencia y acción a los que se propasan, el humor juega un papel fundamental en la estrategia de la *vedette*.

1. EL CARNAVAL NOCTURNO

Podríamos hablar de una suerte de carnaval, la famosa fiesta de inversión cuyos orígenes se encuentran en los cultos a Baco o Dionisio y que se caracterizaban por abrir un umbral temporal de risa y diversión. La teoría para el estudio del carnaval llegó de la mano de la crítica literaria por parte del ruso Mihail Bajtin, específicamente del análisis de la cultura popular en la saga de Gargantúa y Pantagruel, de François

Ravel, específicamente en su análisis del carnaval de la Edad Media, en 1987. Siendo la categoría de carnaval similar a los rituales permitidos en el mundo católico, el trabajo de Bajtin ha sido vigente; sin embargo, ha ido más allá. En las comedias mediáticas, tanto en TV como en cine e internet, se dan constantemente casos en que las estructuras formales permiten la irrupción de inversiones de la realidad social, la relajación de las jerarquías o el relajamiento del lenguaje. A partir de esta posibilidad, el carnaval entró a la corriente de los estudios sociales, no solo como ritual, sino como una categoría constante en la que una sociedad se entiende por oposición a la regla. Como vemos en estas aproximaciones, la misma estructura ha permitido a la teoría el definir personajes anti estructurales.

El carnaval fue permitido por la Iglesia Católica como una liberación que solo podía darse hasta el miércoles de cenizas, cuando comenzaba el tiempo de guardar de la Semana Santa. Durante la Colonia, dicha celebración coincidió con las festividades relacionadas con la fertilidad en época de lluvias en la región andina.

En ese sentido, el carnaval persiste en fiestas específicas en diferentes áreas del territorio peruano, pero, en la ciudad de Lima, se ha limitado a una relajación de jerarquías consistente en tirar globos de agua a incautos transeúntes (juego que ha sido prohibido paulatinamente por la ley). Sin embargo, el carnaval se ha privatizado en espacios lúdicos donde se abre la permisividad, se relajan las reglas y se invierte el orden social. Desde fiestas de fin de semana acompañadas de borrachera hasta programas cómicos donde la risa se vuelve una suerte de eco compartido, todos acordamos implícitamente que esos espacios «son para reír» e incluso celebramos cualquier acción que el *performer*, sea un improvisado can-

tante, un orador lúdico de la calle o un actor cómico, realice en el «contexto carnavalesco».

2. EL CABARET PERUANO

El espacio de cabaret peruano, esta especie de *night club* criollo, es, primero e indefectiblemente, machista: construido para la mirada masculina y afirmativo de los valores patriarcales. Por ello, es llamativo que, para poder protegerse, la *vedette* tenga que convertir dicho ambiente en un espacio de inversión y carnaval de burla.

Para entender qué aspectos la *vedette* emplea para poner de «cabeza al mundo», tendríamos que comprender, primero, que la masculinidad es una construcción de género difícil de lograr y en permanente estado de construcción. Si toda sociedad crea rituales de pasaje para arrancar al sujeto masculino de la figura materna para convertirlo en lo que cada cultura considera «hombre», de forma permanente, dolorosa y constante; entonces, el individuo masculino tendrá que ser convencido, y buscar convencerse, constantemente, de que ha logrado la tan ansiada consecución de la masculinidad durante toda su vida. Por tanto, se esperaría que, al tener frente a sí a una *vedette*, esta otredad total, ello lo ayudase a afirmarse. Sin embargo, durante todo el espectáculo, la *vedette* tomará distintos voluntarios de entre el público y jugará con ellos con el solo objetivo de desafiar su masculinidad, de ponerla de cabeza.

¿Masculinidad desafiada? No niego que la imagen de la *vedette* como objeto de consumo sea un medio de afirmar masculinidad entre los miembros del público y que pueda verse como trofeo, cosificación del cuerpo o anulación de atributos que no sean los corporales; sin embargo; las cosas nunca suelen ser tan simples en una sociedad poblada de contradicciones como la peruana. Este es el motivo por

«Es necesario entender a la vedette como un personaje transgresor que, por un lado, cuestiona el conservadurismo impuesto en los conceptos de decencia, pero también, que articula y evidencia las contradicciones en la masculinidad de su público».

el cual es necesario entender a la *vedette* como un personaje transgresor que, por un lado, cuestiona el conservadurismo impuesto en los conceptos de decencia, pero, también, que articula y evidencia las contradicciones en la masculinidad de su público.

De este modo, el *night club* se va a convertir en el espacio de carnaval donde se van a invertir tres planos de la masculinidad que Norma Fuller definió en 2001, más bien, como «masculinidades», pues tienen distintas características durante el desarrollo y crecimiento del individuo urbano peruano. Estos tres planos son los siguientes:

- El plano natural: en el cual se incita al joven varón, usualmente por sus pares en los últimos años de su etapa escolar, a mostrarse fuerte y sexualmente potente, es decir, a mostrar virilidad.
- El plano doméstico: en el que se le exige al hombre ya crecido y como padre de familia a ser proveedor y responsable, en una sola palabra, a mostrar hombría.
- El plano público: donde se le exigirá al varón a exhibirse como poderoso económica y políticamente, y a tener contactos en la esfera pública, en otras palabras, a ser exitoso.

Estos tres planos son contradictorios entre sí, puesto que exigen del varón fortaleza y ternura, estar fuera de casa y dentro de ella; además, cada uno de estos planos, si no es llevado con equilibrio, es juzgado por la sociedad. Así, por ejemplo, si el chico se dedica a mostrar su virilidad constantemente, es juzgado como perverso; si el hombre suele pasar tiempo en su casa, es juzgado como dominado; y, si permanece más de lo debido en el trabajo buscando ser exitoso, es juzgado como ausente. Es interesante también notar cómo el grado de «hombre» es algo que puede diluirse en cualquier momento frente a cualquier situación en el imagi-

nario colectivo: frases como «compórtate como un hombre» o «los hombres no lloran» nos lo recuerdan constantemente. Por otro lado, Fuller sostiene que las revoluciones feministas y las crisis económicas del siglo xx han generado una pérdida de poder en los varones, que han visto afectada su legitimidad y debilitado su poder, lo que ha mermado las bases del patriarcado, aunque sin hacerlo desaparecer. Por todo lo anterior, las *vedettes*, en su performance, reproducen algo que inquieta a los hombres: perder su masculinidad al ser feminizados públicamente.

Especifiquemos algunos detalles más sobre la *vedette*. Se trata de un personaje disruptor, claramente diferente y llamativo. Una vez que sube al escenario, hace una coreografía de danza cantando a través de un *playback* y acompañada por bailarines masculinos que la rodean y dan la ilusión de mayor movimiento, pues ella está limitada por el armazón y las plataformas tan elevadas que emplea. Una vez terminado este preámbulo es que realmente comienza su rutina. Esta consiste en esperar el pomposo anuncio a su persona, besar al animador y saludar al público. Usualmente, entra en un diálogo muy breve que busca generar una rápida complicidad con el público: «¿Quién puede más: los hombres o las mujeres?», «¿Cuántos son del Alianza, de la U, del Cristal?». Luego, vuelve la música que la banda de turno toca, generalmente cumbia o reggaetón. Es en ese momento que rompe con la comodidad de la separación escenario-audiencia e invade los fueros del público. Como parte de su espectáculo, la *vedette* suele pedir voluntarios y baila con ellos, ya sea individualmente o en grupo. Curiosamente, no cambia mucho la rutina de los *night clubs*: desgarrar la camisa de los hombres o les exige desnudar su torso y exhibirlo al público, echarse en el suelo o participar de comentarios sobre su hombría.

Aquí, inevitablemente, recordamos, junto a las *vedettes*, la perspectiva freudiana del chiste, en donde los contenidos reprimidos socialmente son liberados de manera inofensiva a través del humor. ¡Qué magnífica ocasión para cuestionar la calidad masculina es la que dan los *night clubs*! Hagamos, ahora, un repaso detallado de este cuestionamiento en cada uno de los planos ya mencionados.

A. DESAFIANDO EL PLANO NATURAL: LA VIRILIDAD EN TELA DE JUICIO

La *vedette* Eva María Abad preguntaba a uno de los asistentes, que ella previamente había elegido como compañero improvisado de baile: «¿Te gusta hacer sexo por atrás?» a lo que el entusiasmado participante respondía rápidamente «¡Sí!», mientras que Eva María repreguntaba: «¿Y no te duele?». Las carcajadas de todos los hombres, incluida la de la víctima del chiste, generaban en torno a ella una comunidad cómplice, pero también temerosa, pues todos ahí sabían de lo vulnerables que eran ante chistes que podían «feminizar» su propia masculinidad.

En este contexto de construcción conflictiva, el espacio lúdico que plantea la *vedette* confronta el aspecto relacionado con la virilidad de los miembros del público que aceptan performar con ella. Y este es casi un campo de batalla donde solo sirve salir airoso. Al respecto, Eva María Abad nos dio su propio testimonio sobre el humor en los casos de un público agresivo:

Tú sabes, a los peruanos les gusta hacer esos chistes subidos de tono cuando te ven, o sea en una despedida de solteros, pero tú debes pararlos con otro chiste... «¿Dónde quieres besarme?», haciéndome la inocente, lo hago cerrar los ojos y traigo a uno de los bailarines hombres para que lo bese. Cuando las personas están borrachas, muy borrachas, siem-

pre hay una oportunidad de derrotarlos. Tienes que estar siempre un paso adelante.

Por ello, es necesario exponer a los hombres a los chistes relacionados al tamaño y capacidad de erección del pene («papito, no te sobresale nada») o, en todo caso, humillarlos por ser considerados «mañosos». La *vedette* recrimina públicamente a su ocasional *partner*, le jala los cabellos, le aprieta el cuello, sugiriendo que no es un hombre, sino un niño, e incluso llama a seguridad para que lo sometan a un probable hostigamiento. En algunas ocasiones, he visto a la *vedette* frotar parte de su cuerpo a la altura de la ingle de varón para exclamar, sorprendida y desalentada, «froto y no siento nada». Lo que ocasiona la feroz risa del público.

B. DESAFIANDO EL PLANO DOMÉSTICO: LA HOMBRÍA EN TELA DE JUICIO

Gladys Trocones, como la mayoría de *vedettes*, es empresaria y manager de sí misma y, en su camioneta lleva globos, trajes de payaso, y demás elementos que servirán para hacer juegos con los posibles concursantes que ella convoque para los distintos juegos entre baile y baile. Uno de ellos consiste en que una pareja de hombres se desvista mutuamente y se vista, pero con trajes de payasos. Otro es conseguir que dos hombres empujen con sus cuerpos un globo hasta hacerlo reventar, fingiendo entre ellos posiciones sexuales. La idea es que, como en Trampolín a la fama, el espectáculo para todos, incluido el participante, termine siendo más divertido que humillante. Sin embargo, la *vedette* es consciente de que hay hombres mucho más agresivos que otros:

Yo elijo al más malcriado, al que hace más bulla, a ese lo saco, y le quito la camisa, le aprieto la nuca y le digo: ¿tu mamita no te enseñó a comportarte?; luego, lo pongo en mis faldas y

le saco su correa y le doy con su correa en su espalda, le dejo marca ahí, como recuerdo para su esposa.

El *night club* es un espacio que ofrece, como garantía, la protección de la identidad de sus concurrentes: siendo muchas veces hombres casados o comprometidos, es menester evitar espacios de chantaje o delación. Puede decirse que este es uno de los espacios en donde la autoridad y dominio del espacio público de los varones quedan relativizados por la necesidad de discreción y el miedo a ser descubiertos por su entorno familiar y ver mellada su honorabilidad.

Un caso interesante y excepcional es el de la *vedette* Elvira Palomino, cuando hacía presentaciones para el diario «Ajá» en festivales que se hacían al mediodía y que implicaban presencia de público masivo sin ningún tipo de discriminación de género o edad. Elvira era consciente de que concentraba las miradas masculinas, pero se mostraba conciliadora con las esposas de los caballeros:

Yo soy medio psicóloga; por ejemplo, si veo entre el público a una pareja, trato de ganarme a la esposa, que no se pique, que no se ponga celosa. Soy consciente de lo que causo con el vestido, la ropa de trabajo; yo sé que llamo al morbo a los hombres. Me he jugado bromitas con las esposas: señora, ¿cuántos años de casados? ¿Cómo hace? ¿Cuál es el secreto? Al señor lo veo bien cuidado. Me quedan mirando. A la que me mira mal, a ella me pego: ya pues, señora, con mucho respeto, ¿me presta a su marido? Una vez una señora me sorprendió porque me respondió: ¡Lléveselo, no soy celosa!

C. DESAFIANDO EL PLANO PÚBLICO: LOS HOMBRES NO SON LOS ÚNICOS EXITOSOS

La mayor presencia de las mujeres en cargos administrativos y en la jefatura de los hogares, la irrupción del movimiento feminista y la legitimización de las identidades LGBTIQ+ han vulnerado una hegemonía patriarcal que parecía indis-

cutible y, actualmente, el hombre se siente interpelado en cada plano de la vida pública. Esto, tal vez, no haya mermando todavía el poder político y económico que se observa en la distribución de la balanza de cargos y salarios, pero los pesos se están inclinando hacia problematizar la inequidad.

En su relación con la *vedette*, vemos cómo, por un lado, esta representa una «otredad» total. Frente a ella, el hombre puede sentirse afirmado frente a una chica cuya base de trabajo es la danza y la exhibición de su cuerpo semidesnudo. Sin embargo, la *vedette* ha sido también una suerte de sinónimo de éxito empresarial, dado que tiene una carrera exitosa y es un personaje que aparece en el espacio público. Todas las *vedettes* a las que entrevisté llevaban a cabo varias labores paralelas: Gladys Trocones se dedicaba a dar clases de aeróbicos, estudiaba diseño de modas y planeaba negocios; Elvira Palomino se dedicaba a la educación inicial; es conocido el caso Susy Díaz, que invirtió en departamentos; así como el de Monique Pardo que tuvo una carrera de cantante, *show woman* y periodista.

Al ser una profesión de corta vida, las *vedettes* han optado por invertir en negocios que han ido desde gimnasios, jugueterías o comida en general, como parte de todo un ambiente de emprendedurismo peruano. Este plano no es gracioso, pero es feliz porque anuncia que, aun dentro de una de las áreas más machistas de nuestra sociedad, las mujeres se abren paso y las *vedettes*, como empresarias y managers de sí mismas son parte de este hacer camino al andar.

V

SONRISA EN LA BOCA CONCLUSIONES





A lo largo de esta travesía, hemos descubierto que la risa nacional tiene algo peculiar que haría feliz al mismo Aristóteles: nos gusta reírnos de lo que nos disgusta, un hecho que puede usarse fácilmente como un vehículo para humillar. En pocas palabras, nos gusta lo que nos disgusta. Nos burlamos del otro, o de nosotros mismos, a partir de las características que encontramos en nosotros mismos.

Asimismo, hay una aseveración interesante que hacer: no encajamos en los patrones estéticos, morales o de conducta de los modelos extranjeros que se pregonan por los medios masivos y que se vienen pregonando desde que fuimos Colonia.

La burla es una burla general hacia la misma condición de ser peruano y, por su puesto, hacia las características del «otro», que siendo peruano no encaja en las características propias de la modernidad y que implican ser despierto, productivo e ingenioso o, como me lo describió una señora en la cola de Trampolín a la Fama: «aquí es distinto estar vivo que serlo».

Dicho esto, también el humor agresivo se alza como parte de una feroz dinámica de supervivencia propia de un discurso de una sociedad dividida colonialmente, donde hay personas más iguales que otras y donde las identidades hombre - mujer - homosexual - costeño - andino parecieran ser

irreconciliables, pese al discurso técnicamente democrático que nos atraviesa. Así, el humor forma parte de esta tensión y un discurso llevado a cabo por años por parte de un cómico de la calle se resignifica totalmente cuando se graba y se difunde por internet. Pasa de ser festivo a ser sumamente ofensivo, de ser aprobado a ser sancionable, habiendo dicho exactamente las mismas palabras para un distinto público en un distinto contexto, dando risa o indignando por el mismo contenido.

En un homenaje a Freud y a la idea de Ulises, usamos el humor como aquel Caballo de Troya que permite naturalizar una agresividad que hace nuestra convivencia social tan insoportable como invivible para distintos grupos sociales. Sin embargo, al mismo tiempo, se han constituido en formas de protección, de las que hemos sido testigos, a través de las interacciones en Trampolín a la Fama, pero, sobre todo, en el caso de las actuaciones de las *vedettes* que consiguen poner en jaque cualquier intento de agresividad y generar complicidad de un público masculino igualmente vulnerable.

Para que exista humor, debe haber dos planos que corran paralelos y que, repentinamente, se crucen, reduciendo el significado original a algo totalmente distinto. Durante uno de sus últimos programas en televisión, Augusto Ferrando, que siempre había sido flexible en sus preferencias políticas, anunció que Fujimori acababa de convocar a un concurso de chistes políticos: el primer premio sería... diez años en la cárcel. Así, el primer plano era el de un inocente concurso de chistes; el segundo, la vigilancia que ejercía un Estado que había dejado de ser democrático al momento que Ferrando narraba el chiste. Ambos planos se cruzaban sorpresivamente, el segundo sobreponiéndose al primero, el concurso generando la prisión, dando lugar a la risa (sobre todo ahora, con mayor distancia).

Como se evidencia, nuestra capacidad de predecir quedaba sorprendida, produciendo un relajo de la tensión inconsciente y generando la reacción respiratoria llamada risa. En breve: la sorpresa leve nos produce la risa. Lo interesante es descubrir que, en nuestra mentalidad peruano urbana, confluyen una serie de planos que buscan mantener estamentos, ya sea de género, de clase social o de apariencia étnica donde «cada uno debe estar en su lugar» y que, de no ser el caso, se recompondrán mediante el empleo del humor.

A través de las visitas temprana a Trampolín a la Fama, he visto con sorpresa cómo la burla y el apodo surgen a partir de comentar la apariencia de los concursantes y, precisamente, al hacerla notar en los concursos donde debían bailar (resaltando su gordura o su edad avanzada), o hablar o cantar denotando su nerviosismo. La burla nace de confirmar la imperfección y las limitaciones que los concursantes y los animadores presentaban en contraste con los ideales de belleza, de ritmo o de comportamiento adecuado.

Esta idea, que articulaba de manera casi perfecta la perspectiva de Aristóteles acerca del humor como vehículo de humillación, también rebelaba que el paradigma de la perfección estaba lejos del peruano promedio. Peyrano y Sánchez León comentaban en 1984 que en los programas cómicos existía una auto-burla referente a la impuntualidad, la falta de honestidad, la consabida viveza criolla, la apatía, la flojera.

El punto de anclaje sobre el que gira la comparación parte de una percepción que es herencia de una historia colonial que descalificaba al poblador rural frente al europeo, conquistador y colonizador, o a los paradigmas locales, que son vistos como imperfectos, frente a los foráneos. Los discursos racistas que se reforzaron en la Colonia para afianzarse como cotidianos en la Independencia ayudaron

«Podemos entender el humor como una suerte de barómetro que mide lo que una sociedad teme o esconde, y que necesita maquillar en forma de chiste».

a calificar como «huachafo» toda pretensión de un poblador andino de acreditarse mediante valores foráneos o ascender socialmente. De ahí que Tulio Loza, aprovechando esta categoría, auto-parodiaba a su personaje de migrante andino acriollado presentándose como «Nemesio Chupaca Porongo, más conocido como el gringo Williams»; es así que la cultura popular urbana que canalizó el discurso de la modernidad hacia los grupos migrantes y los nuevos limeños en la década de los ochentas sea descrita de forma despectiva en una de las acepciones que el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española tiene para la palabra «chicha»:

4. f. Perú. U. en aposición para referirse a cualquier manifestación cultural de origen occidental interpretada y desarrollada por inmigrantes andinos en ciudades grandes como Lima. Cultura, música chicha.

5. f. Perú. U. en aposición para referirse a toda actividad informal, de mal gusto y de baja calidad.

Cuando hemos entrado en un espectáculo de narraciones de chistes por parte de Miguel Barraza y Pablo «Melcochita» Villanueva, hubo que ritualizar la presencia en un lugar que se presentaba como totalmente extra cotidiano, anunciado como un duelo y donde la hilaridad era mayor cuando, fuera del libreto, los cómicos se burlaban de ellos mismos o, mejor aún, de algún miembro del público. El discurso democrático donde la agresividad está mal vista y la violencia solo puede ser ejercida por el Estado encuentra su contraparte en el humor que revela que el ataque sorprende como los incongruentes apodos de Melcochita que siempre buscan integrar y denotar de todos modos afecto cómplice («mi estimado perfil de uña de cóndor»), o su consabido insulto que hace con un tono y ritmo especial que, según nos comentó, es indispensable para el efecto humorístico: decir «imbécil» enfatizando la sílaba acentuada.

Con lo dicho, entonces, podemos entender el humor como una suerte de barómetro que mide lo que una sociedad teme o esconde, y que necesita maquillar en forma de chiste. Lo llamativo es que este Caballo de Troya ha revelado una gran agresividad en donde el chiste ha sido parte del *bullying* escolar, la agresividad racista y machista y la burla ante la torpeza ajena como una forma de protección a la propia.

El psicólogo Javier Echevarría encuentra una forma de socialización propia del peruano urbano en el uso del apodo referido a la apariencia que se ha convertido en un reemplazo a cualquier muestra de afecto entre hombres y lo que es interesante es que se exige que el afectado tenga «correa», es decir, permisividad, paciencia y, sobre todo, comprensión y contención, puesto que se trata «solo de un chiste», en el sentido que es inocente e inofensivo, revelando la perspectiva freudiana de la válvula de escape. Se trata pues de una forma de establecer lazos en el trabajo o en el grupo de amigos, pero también de establecer fronteras y armar grupos en oposición a otros y de denotar liderazgos entre fuertes y débiles en las relaciones laborales. En una arenga a Freud y en un homenaje a la idea de Ulises, usamos al humor como Caballo de Troya para naturalizar una agresividad que hace nuestra convivencia social tan soportable como invivible para distintos grupos sociales.

También hemos visto al humor fungir como escudo protector y generador de alianza inmediata en el caso de las actuaciones de la *vedette*, que, poniendo en tela de juicio la virilidad de un participante logra poner en jaque cualquier intento de agresividad y logra la complicidad de un público masculino igualmente vulnerable. Esto permite a la *vedette* burlarse de la apariencia física y de las capacidades del varón y de su hombría, es decir, de su comportamiento social esperable, generando risas nerviosas en su víctima y la complicidad de su audiencia, que, como hombres que son, se sienten igual de vulnerables.

Sin embargo, también es importante destacar que la verdadera vulnerabilidad la tiene la *vedette* frente a su público masculino y necesita constantemente del humor como primera línea de defensa frente a un espectáculo que no tiene bien definidas las distancias entre escenario y audiencia y que nos recuerda el constante rol del humor como un mecanismo de protección y contraataque en nuestra cotidianidad local.

Si algo hemos aprendido en este recorrido del humor y de la necesidad de dos planos que se cruzan para que, a partir de la paradoja, produzcan risa, es que esta nos une, produce una suerte de eco, de comunidad de reidores cómplices de apodos que nos diferencian de la víctima o nos hermanan a ella. Al mismo tiempo, como forma de burla, y de canalizar nuestra agresividad, nos separa, entre perpetradores y destinatarios que, bajo la excusa de entender que «solo es una broma», tienen que aceptar comentarios que perpetúan estereotipos y prejuicios sociales. Por eso no es extraño que lo que a unos da risa a otros escandalice y hable de nuestra polarización social, y también rebelde que aún estamos en un lento proceso de lograr una sociedad que acepte las diferencias sin temerlas ni condenarlas.

Pero, desde un punto de vista mucho más optimista, es importante notar que, en gran parte del Perú, los programas, películas y series televisivas cómicas han sido siempre populares; la risa en las reuniones ha sido siempre convocada, los memes han sido siempre compartidos y celebrados y todo encuentro con amigos y amigas en algún sitio termina con algún tipo de sonrisa o carcajada al despedirnos. Es decir, pese a todo, y a todos, no hemos perdido la capacidad de gozar las paradojas que nos ha venido regalando nuestro sorprendente, y sorpresivo, devenir.

VI REFERENCIAS



Aristóteles

1982 Poética. Madrid: Gredos.

Alegría, Alonso

1993 OAX: Crónica de la radio en el Perú (1925-1990). Lima: Radioprogramas Editores.

Bajtin, Mijail

1987 La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento: el contexto de Rabelais. Madrid: Alianza Editorial.

Barthes, Roland

1972 «Striptease». En: Mythologies. New York: Noonday Press.

Berger, John

1972 Ways of seeing. London: Penguin.

Bernheimer, Charles

1993 «Fetishism and Decadence: Salome's Severed Heads». En: Fetishism as Cultural Discourse.

Emily Apter y William Pietz, eds. Ithaca & London: Cornell University Press, pp. 62-83.

Espinosa, Óscar

1992 «Risas y salsa' y la cultura popular peruana». En: Pretextos, número 3-4 pp. 166 - 186.

Freud, Sigmund

2003 The Joke and its Relation to the Unconscious. New York: Penguin.

Fuller, Norma

1993 Dilemas de la femineidad: Mujeres de clase media en el Perú. Lima: PUCP.

1998 «Reflexiones sobre el machismo en América Latina». En: Masculinidad y equidad de género en América Latina. Teresa Valdés y José Olavarria, eds. Santiago de Chile: FLACSO.

2001 Masculinidades: Cambios y permanencias. Lima: PUCP.

Huerta-Mercado, Alexander

1999 Un comercial y regreso. Lima. Tesis PUCP.

Huizinga, Johan

2004 Homo Ludens. Madrid: Alianza Editorial.

Kant, Immanuel

2004 Critica del Juicio. Madrid: Espasa.

Loza, Tulio

2007 Web oficial <http://www.tulioloza.com/index.html> consultada 10 de mayo 2019

Matos Mar, José

1984 Desborde Popular y Crisis de Estado en el Perú. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

Nugent, José Guillermo

1992 Laberinto de la choledad. Lima: Fundación Friedrich Ebert.

Peyrano, Luis y Sánchez León, Abelardo

1984 Risa y cultura en la televisión peruana. Lima, Desco.

Quijano, Aníbal

1979 Dominación y Cultura; lo cholo y el conflicto cultural en el Perú. Lima: Mosca Azul.

Rossini, Guillermo

2008 «Nunca pensé que con esta tontería me iba a ganar la vida». Guillermo Rossini, director de Los Chistosos, se confiesa con Alerta Perú. Entrevista de Nicola Torriti. En: Alerta Perú, revista mensual de actualidad y análisis en perspectiva global. Año 1, N° 2.

Radin, Paul

1969 The Trickster; a Native American Mythology. New York: Greenwood Press.

Thieroldt, Jorge

2000 La cultura chicha como un nuevo y desconcertante nosotros. En: Debates en Sociología N° 25-26, pp. 187-191.

EL CHONGO PERUANO

PRÓLOGO	7
I. REÍR LO NUESTRO: EL HUMOR DE LA CIUDAD	15
II. PAYASOS SAGRADOS, BUFONES Y BROMISTAS URBANOS	23
III. LA CLASE MEDIA EN ESCENA: ¡ASU MARE! Y LA VIVEZA PARA SOBREVIVIR	31
IV. TRES EVENTOS POPULARES	39
• TRAMPOLÍN A LA FAMA EN VIVO: EL RITO DE PASAJE	45
• ¡HOY SE PRESENTAN MELCOCHITA VS BARRAZA! DOS REPRESENTANTES DEL HABITANTE CRIOLLO	63
• EL <i>NIGHT CLUB</i> : LAS MASCULINIDADES PUESTAS DE CABEZA	75
V. CONCLUSIONES: SONRISA EN LA BOCA	87
VI. REFERENCIAS	97