

Trayectorias de los estudios de género

Balances, retos y propuestas tras 25 años en la PUCP

Capítulo 7

Fanni Muñoz
Cecilia Esparza
Martín Jaime
Editores



BIBLIOTECA NACIONAL DEL PERÚ
Centro Bibliográfico Nacional

305.4 T7 Trayectorias de los estudios de género: balances, retos y propuestas tras 25 años en la PUCP / Fanni Muñoz, Cecilia Esparza y Martín Jaime, editores.-- 1a ed.-- Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial, 2019 (Lima: Tarea Asociación Gráfica Educativa).

395 p.; 24 cm.

Reúne los artículos presentados en el seminario “Los caminos trazados por los estudios de género” realizado entre mayo y agosto de 2015 con motivo de los veinticinco años de creación del programa.

Bibliografía: p. 349-389.

D.L. 2019-17080

ISBN 978-612-317-543-6

1. Pontificia Universidad Católica del Perú. Programa de Estudios de Género
2. Estudios sobre las mujeres - Perú - Ensayos, conferencias, etc. 3. Identidad de género - Investigación - Perú 4. Mujeres maltratadas - Perú 5. Rol sexual - Perú
I. Muñoz, Fanni, 1961-, editora II. Esparza, Cecilia, 1961-, editora III. Jaime Ballero, Martín, 1978-, editor IV. Pontificia Universidad Católica del Perú VI. Los caminos trazados por los estudios de género (2015 : Lima, Perú)

BNP: 2019-166

Trayectorias de los estudios de género
Balances, retos y propuestas tras 25 años en la PUCP
Fanni Muñoz, Cecilia Esparza y Martín Jaime, editores

© Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial, 2019
Av. Universitaria 1801, Lima 32, Perú
feditor@pucp.edu.pe
www.fondoeditorial.pucp.edu.pe

Diseño, diagramación, corrección de estilo
y cuidado de la edición: Fondo Editorial PUCP

Imagen de portada: Ricardo Wiese Rebagliati, 2019

Primera edición: noviembre de 2019
Tiraje: 500 ejemplares

Prohibida la reproducción de este libro por cualquier medio, total o parcialmente,
sin permiso expreso de los editores.

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2019-17080
ISBN: 978-612-317-543-6
Registro del Proyecto Editorial: 31501361901207

Impreso en Tarea Asociación Gráfica Educativa
Pasaje María Auxiliadora 156, Lima 5, Perú

LA LUCHA LIBRE Y EL VEDETISMO EN LA CULTURA POPULAR PERUANA: ENTRE EL HORROR AL VACÍO Y LA DESNUDEZ

Alexander Huerta-Mercado

Pontificia Universidad Católica del Perú

Ser hombre en el Perú tiene sus desafíos y en este artículo explicaremos a través de dos ejemplos literalmente espectaculares cómo la masculinidad es una identidad que puede convertirse en un juguete y por lo tanto ser proclive al juego y a la destrucción.

Un pequeño colegio en San Borja se convierte en una versión de un gran coliseo en donde dos gladiadores se enfrentan a brazo partido. Uno de ellos lleva una máscara y muchas ganas de derrotar a su rival que evade, escapa, se trepa a un poste del ring y cae acrobáticamente sobre su contrincante. El público estalla de la emoción y la lucha libre peruana vive un día intenso de espectáculo y testosterona circunscritos a cuatro esquinas. Toda la tarde veremos desfilar a distintos guerreros ataviados de llamativos trajes que apoyan la creación de personajes rudos o técnicos, que es lo mismo que malvados o buenos. Todo es un universo de luces, fuego, sándwiches de pollo y color. La madrugada de ese mismo día, en la misma ciudad, pero en el centro de la misma (no un centro geográfico, sino un centro tradicional), un casino con nombre exótico alberga solitarios apostadores totalmente concentrados en sus respectivas máquinas tragamonedas mientras toman sorbos de cerveza que una anfitriona constantemente les ofrece. La modorra nocturna y la concentración en la posibilidad de ganar un premio se interrumpen cuando el animador central crea una suerte de escenario junto a la caja del casino. Anuncia a una *vedette* que prácticamente no necesita presentación, pues ha sido vista en televisión y su vestuario es espectacular: lleva plumas en una suerte de alas de mariposa y ángel a la vez. Está en un bikini que brilla y los tacos de sus zapatos no le impiden bailar con voluntarios del improvisado público. Afuera los vendedores callejeros de la avenida Emancipación venden sopa de pollo, anticuchos y emoliente; sorprende que siendo las dos de la mañana tengan tanta clientela. Varios grupos de muchachos alegremente ebrios están en busca de cualquier tipo de movilidad.

1. VACÍO HORROROSO. NO HAY RESPIRO

Una de las características estéticas de la cultura popular urbana en el Perú generada desde la segunda mitad del siglo XX y que se mantiene en la actualidad es el horror vacuú, u horror al vacío, en él casi no se deja ningún espacio libre de carteles, composiciones musicales, oratoria humorística urbana o televisiva e incluso sabores intensos de comida. Esta característica es la que nos llevó a titular nuestro proyecto «Horror al vacío», en pro de investigar cómo esta polifonía de mensajes proyecta una serie de patrones culturales propios de la Lima contemporánea. El proyecto «Horror al vacío» parte de la investigación etnográfica y audiovisual de dos manifestaciones de la cultura popular: la lucha libre peruana y el mundo de las *vedettes* locales. Hemos dedicado la primera mitad del año 2015 a entrevistar y registrar audiovisualmente las actividades de las *vedettes* peruanas y durante todo el mismo año hemos seguido las actividades programadas por la asociación de lucha Leader Wrestling Association (LWA).

Después, hemos considerado pertinente organizar la data en una presentación de cada caso y luego, de manera preliminar, articular tres ejes: cultura popular, género y finalmente humor. Estos ejes nos permitirán encontrar distintos tipos de negociaciones de discurso que ayudarán a la postre al mejor entendimiento de las distintas subjetividades urbanas.

2. CASO 1. LUCHA LIBRE PERUANA

La lucha libre consiste en un espectáculo en el cual se escenifica específicamente el cachascán. Al momento de comenzar la investigación existían tres ligas de lucha libre en Lima: Nueva Orden Extrema (NOX), GeneraXión Lucha Libre (GLL Perú) y LWA. Las dos últimas siguen vigentes hasta la redacción de este artículo, estando centrado el estudio de caso en la LWA.

Al ser un estudio de caso, la investigación ha seguido a la liga por aproximadamente un año haciendo trabajo etnográfico y acompañando a los luchadores, que son al mismo tiempo organizadores y empresarios de la lucha, en la odisea de preparar espectáculos mensuales, hacer el *marketing*, entrenar, desarmar y rearmar el ring según la locación elegida, vender entradas, preparar *snacks* para vender, luchar, desarmar el evento y continuar con la vorágine de mantener una tradición marcial que significa bastante sacrificio tanto corporal como económico.

Quien ve el proceso de entrenamiento y la lucha misma en Lima descubre que, lejos de ser un espectáculo cuidadosamente coreografiado, los protagonistas tienen una amplia libertad para improvisar y combinar técnicas, desde patadas y palancas hasta golpes y las espectaculares zambullidas. Como me comentaban los luchadores,

el entrenamiento podría resumirse en aprender a resistir el dolor. Y es que constantemente se ve a los luchadores gimiendo, arrastrándose en la lona o en el pavimento, expresando su malestar, recibiendo sonoros palmetazos o todo el peso de su rival en el estómago de manera ininterrumpida y completa.

Roland Barthes usa el ejemplo de la lucha libre como una suerte de variante de lo que Saussure llamaba signo lingüístico. El signo estaba dividido en una imagen mental (significado) y una representación fonética (significante). Barthes plantea un evento como signifiante y es en la esencia de lo que intenta transmitir este evento en donde hallamos un significado. Precisamente la lucha libre francesa es usada por el autor para denotar lo que es el exceso.

La virtud del *catch* consiste en ser un espectáculo excesivo. En él encontramos un énfasis semejante al que tenían, seguramente, los teatros antiguos. Además, el *catch* es un espectáculo de aire libre, pues lo que constituye lo esencial del circo o de la arena no es el cielo (valor romántico reservado a las fiestas mundanas), sino el carácter compacto y vertical de la superficie luminosa; desde el fondo de las salas parisienses más turbias, el *catch* participa de la naturaleza de los grandes espectáculos solares, teatro griego y corrida de toros: aquí y allá, una luz sin sombra elabora una emoción sin repliegue (Barthes, 1972a, p. 17).



Foto 1. Apocalipsis ataca a Kayser; San Borja, 14 de junio de 2015 (foto: Kim Morla).

A partir de la hermosa descripción de Barthes, la lucha se ha prestado para el análisis directo de los casos de la lucha libre norteamericana, la misma que es la de mayor influencia en la LWA.

Así, por ejemplo, Jim Freedman (1983), analizando los eventos de lucha en un pequeño pueblo de Canadá, concluye que hay que entender la relación entre audiencia y luchadores y llega a plantear que el público identifica a los «malvados» con las clases acomodadas. Además, mientras los luchadores «bondadosos» son netamente físicos, los «malvados» invierten su inteligencia en estrategias y trampas, simbolizando según Freedman la lucha de la clase obrera contra los grupos dominantes de formación académica y trabajo intelectual. En Perú se mantiene la idea de la astucia del peleador que representa el mal. La poca habilidad y la astucia del luchador bondadoso, por su parte, son lo que lo hace vulnerable, frente al éxito sempiterno de los rudos, que hace curiosamente que estos sean los favoritos del público. Usualmente los jóvenes luchadores me comentan que quieren ser «rudos», lo que es decir malvados ante el público, e incluso muchos de los luchadores «técnicos» mutan a volverse malvados y sienten un éxito al oír las pifias del público. Esto les permite una interacción fluida que se traduce en su gran popularidad. Cuando entrevisté a Alissa Webb, la única luchadora femenina de la LWA al momento de escribir estas líneas, me comentó su intención de desarrollarse como una luchadora ruda y malvada. Al preguntarle el porqué de aquella opción, dirigió a mí su rostro cubierto con un antifaz y contestó: «Sin malos no hay historia».

Tanto Migliore como Lincoln sostienen que la importancia de los luchadores estaría dada por quienes hacen los guiones de la lucha, que son al final quienes determinan las acciones de la lucha (Migliore, 1993; Lincoln, 1989). Esto, según la etnografía que he venido trabajando, es parcialmente cierto; sin embargo, mi estudio pretende centrarse en la producción del espectáculo, por lo que comparto la perspectiva del poder del guionista, añadiendo que en el caso peruano estudiado los mismos luchadores se turnan el rol de escribir los guiones. Siendo un espectáculo mayoritariamente masculino, la opción de que sean luchadores malvados quienes tienen la hegemonía permite la fluidez de la imagen de un mundo rudo, sarcástico y transgresor.

3. ¡MELODRAMA MASCULINO!

Esta idea de encontrar en las narrativas de la lucha una suerte de relatos que privilegian la emoción, el exceso y la disposición maniquea del bien y del mal como en el melodrama televisado (Brooks, 1976; Martín-Barbero & Muñoz, 1992), en el caso de una arena propiamente masculina ha sido analizada por Jenkins (2005),

quien recopila las historias previas de traición y maldad que dan lugar a los desafíos en las luchas estadounidenses, permitiendo arenas en donde hombres generalmente privados de la posibilidad de manifestar emociones lo pueden hacer ante las historias de los gladiadores modernos. Esto está implícito en las nuevas tecnologías donde, por ejemplo en las páginas de Facebook de los luchadores (en realidad del personaje que encarnan, pues pueden tener también una correspondiente a su imagen fuera del ring) se desarrollan historias, sean posteadas por escrito o en pequeños videos, que generalmente están hechas de insultos, amenazas o planeamientos para llevar a cabo acciones concretas en el ring de manera que se da la creación de un universo paralelo donde la lucha corresponde a conflictos personales entre los implicados.

Este universo paralelo nos puede llevar a la discusión acerca de la realidad de la lucha, es decir, a la gran pregunta de si la lucha es un evento coreografiado o si realmente hay lucha. Evidentemente, existe un margen planificado, y un resultado esperable. Empero, la regla es que las luchas constituyen una historia cuyo guion es preparado entre los luchadores mismos que se turnan los roles sobre las decisiones, construyendo toda una narrativa para mantener vivo el interés del público. Sin embargo, una vez establecidos algunos patrones que deben ser llevados a cabo, los luchadores son libres de improvisar, utilizar lo que aprendieron en sus entrenamientos, dejarse llevar por la adrenalina y sorprender al público, y no pocas veces a sus rivales en cada batalla.



Foto 2. Caoz carga a Mansilla, Axl y Zero; San Borja, 14 de junio de 2015 (foto: Kim Morla).

En una interpretación poco convencional, Nonini y Teraoka (1992) señalan que la lucha es real en el sentido de que hay enfrentamiento y dolor, sugiriendo que la teatralización busca generar una realidad que solo es percibida por aquellos que forman parte del universo de la lucha, el público fiel. Y es que parte de la convención necesaria de un buen público que asiste a la lucha es dejar de lado la incredulidad, al menos durante las tres horas que suelen durar los eventos.

Durante nuestras observaciones, hemos visto historias tales como luchadores contratados por otros luchadores para lesionar a algún rival, secuestros de luchadores, maestros que claman venganza a discípulos de lucha rebeldes, traiciones imprevistas e incluso secuestro de la novia de un luchador en vivo y en directo.

4. CASO 2. VEDETISMO EN EL PERÚ

Vedette es el término usado en Perú para referirse a las mujeres que forman parte del espectáculo popular y que performan en teatros, cabarets y shows televisivos. La *vedette* usualmente es una experimentada bailarina y cantante y algunas veces tiene talento para la comedia¹. Pero lo que define su profesión es la constante exhibición de su cuerpo, en otras palabras, el vestir ropas sugestivas. Su presencia no está limitada al escenario: han aparecido en poses provocativas durante las últimas tres décadas en la página principal de muchos tabloides, y sus experiencias personales se publican frecuentemente en las columnas de chismes. Son criticadas por ser una parte de la cultura popular peruana que es calificada por diversos sectores como «vulgar» y al mismo tiempo son acusadas en general de distraer a la población de asuntos importantes. En la esfera privada, son mujeres que trabajan para sobrevivir frente a la constante crisis económica peruana. Muchas de ellas son madres desde muy jóvenes (en todos los casos que conozco, sin esposos ni parejas estables, siempre madres solteras) y se reconocen a sí mismas como artistas que luchan no solo por dinero, sino también por el reconocimiento y amor de una audiencia.

En realidad, lo que se consume de la *vedette* es la imagen transformada en una foto desplegada en la página frontal de seis tabloides que circulan en Perú. Para consumirla, no es necesario comprar estos tabloides, porque generalmente están exhibidos fuera de los kioscos de periódicos de muchas esquinas callejeras, formando

¹ Estoy usando el término francés *vedette* como en Perú, con el significado importado desde Argentina. Literalmente, *vedette* significa 'centro', o un elemento que concentra atención especial; mientras que una *vedette* es percibida como una artista profesional con talentos específicos para el baile, el canto y la actuación. La erupción de ellas en los tabloides populares, en muchos casos, ha limitado la categoría exclusivamente a la de una «sensual y fotogénica bailarina». Esta es la razón por la cual, constantemente, dentro del grupo las *vedettes* se acusan unas a otras de no merecer el término que se ha vuelto una forma de reconocimiento.

un mosaico multicolor y donde se expresa, en términos estéticos, el ya mencionado horror al vacío. De esta manera, las *vedettes* se ubican entre los más reconocidos personajes en el país.

Durante el año 2015, para este estudio, hemos entrevistado y acompañado en actuaciones y eventos a las *vedettes* Susy Díaz, Monique Pardo, Eva María Abad, Gladys Trocones y Elvira Palomino. Las dos primeras son *vedettes* que llevan más de tres décadas en el espectáculo, mientras que las tres últimas están presentes durante los últimos veinte años. Junto a ellas, además, hicimos visitas a *ex-vedettes* que siguen en el ojo público, por ejemplo, a Tula Rodríguez, como animadora de eventos, y a Mónica Cabrejos, como comedianta, autora y terapeuta.

Mientras el caso de la lucha libre tiene momentos de entrenamiento, horarios fijos de reuniones y espectáculos establecidos con anticipación, los horarios de las *vedettes* son impredecibles incluso para ellas mismas, puesto que no saben exactamente el cronograma de espectáculos que presentarán en distintos casinos, *nightclubs* o espectáculos musicales en provincias. Incluso es difícil contactarlas, pues suelen trabajar de noche y dormir de día o llenar toda su agenda con trabajos extras. Era el caso de Gladys Trocones, que se desempeñaba como profesora de aeróbicos, o el de Elvira Palomino, profesora de educación inicial en Cañete, que viajaba cada fin de semana a Lima para cubrir presentaciones. Esta situación nos llevó a prever el riesgo de focalizar esfuerzos en contactar y entrevistar a las *vedettes*, por lo que la primera parte del año 2015 la dedicamos a entrevistarlas y a conseguir acompañarlas a distintas actividades.

Como otro aspecto de comparación, tendríamos que añadir que mientras los luchadores forman grupos específicos (en el caso nuestro estudiado, la LWA), las *vedettes* generalmente actúan solas, no forman agrupaciones y no guardan muchos contactos entre ellas. Así las búsquedas y las entrevistas fueron estudios de caso personalizados.

5. PASANDO REVISTA A LAS VEDETTES

Mientras el cien por ciento de los luchadores peruanos tiene un oficio paralelo a la lucha, especialmente por ser esta una actividad que no reporta ganancias económicas, las *vedettes* peruanas saben de la corta vida de su profesión y preparan siempre actividades relacionadas con su futuro conforme van trabajando en el mundo del espectáculo.

Eva María Abad y su familia, tanto sus padres como su hermana, recibieron de buena gana nuestra visita debido a que consideraban que siendo la prensa sensacionalista una suerte de victimario, el mundo académico podría dar una imagen distinta de ella. Eva María había sido víctima del asecho de la prensa sensacionalista, que había

propagado videos íntimos generando las clásicas arremetidas mediáticas, lo que la mantuvo alejada del mundo del espectáculo por varios años. Además, Eva María y su familia consideraron que «le hacíamos bien» a ella al permitirle expresar su punto de vista sin ser juzgada. Esto nos llamó a la reflexión desde el criterio académico de la antropología, que busca entender antes que juzgar y ponerse en una perspectiva que privilegie el punto de vista del actor social. También hicimos ver que no nos interesaba hurgar en el fondo de los escándalos, sino en la situación presente de Eva María, por lo que la acompañamos en sus ensayos, que en la actualidad ella realiza sola en la propia sala de su hogar, donde también diseña su vestuario, pues prefiere tener control de todo.

Asimismo, hemos acompañado a Eva María en la elaboración de algunas «tachachadas», es decir, ventas de tacacho y cecina que su madre y hermana preparan en grandes cantidades para un negocio de comida selvática. Eva María quiere continuar el negocio familiar y también lanzar su propia línea de lencería, adscribiéndose al discurso del «ser emprendedor», lo que encontramos como una constante en las mujeres entrevistadas. La profesión de *vedette* tiene corta duración en la vida de quienes performan y, a sabiendas de eso, ellas generan inversiones para negocios, como los aquí mencionados.

Un caso similar encontramos en Gladys Trocones, popular *vedette* que suele ser personaje de las fotos en los diarios populares. Contactamos a Gladys en uno de los tantos gimnasios en Los Olivos en donde ella dicta clases de baile. Gladys admite que los tiempos de las *vedettes* están pasando, en el sentido de que el consumo se orienta ahora hacia los programas juveniles de concursos y cada día hay menos oferta laboral en los medios. Sin embargo, ella es versátil en sus actividades dadas las presentaciones de fin de semana, las múltiples clases que dicta y la potencialidad de abrir nuevos negocios. Gladys vive en estos momentos un momento de tránsito al haber ingresado su hija a una universidad local, por lo que debe reinventarse y generar nuevas fuentes de ingreso, desafío que toma con entusiasmo.

También entre las *vedettes* hay retos referidos a la distancia geográfica. En uno de los contrastes más interesantes que hemos visto en la investigación, encontramos que la *vedette* Elvira Palomino estudió educación inicial en su ciudad natal, Cañete, y paralelamente desarrolló de manera autodidacta (como la mayoría de las *vedettes* peruanas) sus aptitudes para la danza acompañando a un grupo de cumbia de la zona.

Actualmente, Elvira vive realizando ambas labores: viaja todos los fines de semana desde Cañete hacia diversos lugares. En Cañete enseña a niños de educación inicial; en los otros sitios actúa en diversos locales del país, especialmente en casinos del centro de Lima. Elvira nos plantea que el año 2015 será su despedida de los escenarios, ya que está en pos de una vida más tranquila.

Tal vez la *vedette* más conocida por varias generaciones es Susy Díaz: actriz cómica, cantante, bailarina y excongresista de la nación. También participa de *reality shows* y en general es una figura recurrente en la prensa de espectáculos. El encuentro con Susy fue en una discoteca en Santa Anita, donde cantó en *playback*, bailó con su público y contó chistes de doble sentido. Susy ha desarrollado un tipo de rutina donde su personaje parece estar permanentemente estimulado a la transgresión (ella misma performa estar siempre en un estado de ligera embriaguez), lo que le permite hacer bromas con fuerte contenido sexual. Poco después de la entrevista, Susy Díaz dijo que se retirará del mundo de espectáculo y piensa dedicarse de lleno a sus negocios, relacionados con el alquiler de inmuebles.

6. BAILANDO Y LUCHANDO EN LA CULTURA POPULAR

Tanto el mundo de la lucha libre como el del vedetismo forman parte de la denominada cultura popular urbana en las ciudades peruanas y en general latinoamericanas. Ambos grupos son conscientes de ser parte de la cultura popular y los estudios culturales les dan la razón. Raymond Williams, por ejemplo, intenta una definición de cultura popular a partir de lo que está hecho deliberadamente para lograr objetivos comerciales (Williams, 1974, p. 237). Por objetivos comerciales asumimos que hay una necesidad de consumo por un público amplio.

En este sentido, los medios masivos que logran transmitir un mensaje a un público amplio y hacen improbable que todos sus miembros se conozcan son parte característica de la definición de cultura popular. A partir de esto, los medios masivos son directamente asociados con la cultura popular.

Los casos estudiados aquí nos llevan a proponer algunos alcances importantes. Ni las *vedettes* peruanas ni los luchadores gozan de presencia masiva en televisión. Las primeras se han visto afectadas debido a los escándalos de los que fueron protagonistas muchas de ellas a principio del siglo XXI, cuando la prensa de espectáculos las siguió con cámaras escondidas y se les acusó de practicar prostitución. Esto limitó posteriormente su presencia en los programas cómicos en donde antes eran frecuentes. También las *vedettes* se han visto implicadas en una competencia por la presencia mediática con las modelos, las cantantes de cumbia, porristas y concursantes de programas juveniles. Pero durante las décadas de 1970, 1980 y 1990, ellas fueron protagonistas de programas televisivos de cumbia y de comedia asociados al consumo popular. La migración de gustos fue fruto de la inserción a la economía neoliberal desde la década de 1990, economía en la que la separación de «programas televisivos para pobres» es inviable y la aspiración es la característica del consumo. Esto ha sido causa del retroceso de la popularidad de nuestras bailarinas de espectáculos.

La lucha libre peruana sufre igual dificultad para acceder a los medios masivos. Su interesante condición liminal entre espectáculo y deporte no le da cabida en un espacio determinado y, si bien en la década de 1970 tuvo cobertura mediática semanal en un canal local, el gobierno revolucionario de entonces limitó su transmisión, al considerarlo un espectáculo alienante. Sin embargo, el consumo de lucha libre estadounidense es bastante popular a través de canales de cable, por retransmisiones en canales locales y en la venta de productos relacionados a los luchadores, como juguetes, pósteres y videos, entre otros.

Sin embargo, en los últimos años han aparecido hasta tres programas de internet y varias páginas de blogueros que publican los acontecimientos de la lucha libre nacional, mientras que la prensa televisiva muestra paulatinamente interés por encontrarse con los gladiadores peruanos. Así, en las últimas luchas de 2015, se hicieron presentes periodistas del grupo El Comercio, canales de televisión y prensa deportiva.

Popularizada desde la década de 1950 en Lima, el auge de la lucha libre llegó en los primeros años de la década de 1970 con transmisiones televisivas desde el auditorio Amauta, para luego recalar en el coliseo cerrado del puente del Ejército. Pero, así como en el caso del vedetismo, la lucha libre fue perdiendo espacio tanto por la irrupción de un nuevo público que prefirió los espectáculos de cumbia en las carpas donde se performaba lucha en la década de 1980 como por la irrupción de nuevos entretenimientos televisivos. Precisamente por la influencia de la televisión y las ligas estadounidenses, un grupo de jóvenes comenzó a organizar una liga de lucha en Lima en 2006 contactando con veteranos luchadores que se constituyeron en los nuevos maestros.

Hasta aquí podemos ver que ni el mundo del vedetismo ni el de los luchadores pertenecen al consumo cultural de élite, y en gran parte recorren su existencia a través de los medios masivos. Este aspecto es interesante, pues si bien hay pocos espacios actualmente para la *performance* de una *vedette*, sigue siendo como concepto un personaje popular en la prensa de espectáculos y los anuncios de animación de conciertos o discotecas; en general, la *vedette* es parte de una definición internacional de artista asociada a la danza, la actuación y el cabaret. Mientras tanto, la indudable popularidad de la lucha libre se mantiene en una suerte de dinámica constante, desde su presencia nutrida en la Lima de los años setenta hasta su permanencia popular en las películas mexicanas de enmascarados y el *boom* de la lucha libre estadounidense de los últimos treinta años. Esto ha impactado y actualmente la lucha libre es popular en muchos lugares y en el Perú está luchando por serlo en el ámbito local.

Se trataría entonces de dos tipos de espectáculos y de arte que, por un lado, gozaron de gran popularidad, pero ahora luchan por abrirse paso o sobrevivir ante nuevas competencias y, por otro lado, son reconocidos en general como «populares»,

en el sentido en que se identifican con gustos mayoritarios. Es decir, la aceptación o lo que Hinds llama «popularidad» es una propiedad *sine qua non* de la cultura popular (1996).

Relacionado con esto, se debe señalar que una característica en la cultura popular urbana peruana ha sido el no ser tomada en serio por los sectores que manejan el discurso de la élite cultural (representados por el Ministerio de Cultura, la marca Perú, la escuela, las universidades y el Ministerio de Educación), lo que le ha dado relativa libertad para transgredir una serie de aspectos relacionados con la «conducta formal» o «recatada», siendo una cultura muy abierta al humor y al desborde y por lo tanto un sitio rico para descubrir actitudes referentes a lo cotidiano.

7. MACHOS ALFA Y MASCULINIDAD

Junto con el aspecto de pertenecer al ámbito que hemos definido como «lo popular» y con ello a un espectro con abundantes datos para entenderlos como arenas de negociaciones de significados, tanto en la lucha como en el vedetismo encontramos representaciones intensas de las identidades de género. En un caso se articulan los significados de la hipermasculinidad y en el otro el concepto de lo sensual femenino en un contexto bastante machista.

Respecto a la masculinidad, Norma Fuller considera que no se puede hablar de un solo tipo de esta. A partir de la teoría de género desarrollada a través de la *performance* y el rechazo a lo abyecto de Judith Butler (1990), Fuller desarrolla una interesante propuesta que analiza las contradicciones en la construcción de la masculinidad en las clases medias peruanas, en donde la *performance* exigida al hombre en el guion social observa el ángulo natural que le exige fortaleza física y potencia sexual que corrobore su virilidad. Esta virilidad se confirma demostrando no solamente energía y resistencia, lo que en el caso de los luchadores es llevado al extremo de la exhibición (Fuller, 2001). Sin embargo, parte de tal resistencia se manifiesta en el evidente sufrimiento y en la capacidad de levantarse frente al dolor. Poder arrastrarse en el suelo o estar un momento aparentemente (o de manera cierta) inconsciente en el pavimento ofrecen, por un lado, el espectáculo del dolor que parece gustar bastante al público y, por otro, la oportunidad de recuperar energía para seguir con el combate.

Fuller continúa, definiendo un segundo nivel de masculinidad —que sigue en la madurez al del plano viril—. Es el plano doméstico, donde se exige al hombre fidelidad y una suerte de caballerosidad que corrobore su hombría. Este aspecto de buen padre de familia es el que define al buen peleador o, en la moda mexicana, al peleador «técnico», que representa el bien, el juego limpio y el honor. En este aspecto es importante ver cómo el personaje con mayor adscripción al difícil aspecto tierno

masculino del luchador peruano es el profe. Una suerte de héroe correcto, comprometido y trágico en el sentido de perder debido a su estricto sentido de cumplir reglas, lo que termina siendo aprovechado por sus rivales y, lo que es peor, generando el rechazo de su discípulo, «el nene», que cansado de ser perdedor lo traiciona y lo humilla y, como luego nos confesaría el profe sobre su personaje, «se identifica con los jóvenes de hoy que, junto al éxito, quieren divertirse y no solamente trabajar disciplinadamente».

Juan Carlos Callirgos (1998), citando a Nancy Chodorow, enfatiza la producción constante de la masculinidad y el temor a lo abyecto. Es decir, la masculinidad es un proceso inconcluso que culturalmente se impone con particular ritualidad y que nunca llega a consumarse del todo, convirtiendo al hombre en un eterno enmascarado o encamisado que vive en la angustia permanente de complacer a la sociedad como macho completo.

En un ambiente exclusivamente masculino, la lucha ofrece un espacio de cuerpos de hombres usualmente semidesnudos. Flavio, el director ejecutivo de LWA, nos comentaba que casi como rito de pasaje exigía a sus luchadores mostrar sus cuerpos y no recurrir a camisetas o licras en sus torsos. Frente a esto, tiene sentido mencionar que en un trabajo anterior (Huerta-Mercado, 2012), descubrimos algo que confirmamos posteriormente en 2015: en los cabarets limeños las *vedettes* y bailarinas de *striptease* se enfrentaban a los asistentes (en su totalidad hombres generalmente excitados) arrancándoles sus camisas y exhibiendo sus prominencias y panzas características para poder burlarse de ellos. Los cuerpos contenidos y estructurados, armónicos en los ideales occidentales de vigorexia y fuerza suelen ser los que se exhiben con orgullo y son considerados valiosos por su escasez, frente a los cuerpos flácidos, obesos o sucios.

A los luchadores se les exige cierta estética que es difícil mantener debido a que la mayoría de ellos trabaja, estudia y tiene poco tiempo, incluso para entrenar en la lucha, por lo que no es extraño encontrar luchadores premunidos de panza, subidos de peso o incluso excesivamente flacos. Sin embargo, es mostrando la resistencia frente al dolor (Flavio insistió en que más que de habilidades es un espectáculo de resistencia física y resistencia al dolor) que los cuerpos se tornan en lo que Norma Fuller (2001) califica de «viriles», como hemos dicho. Y la única forma de demostrarlo es superando los límites cotidianos del dolor y mediante la capacidad de romper los límites físicos (volar, zambullirse hacia el pavimento, hacer volteretas aéreas). En pocas palabras, se debe improvisar a partir del repertorio de técnicas ensayadas, hacerlas creíbles, convincentes y efectistas. Un clásico ejemplo de esto son las poderosas palmadas en el pecho desnudo, que suenan bastante, e indefectiblemente reciben como respuesta los gritos del público: «¡Ouch!», «¡Aaaaay!», «¡Aaaaau!», en una

suerte de identificación colectiva, cómplice y lúdica de un auditorio acostumbrado a los rituales de lucha. En una ocasión, ante la queja de los vecinos, vi cómo se pidió al público bajar el volumen de sus gritos y con sorpresa fuimos testigos de cómo todos literalmente en coro susurraban en voz baja el consabido «¡Ouch!»

En general, la lucha es un buen vehículo para poner en contacto los cuerpos masculinos desnudos sin feminizarlos y, por lo contrario, afirmar la condición masculina. Pero no le basta al hombre ser viril y generoso para consolidar su identidad. Fuller (2001) añade un necesario nivel público, en donde se le exige éxito económico, político y social.

Este éxito, en la lucha libre tiene la forma de un cinturón ceñido al cuerpo que lo empodera y que circula en las cinturas de diferentes luchadores, otorgándoles capital simbólico. Tales cinturones se confunden en un sinnúmero de campeonatos y en algunas ocasiones han sido disputados con luchadores internacionales.

Pero en la lucha sobre todo estamos ante cuerpos que rompen la pared que separa al público del espectáculo, que invaden las butacas y hacen sentir el dolor cercano. A su vez, se trata de cuerpos que desafían los límites de la gravedad y se atreven a saltar sobre el pavimento, caer estrepitosamente y hacer acrobacias que generan indescriptible emoción en los leales asistentes. También están las historias de batallas ganadas y viajes al extranjero que los luchadores consignan en sus páginas de internet y ahí también los desafíos, insultos y planes que se construyen como parte de la narrativa de la lucha.

8. EL HUMOR COMO MEDIO

Si bien podríamos decir que la cultura popular en su manifestación de lucha y baile afirma los estereotipos de hombre y mujer, sin embargo, es en las ocasiones de risa, muy frecuentes en las interrelaciones populares frente al espectáculo en el Perú, que se manifiesta la verdadera subversión que la cultura popular pretende en apariencia. Un espacio bastante firme en machismo y agresividad como el popular también revisa sus contenidos a través del humor que lo cubre, evitando el vacío, que como hemos visto, causa metafóricamente horror.

El humor aparece como una goma social que surge ante la sorpresa que anula una expectativa, a decir de la perspectiva kantiana. Siempre se hablará de estructuras mentales que son sorprendidas, transgredidas o reafirmadas a través del humor. Sin embargo, se ha problematizado la pertinencia del análisis basado en estructuras que tienen más de normativas que de praxis.

Así, Michelle de Certau (1984) considera que las estructuras jerárquicas —traducidas en la arquitectura de una ciudad moderna— son negociadas constantemente

a través de la interacción de tácticas y estrategias, escribiendo una narrativa en la ciudad. Estas interacciones buscan confrontar el orden establecido y la vigilancia impuesta y tomar partido por los límites del control. De Certau criticaba así la omnipotencia del control, según la perspectiva de Foucault. Estas trampas y relaciones informales y estratégicas que pasan por encima toda norma han sido una de las características culturales de la identidad criolla urbana en el Perú, que tiene un carácter lúdico de permanente característica carnavalesca, donde la burla y el orgullo por la habilidad propia pasan a ser una suerte de capital cultural conformado también por un conjunto de reglas basadas en la agilidad mental dirigida a conseguir logros que evadan los caminos formales. Este tipo de actitud es atravesado por el discurso humorístico que superpone los planos del «deber ser» con una nueva categoría que, no por aceptada en el grupo, deja de ser subversiva y desafiante.

Siendo el humor un componente de este tipo de relaciones lúdicas que confrontan al sistema, también es un intercambio que genera alianzas y drena frustraciones. En el caso citado arriba, logra lo que se propone. En un sugerente artículo sobre humor masculino, el antropólogo José Limón (1992) lo experimenta mientras ensaya una explicación sobre las interacciones entre los hombres en la frontera mexicana estadounidense. En torno a una parrilla, comiendo fajitas, los informantes hacen analogías fálicas, se burlan entre ellos y reafirman discursos viriles. Limón lo vive en carne propia cuando es incluido en las bromas: primero se sorprende y luego observa y participa, deduciendo que estas bromas entre hombres son una respuesta a las duras circunstancias que vive la población chicana rodeada de presiones económicas, exclusión social y desempleo. Aún más, es algo que la mantiene unida y se maneja reglas para incluir solo a aquellos que se desee en las charlas y juegos, que por cierto tienen la regla de saber aceptar las bromas y reaccionar adecuadamente frente a ellas.

Para efectos del proyecto «Horror al vacío», la observación ha procurado abarcar la mayor parte de aspectos de la producción de discursos. Al conformarnos en un grupo de investigadoras e investigadores, pudimos dividirnos la observación en camarines en ambos casos: la lucha y el vedetismo. Es interesante que estos espacios que podríamos considerar liminales fueran lugares de bromas y de inversión de las realidades jerárquicas. Todo es risa y golpe o palmadas, el lenguaje es libre y las actitudes de comunidad de humor. Es un espacio de relajación e inversión de las jerarquías, es decir, las características del lenguaje carnavalesco, que fueron estudiadas por Bajtín (1987) como una suerte de aspectos rituales en las fiestas previas a la Semana Santa.

Encontramos útiles las características del carnaval al estudiar los distintos espacios donde nuestros luchadores y *vedettes* performan. Porque también la propia *performance* de la *vedette* es un carnaval que a través del tiempo se ha ido enriqueciendo,

como ellas mismas admiten. Esta *performance* se vino haciendo por autodidactismo o mediante un tipo de aprendizaje que proviene de las actuaciones escolares, la vida barrial, las reuniones familiares. Esto hace que la *vedette* tenga un repertorio que sale a relucir de manera bastante nítida en las presentaciones en vivo que hace para promover eventos corporativos, conciertos de cumbia o promociones de diarios populares. A su vez, el aspecto agresivo y brutal de la lucha libre se ve relativizado por el uso constante de comentarios graciosos referidos a la masculinidad de los luchadores, quienes suelen feminizar lúdicamente al rival; o, de manera más frecuente, con chistes dentro del camerino que se centran en poner en duda la categoría de macho.

9. HUMILLANDO LA MASCULINIDAD

En *El arte poética*, Aristóteles centra su atención en el género de la tragedia, sin embargo, ofrece en el capítulo V un avance de lo que se supone desarrollará en el segundo libro (hasta el día de hoy perdido) sobre la comedia.

La comedia es, como hemos dicho, mimesis de hombres inferiores, pero no en todo el vicio, sino en lo risible, que es parte de lo feo; pues lo risible es un defecto y una fealdad sin dolor ni daño, así, sin ir más lejos, la máscara cómica es algo feo y retorcido sin dolor (Aristóteles, 1984, p. 34).

La perspectiva aristotélica sienta la base para entender el humor al interior de una relación jerárquica en donde el humillado no solo es percibido como inferior, sino que es reducido a una condición tal por quien humilla. Aristóteles criticará posteriormente la necesidad permanente de humillar para reafirmar un supuesto poder. Esta idea que conlleva burla y rebajamiento de lo feo y deforme será retomada por Bergson². Por su lado, Thomas Hobbes recoge la perspectiva aristotélica para definir al humor como una «superioridad repentina» (Hobbes, 1983).

Norma Fuller (1996) plantea que en la ciudad peruana hay un reto constante en la competencia entre varones de distintas clases sociales para demostrar virilidad. De la misma manera, Peirano y Sánchez León (1985) 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.

² Bergson (1956) concibe el humor como celebración de la supremacía de la intuición sobre la lógica, de la vida sobre la mecanización y de la esencia humana de espontaneidad y libertad. Para Bergson, el humor consiste en percibir algo mecánico incrustado en algo vivo, como un hombre comportándose como robot o un bailarín que continúa danzando a pesar de que la música se ha detenido. Al respecto, se nos viene a la mente el caso de Charles Chaplin en *Tiempos modernos* (1936), donde el personaje sigue como prolongación de la máquina aun cuando está fuera de ella.

En cuanto al baile, en ocasiones la *vedette* es invitada a concluir el evento luego de una caravana de una hora de artistas. Es tan notoria y solicitada su presencia que generalmente ella aguarda ya vestida en tangas y cubierta por un saco en el vehículo asignado por un diario. Ella, apenas le toca su turno, recién sale, convocando así a fotógrafos, admiradores y curiosos que la rodean y obligan a los vigilantes a abrirla el paso. He observado que la *vedette* también llama la atención de los niños, quienes quieren abrazarla o tenerla cerca. Y es que ella es un personaje disruptor, claramente diferente y llamativo. Una vez que sube al escenario, comienza su rutina, que consiste en esperar el pomposo anuncio a su persona, besar al animador y saludar a un público de hombres, mujeres y niños, preguntando cómo están todos. Usualmente entra en un diálogo muy breve, que se caracteriza por integrarla con la complicidad del público: «¿Quién puede más, los hombres o las mujeres?», «¿Cuántos son del Alianza, de la U, del Cristal?» Luego pasa a bailar con la música que la banda de turno toca, generalmente cumbia o reguetón. Como parte de su espectáculo, la *vedette* suele pedir voluntarios y baila con ellos, ya sea individualmente o en grupos. Curiosamente, no cambia mucho la rutina de los *nightclubs* y los muchachos son semidesnudados a plena luz pública u obligados a echarse en el suelo, también participan de comentarios sobre su hombría.



Foto 3. Elvira Palomino performa sobre un asistente; Casino Beijing, Centro de Lima, 14 de marzo de 2015 (foto: Kim Morla).

El vedetismo moderno en Perú llega de la mano del mambo en los años cincuenta y, después, con los concursos promovidos por el diario *Última Hora* para formar un conjunto de bailarinas. Estas, con el tiempo, estarían presentes en las páginas de farándula escritas por el periodista Guido Monteverde. El estilo de la *vedette* provenía del imaginario de la bailarina caribeña asociada con la naturaleza y su ascendencia africana. Esta mujer había sido representada como sensual tanto en el cine mexicano como en el estadounidense de la primera mitad del siglo XX. En el último caso se había estereotipado la idea de la bailarina que encarnaba una América Latina de fantasía, cubierta de sombreros con frutas y bailando en escenarios tropicales. Sin embargo, el mismo cine estadounidense sienta muchos de los paradigmas de lo que será el musical, el *vaudeville* moderno (entendido como espectáculo que incluía magia, malabarismo, comedia, cantantes y bailarinas) y la estrella femenina del espectáculo, que, como *vedette*, identificaba su personaje con su persona.

Una estrella del *vaudeville* teatral neoyorkino de los años veinte, Mae West, migró del teatro al cine hollywoodense —escribiendo los guiones para las películas que ella protagonizaba— y llevó consigo la estrategia que desarrolló sobre las tablas. Según la investigadora Ramona Curry (1995, 1996), la constante autorreferencialidad que West imprimía al personaje que encarnaba en sus películas permitió que su público rápidamente supiera que ir a verla siempre traería consigo el disfrute del humor transgresor que fue su marca. La creación de un personaje asociado consigo mismo y la constante autorreferencialidad permitió a West construir un personaje audazmente lúdico y convocó rápidamente a un público ya condicionado por la potencialidad transgresora. A partir de esto, West desarrollaba un humor que partía de aseveraciones de doble sentido (o, como hemos visto en las definiciones, con dos planos que sorpresivamente se reemplazan), específicamente con contenidos sexuales. Curry sostiene que West desafiaba con sus comentarios transgresores incluso a la mismísima perspectiva freudiana, dado que en el tratado «El chiste y su relación con el inconsciente», Freud sostenía que los chistes con intencionalidad sexual eran referidos por hombres teniendo a las mujeres solo como temas y no como narradoras.

A diferencia de lo que Curry sostiene para Mae West, las *vedettes* en general consideran que no crean un personaje, sino que son ellas mismas encarnándose y en todo caso potenciando ciertas características. En todas las entrevistas y conversaciones que tuvimos, ninguna *vedette* dijo crear un personaje o *alter ego*. Todas, por el contrario, afirmaron jugar un rol en el escenario que equivalía a ellas mismas, liberando una sensualidad, coquetería o humor que les es inherente. Por lo dicho anteriormente y porque el vedetismo es un oficio que se aprende sin academia y, como muchas artes en Perú, es fruto de la autoinvención, la *vedette* apela a su propia experiencia, a sus vivencias y sus gustos para crear el ambiente en que interactúa con el público.

Susy Díaz se ha convertido así en una recurrente *performer* a la que el público reclama sus famosas dietas, que no son sino definiciones sarcásticas de doble sentido que la *vedette* propone como pregunta y respuesta luego de sus *performances*. Por ejemplo, ella exclama: «¿Saben cuál es la dieta del panetón?», para que un ansioso público responda: «¡Nooooo!» Entonces ella es la que contesta: «¡Darse un buen atracón con un buen empujón!» El público entonces carcajea y la lista continua con otras dietas, como: «La dieta del abuelo: una pata arriba y la otra en el suelo», «La dieta de Gregorio: en el escritorio», «La dieta del estudiante: darle hasta que se aguante».

10. HOMBRES VULNERADOS POR EL HUMOR

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. Le pregunto a uno por ejemplo delante de todos: «¿Te gusta el sexo anal?» Me dice: «¡Sí!» Y yo le repregunto: «¿Y no te duele?» Y todos nos reímos. O le pregunto a otro: «¿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, siempre hay una oportunidad de derrotarlos. Tienes que estar siempre un paso adelante.

Parecido desafío hace Gladys Trocones en sus actuaciones, poniendo en juego no solo la virilidad de los hombres de su avezado público, sino también la hombría esperable de los mismos o, en sus propias palabras:

Hago a los más agresivos, los más mañosos, [que] salgan al frente de todos. Les hago quitar la camisa, lucen su panza y nos burlamos con todos. Los hago bailar conmigo y si se acercan mucho les cojo la nuca y los samaqueo y comienzo a hablarles como a un niño y les digo: «Pobrecito, su mamá no le enseñó a comportarse». Algunas veces el tipo es muy agresivo, entonces le saco la correa, no solo la camisa, lo pongo en mis piernas como niño y lo azoto en la espalda, le dejo marcas en la espalda, para que su mujer lo vea cuando llegue a casa.

11. LOS PERSONAJES MASCULINOS: CARNAVAL Y DESNUDEZ

El mismo aspecto de «crear personajes» fue investigado en el caso de la lucha. Es fácil distinguir en la lucha la bipartición entre personajes rudos y técnicos, que en el fondo trasluce la mítica división de «bien y mal». Flavio, director ejecutivo del LWA como mencionamos, sostiene que cada chico elige junto a los directivos el personaje que quiere ser y en el fondo «es cada uno de ellos, potenciado al mil».

La lucha tiene como principio fundamental el construir historias como secuestros, insultos, amenazas, desafíos y apuestas (por ejemplo, la máscara contrapelo: el perdedor será desenmascarado o en su defecto, si no usa máscara, se le afeitará públicamente la cabeza) y también alianzas entre los buenos para desafiar a los malos. Estas historias parten del principio de invitar al público a abandonar todo tipo de escepticismo y caer en el juego de la lucha, creer todo lo que ocurre al interior de ese universo creíble. Una clave para ello es tomar un ambiente de carnaval donde todo se invierte, donde todos pueden insultarse y donde los malos se burlan del árbitro y del público casi como rogando ser pifiados y rechazados por un público en plena catarsis. Si bien las luchas son acrobáticas, excesivas y en todo sentido espectaculares, el éxito de un luchador radica en su carisma, es decir, en su capacidad de integrar al público en su actuación o en la imagen que su personaje genera dentro del espectador. Así, logrará el éxito quien pueda humillar de forma ingeniosa a su adversario, hacer una buena entrada e interactuar con sus rivales y aliados. Es innegable que el humor es la clave en este nivel de interacción donde las acciones son intensas y el público está dispuesto a no tomar nada en serio.

A mediados de las Fiestas Patrias peruanas de julio de 2014, se ofrecía en un estacionamiento de alquiler en Surco una suerte de feria de ropa usada, adornos varios, juguetes y discos de vinilo en improvisados toldos. En un extremo y ante la vista de todos en el ring que se había armado, Paul London, exluchador de la World Wrestling Entertainment de Estados Unidos, dictaba una clase magistral y práctica a los luchadores y sostenía que la lucha es una suerte de relación y de narrativa que tiene que comenzar de manera firme y radical, es decir, ambos contrincantes deben abrazarse de forma radical. En un simpático «spanglish», London afirmaba:

Yo sé que tienen miedo a parecer gays, somos hombres en mallas abrazándonos. No importa lo que piensen, contáctense.

Y London tenía razón, había percibido que había cierto temor en la construcción de la masculinidad entre nuestros luchadores, al menos para poder performar libremente mostrando torsos desnudos, pantalones de licra y contactos corporales que no aceptaban la más mínima distancia. Flavio me decía que los desafiaba a todos a luchar sin camisetas y con el torso desnudo y que era frecuente ver a los chicos entrar a los baños para depilarse las axilas, los pechos y en general todo vello visible.

Efectivamente, para que dos hombres semidesnudos o en licras estén en extremo contacto físico necesitan una serie de vehículos discursivos que permitan que sean vistos como actos aceptables e incluso celebratorios de una masculinidad que no se discute (o que si se discute es solo como parte de la provocación para generar aún más violencia por el insulto), de ahí que es clásico insinuar que una pareja determinada

de luchadores, a decir de sus rivales, son también una pareja gay, incentivando la agresividad de unos contra otros. Los cuerpos semidesnudos de hombres interactuando de cerca solo encuentran aceptación del mismo grupo si están dándose golpes o manteniendo actitudes de juego y burla.