



Imaginación visual y cultura en el Perú

Gisela Cánepa Koch
Editora

Capítulo 17



Bernardo **Cáceres** / Raúl **Zevallos** / Raúl **Castro** / Valeria **Biffi** / Nelson E. **Pereyra**
Julio **Portocarrero** / Lucero **Silva Buse** / Rosario **Flores** / Juan Carlos **La Serna** / Óscar **Espinosa**
Deborah **Poole** / Isaías **Rojas Pérez** / Cecilia **Rivera** / María Eugenia **Ulfe** / Rodrigo **Chocano**
Ulla **Berg** / Alexander **Huerta-Mercado** / Alonso **Quinteros** / Jeroen **Zalm** / Mercedes **Figuroa**

DEPARTAMENTO DE
CIENCIAS SOCIALES



**FONDO
EDITORIAL**

PONTIFICIA **UNIVERSIDAD CATÓLICA** DEL PERÚ

Imaginación visual y cultura en el Perú

Gisela Cánepa (editora)

© Gisela Cánepa, 2011

De esta edición:

© Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú, 2011

Av. Universitaria 1801, Lima 32, Perú

Teléfono: (51 1) 626-2650

Fax: (51 1) 626-2913

feditor@pucp.edu.pe

www.pucp.edu.pe/publicaciones

Corrección de estilo: Juana Iglesias

Diseño de portada: Camila Bustamante

Diagramación y cuidado de la edición: Fondo Editorial PUCP

Primera edición: diciembre de 2011

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° 2011-15303

ISBN: 978-9972-42-983-5

Registro del Proyecto Editorial: 31501361101813

Impreso en Tarea Asociación Gráfica Educativa

Pasaje María Auxiliadora 156, Lima 5, Perú

IMAGEN QUE NOS MIRA: VEDETTES PERUANAS CONVOCANDO SIGNIFICADOS SOCIALES

Alexander Huerta-Mercado¹

Elvira Palomino y su hermano se fugaban de las obligaciones que su padre les había impuesto en la chacra de Cañete. Ella gustaba de bailar entre cañaverales mientras su hermano tocaba el cajón, los vecinos ya la conocían como una chica alegre y talentosa. En Lima, la escolar Gladys Trocones bailaba muy bien pero también disfrutaba armando coreografías, mientras sus compañeros preferían las danzas folklóricas. Gladys imitaba a Gloria Trevi, se subía a los mástiles de la bandera, sacaba a bailar a los profesores y se los ganaba con su habilidad para realizar actuaciones memorables.

Ha pasado el tiempo y ambas chicas ya no son escolares sino *vedettes*. El término es polémico pues originalmente se reservaba a una artista que combinara el canto, la actuación y el baile en espectáculos de variedades. Sin embargo, la *vedette* ha migrado y se ha especializado junto con los cambios en su contexto. Las revistas de variedades han desaparecido, lo mismo que los teatros y café-teatros que las presentaban, y han ido cediendo espacio a los *night clubs* para caballeros en donde

¹ El presente artículo es parte de un proceso destinado a la consecución de la tesis de doctorado en la Universidad de Nueva York, por lo que agradezco a Gisela Cánepa la oportunidad de articular mis reflexiones en torno a una perspectiva de antropología visual y a mis profesores Tom Abercrombie, Faye Ginsburg, Arlene Dávila y Renato Rosaldo. Tuve la suerte de contar con las observaciones de Norma Fuller que me ayudaron a resolver dilemas teóricos y sobre todo en el momento de hacer entrevistas. En el proceso de recolección de datos para los eventos de este artículo he contado con la ayuda valiosa de Claudia Vargas y, para el trabajo de campo, con la compañía y reflexión en una primera etapa de Silvana García y Luiggi Massa. Para el tiempo de elaboración de este artículo tuve la fortuna de contar con Grace Luján y Tomás Osoreo, quienes también me ayudaron con la consecución de imágenes. Julio Portocarrero ha sido siempre un apoyo en la acción y en la reflexión. ¡Qué intenso es el trabajo de campo! A todos ellos mi gratitud y reconocimiento. Las protagonistas de este estudio han sido las *vedettes* peruanas, muchas de ellas mencionadas con nombre y apellido a lo largo del texto, aunque la investigación abarcó mayor cantidad de testimonios y no terminaría de agradecerles a todas. Las pretensiones académicas del presente artículo no pueden dejar de lado mi voluntad de rendir un homenaje y agradecer a sus protagonistas, no solo por haberme permitido ingresar en su universo, siempre polémico y complejo, sino por garantizarme algo que me llena de optimismo y es que nuestra identidad social no estaría completa sin la ternura, la alegría y la búsqueda del amor de un público del cual todos formamos parte.

las *vedettes* son el espectáculo central. También han ido incursionando en eventos populares al aire libre como conciertos, sorteos y aniversarios, y se han mantenido discretamente presentes en programas televisivos cómicos y musicales. Aun más, el área de mayor migración para las *vedettes* han sido las páginas de los periódicos populares que las han hecho conocidas en un espectro bastante amplio, reformulando las características del oficio.

También han cambiado las definiciones. Si bien es común decir que ya no existen verdaderas *vedettes*, lo cierto es que convencionalmente el serlo define ahora a la bailarina, cuyo reconocimiento posibilita su interacción con el público. Dicho de otro modo, una *vedette* es una bailarina que puede articular un espectáculo por sí misma, goza de reconocimiento público (se le conoce por nombre y apellido en la mayoría de casos y se sabe de su vida privada a través de los periódicos), y su carisma y habilidad permiten que, siendo ella el eje, pueda hacer participar a los espectadores (sobre todo varones) en una *performance* donde siempre se mantendrá como centro y necesariamente tendrá el control. La veremos entonces animando eventos, despedidas de solteros, conciertos de cumbia, bailando en *night clubs*, haciendo comentarios graciosos, sacando a bailar al público y haciéndolo participar en juegos o desafíos que ella se encargará de dirigir. Esta condición de núcleo del espectáculo, que implica una *performance* en vivo y en directo, la define, y sin embargo tendrá necesariamente que articularse con la circulación de su imagen en periódicos, televisión e incluso en su propio calendario, para poder garantizar su existencia como artista, ser contratada, incrementar sus ganancias y poder articular sus redes sociales como tales.

IMAGEN QUE ARTICULA

Este artículo es sobre la imagen de las *vedettes*, pero —y este es el tema central— gira en torno a articulaciones o, mejor dicho, a la manera en que ellas recrean, convocan o reorganizan a través de sus imágenes una serie de significados, y cómo a partir de dichas imágenes podemos articular los significados que las *vedettes* proyectan. Con ello estoy incluyéndome en las imágenes, como creo que todos lo estamos cuando las interpretamos, independientemente de las intenciones con que lo hagamos.

Imágenes y significados pueden articularse de manera infinita, por lo que a lo largo del trabajo de campo he delimitado tres núcleos en donde circulan las distintas imágenes de las *vedettes*. Tomaré cada uno como un evento e indicaré por un lado el contraste entre lo que vemos y lo que no vemos pero que, estando implícito, otorga poder a la imagen de una chica que tanto en vivo y en directo como en la pantalla de televisión, o en una fotografía de menos de veinte centímetros, nos invita a apreciarla y a entender más acerca de nuestra cultura urbana. Los espacios que he

elegido son los periódicos populares donde se publican sus fotos y se da cuenta de aspectos de su vida, los programas de televisión donde tienen un rol característico en la comicidad, y los espectáculos en vivo que pueden dividirse entre eventos en un escenario al aire libre y actuaciones ante un público restringido a cuatro paredes, un costo en la entrada y un celo por la privacidad, como los *night clubs* y algunas discotecas limeñas.

Cuando analicemos la imagen de las *vedettes* en los espectáculos en vivo discutiremos los desafíos que presenta a los ideales sociales vinculados con el género masculino y las características relacionadas a los grupos sociales. Los ideales reservados al género femenino se examinarán cuando mencionemos las especificidades de la imagen de las *vedettes* en los periódicos. Por último, al estudiar su presencia en los programas cómicos consideraremos los discursos humorísticos que ellas convocan.



Foto 1. Gladys Trocones lista para salir al escenario en la discoteca Tequila (foto de Grace Luján, noviembre de 2008).



Foto 2. Gladys Trocones en su casa, entre Winnie Pooh y el autor (foto de Tomás Osore, enero de 2009).

La idea inicial de la investigación consistía en descubrir a la «verdadera persona» detrás de la imagen de la vedette; sin embargo, conforme avanzamos, concluimos que no se trataba de un juego de máscaras sino de imágenes que se negociaban de acuerdo a los espacios, los momentos y las circunstancias que desafían a las distintas performances de la vedette. Estando nosotros mismos integrados en este sistema de interpretaciones era necesario reconocer nuestro rol como parte del proceso de construcción.

EL DILEMA DEL SIGNIFICADO

He mencionado que este artículo trata, precisamente, sobre articulaciones de significado en torno a una imagen. Esto de por sí se me hace problemático pues, siguiendo la tradición de Roland Barthes, podría encontrar significados en los eventos. Pero los significados los construimos todos y es difícil aceptar que un evento pueda albergar un solo significado. La imagen de la *vedette* ha sido polémica porque el solo hecho de verla en plena *performance* puede generar reacciones de placer, rechazo, indignación, humor o indiferencia, de acuerdo a la percepción de quien aprecia el evento.

Si el consumo me presenta suficientes desafíos al intentar determinar los significados, el nivel de producción de imagen —que fue el área mediante la cual me aproximé primero al fenómeno— me deparó igualmente problemas. Al querer entender, por ejemplo, cómo las *vedettes* construían el personaje que «performaban» en el escenario, me parecía que lo más simple era preguntárselo a ellas. Usualmente encontraba respuestas como «yo soy así» o «siempre he sido coqueta» o «busco ser auténtica». El lector comprenderá la angustia que sentía al no poder descubrir las características que intervenían en la fabricación del rol de *vedette* cuando me aproximé a las chicas con libreta de investigador.

Descubrí que metodológicamente daba por sobreentendido que ellas «performaban» un rol distinto a su propia «realidad» y también, haciendo gala de una suerte de proyección, supuse que ellas problematizarían los procesos de transformación de «chica normal» a «*vedette* en el escenario». Llegué a la conclusión de que ambas categorías no necesariamente tenían que ser distintas y, por otro lado, gracias a la observación de la antropóloga Norma Fuller entendí que las *vedettes* no tenían por qué problematizar su propia *performance* y que incluso el hacerlo les hubiera deparado mayor conflicto que el que siempre encuentran en una sociedad que las reclama juzgándolas constantemente.

Dicho esto, entonces, queda claro que no busco «desenmascarar» a las *vedettes* ni creo ser el propietario de los significados que su *performance* articula, pero sí puedo buscar entender cómo se elaboran los mensajes en el contexto en que se convierten en imágenes y qué otros tantos discursos articulan sus *performances* para ser no solo aceptadas sino también muy queridas (como lo demuestra su popularidad y constante presencia en la cultura popular peruana) en nuestra sociedad.

Entiéndase entonces que hablaré de los elementos propios del contexto social que reúne y presenta una imagen que dice mucho más que solo mostrar una chica mirándonos, sonriéndonos y coqueteándonos desde sus lentejuelas (cada vez usan menos plumas). Considero por último, como ya he señalado, que uno de los personajes incluidos en la imagen es aquel que la interpreta pues todos estamos insertos en nuestras propias maneras de ver las representaciones (Hall 1997).

EL ESPECTÁCULO PÚBLICO: LA VEDETTE EN EL ESCENARIO

El diario *Ajá* organiza semanalmente, en un escenario implementado para la ocasión, eventos artísticos consistentes en un desfile de cantantes de cumbia, grupos folklóricos y baladistas junto con *performance* de cómicos e, invariablemente, mensajes de un parapsicólogo, conocido como El Huachano, que reparte amuletos prodigiosos. Al final de estos eventos se suele sortear premios entre quienes hayan depositado los

respectivos cupones publicados en el diario. En el 2008 gran parte de la distribución de los premios estuvo focalizada en los taxistas, puesto que se les invitó a participar y ganar el llenado de los tanques de sus autos con gas natural. Ante un reducido número de concurrentes que no llegaba al centenar, en un pequeño escenario acondicionado en uno de los ángulos de un enorme grifo que repartía el mencionado gas, la presentadora invitaba a distintas estrellas del espectáculo en medio de bromas y regalos para el público. La presencia de la *vedette* es entendida prácticamente como el espectáculo central puesto que es ella quien sacará el cupón ganador.

La *vedette* es presentada por el anunciador de manera espectacular: «Con ustedes la bellísima, la sensual, la hermosa...». Ella aparece escoltada por el cuerpo de seguridad de turno, integrado por guardaespaldas de la empresa o por vigilantes uniformados del local en donde actúa. Es recibida por el presentador con beso y abrazo seguidos de un pequeño diálogo en donde la *vedette* anuncia estar feliz con la ocasión y con los asistentes. «¿Quieren bailar conmigo?». Pareciera que es necesario comenzar el espectáculo con algún tipo de interacción con el público. Usualmente las preguntas tienen la intención de provocar una competencia, una confrontación que revele participación de más de un grupo o algún grado de complicidad entre los presentes y la *vedette*. «¿Quiénes son de Alianza? ¿De la U? ¿Del Cristal? ¿Quiénes aguantan más, hombres o mujeres?». Luego la orquesta de turno toca alguna cumbia y la *vedette* baila por un instante demostrando por qué merece ese nombre (lo que mencioné líneas arriba: porque puede articular un espectáculo por sí misma) y a continuación invita a alguien a bailar con ella. Generalmente en este punto suelo esconderme detrás de lo primero que encuentro porque si faltan voluntarios ella elige a quien pueda ayudarla a hacer un espectáculo gracioso. Con frecuencia el discurso lúdico —el chiste— tiene que hacer ganar un acceso: «¿Papito, eres casado? ¿Cumples con tu esposa?».

Cuando el espectáculo termina, llegan los encargados de seguridad uniformados y cubren a la *vedette*, es frecuente que mientras la protegen le pidan a un colega que les tome una foto posando junto a la artista. Después, un grupo nutrido de varones hace cola para conseguir una instantánea junto a ella que no deja de sonreír para los distintos lentes.

Otra locación en donde se realizaron los espectáculos públicos del diario *Ajá* fue en el patio principal de CentroLima, una suerte de galería comercial ubicada precisamente cerca del centro de la ciudad, construida en los ochenta para contrarrestar el comercio ambulatorio. Elvira Palomino concentra todas las miradas y ella lo sabe; en una entrevista posterior señala que es obvio que generará una reacción en los hombres por la poca ropa que lleva y el modo de bailar. Cuando nos recibe en su hogar nos comenta que los ha visto observándola y es consciente de que ella genera cierto asombro. Es cierto.

Elvira es la misma que da inicio a este artículo. Antes de ser *vedette*, estudió educación en un instituto en Cañete; mientras hacía sus prácticas comenzó a dedicarse al baile y acabamos de verla animando un evento en CentroLima. Ahora, desde el sofá de su casa, nos dice:

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!».



Foto 3. Elvira Palomino durante una actuación en Centro Lima (foto de Grace Luján, octubre de 2008).



Foto 4. Elvira en casa (foto de Alexander Huerta-Mercado, octubre de 2008).

Elvira Palomino definió el proceso de construcción de imagen de la vedette como un proceso permanente de «producirse», lo que le demanda tener diferentes aproximaciones ante el particular desafío de una performance donde la distinción de escenario y auditorio no está totalmente definida y donde ni el público ni ella pueden sentirse protegidos por algún tipo de separación. Esto le exige elaborar estrategias que no interfieran con un interactuar fluido. A su vez, este proceso de producirse la acompaña durante las sesiones fotográficas para los diarios que cuentan con su imagen y para nuestra propia cámara, ante la cual ella usa libremente su imaginación y escoge cómo quiere ser retratada.

Elvira afirma que sus esfuerzos están destinados a demostrar que no tiene malicia y que guarda respeto por los hombres y por las mujeres. Es consciente de que debe emplear mucha energía en demostrarlo porque las apariencias dan otra impresión. Además de recurrir a una explicación hablada para congraciarse con parte del público femenino, tendrá que hacer gala de toda una *performance* para mantener el espectáculo en orden, evitando que el voluntario con quien baila exceda los límites

que ella está planteando; es decir, el espectáculo sugiere mayor libertad de la que realmente será permitida.



Foto 5. Elvira observándose en su colección de periódicos (foto de Alexander Huerta-Mercado, octubre de 2008).

Ella nos comenta algunas cosas que no se aprecian claramente o que, en todo caso, no percibimos los espectadores que hemos venido a ver su *performance*. Dice que toma el dominio de la situación cogiendo de las manos a su eventual pareja siempre que puede y de manera sutil, para que ni siquiera él se dé cuenta del control que ella tiene. A veces le murmura al oído: «Tírate al suelo» y así lo tiene controlado mientras baila sobre él.

Estas *performances* pueden darse en escenarios al aire libre: grifos, centros comerciales o esquinas habilitadas con toldos y tabladillos, que semanalmente rotan por distintas zonas de Lima promoviendo espectáculos de publicidad para el diario *Ajá*. No son los únicos espacios en donde la *vedette* tiene que demostrar el porqué es reconocida como tal.

EL NIGHT CLUB

Literalmente el nombre indica que es un local que funciona de noche, en realidad toda la madrugada, y se caracteriza por brindar un espectáculo exclusivo para varones adultos consistente en bailes de *striptease* y en algunos casos breves *shows* con pequeñas obras teatrales y musicales de corte erótico. Los precios de entrada y de bar son caros y están destinados a una clase media y media alta. Si bien no son muchos en Lima, gozan de particular popularidad en el siglo XXI, son parte del imaginario social y su publicidad alcanza todo tipo de periódicos e internet; incluso un local anuncia a sus artistas en grandes paneles desplegados en camiones que circulan en las grandes avenidas. Se dice que los *night clubs* están siempre en sitios alejados por lo que es pertinente preguntarse: ¿alejados de dónde? Usualmente de los sitios de residencia de los clientes, aprovechando no solo las distancias territoriales que se han construido en torno a las diferencias sociales en Lima, sino también en zonas industriales, rodeados de fábricas que hacen de su perímetro cercano un sitio desolado y peligroso en la noche, de no ser por la fila de taxis esperando a la puerta de los locales.

Literalmente la «imagen» aquí es peligrosa. Lo primero que llama la atención es la minuciosa revisión que se hace del cliente que entra al *night club*. Evaluando las partes en que se concentran los encargados de seguridad es evidente que se pretende rastrear los espacios en donde cámaras, filmadoras o quizá armas pueden ser ocultadas, aparte de los bolsillos, las medias, el pantalón a la altura de la ingle, incluso el cabello de ser largo y las mangas de las camisas.

No tengo fotos de estos eventos, no puedo tenerlas puesto que está prohibido usar cámaras pues hay identidades y honras que proteger. El temor no es a la máquina en sí sino al contenido y a su circulación. Al definirse el *night club* como un lugar en donde las únicas imágenes estarán solo en la memoria de los concurrentes, no solo permite espacios de inversión más efectivos sino que también ayuda a delimitar un ámbito que en teoría no conocerá luego límites. Aquí la tecnología visual es peligrosa porque circula fuera de un contexto protegido, se vuelve evidencia o simplemente incomoda, revelando las características trasgresoras del ambiente. Pero también ayuda a generar una comunidad de hombres con tanta libertad como discreción. Y nuestra *vedette* puede cruzar límites que en un espacio público serían censurados.

En ambientes en donde prima la oscuridad (que facilita detectar el *flash* de una cámara), generalmente provistos de mesas y sillas o sillones con mesas, mozos y anfitrionas hacen circular bebidas espirituosas y actúan desnudistas presentadas solo con un seudónimo (sobrenombres cariñosos como Milly, Barbie, Sissy), siempre serias, silenciosas y con poca interacción con el público. Casi por regla, a las dos de la mañana aparece la *vedette* como parte de un espectáculo estelar, presentada por una

voz *en off* que la anuncia de forma parecida al espectáculo público que hemos descrito antes, y comienza un evento similar con baile y coreografías, para luego pasar a los juegos que —dadas las características mencionadas— observarán un nivel de trasgresión con respecto a la conducta esperable en un espectáculo público. Es interesante mencionar que aquí la *vedette* tiene un mayor grado de vulnerabilidad, puesto que si bien hay encargados de la seguridad, el escenario se abre para una mayor libertad de los participantes que salen a su pedido a bailar con ella.

Eva María Abad, una *vedette* que pasó su infancia en Pucallpa y que se inició muy joven en el baile como integrante de grupos de folklore selvático, me confesó que viendo un espectáculo en Miami había aprendido algunos trucos, como por ejemplo desvestirse inmediatamente al hombre, ya sea rompiendo los botones de su camisa o quitándole el polo, con lo que sentía que ganaba el poder: «Una vez ahí desnudo ya lo tengo, ¿no crees?». Esta acción de evidenciar la panza o el cuerpo semidesnudo es común tanto en el espacio abierto como en el *night club*, y es realmente parte del control.

Gladys Trocones, de quien también hablamos al comenzar el presente texto, me comentó que en casos extremos, luego de desnudar el torso del concurrente, lo hace inclinarse y le saca la correa con la cual lo azota y le deja el cuerpo marcado «como recuerdo». Lo cierto es que es interesante ver cómo esta coerción social, junto con las bromas que gasta la *vedette* al concurrente, son suficientemente efectivas para prescindir de los servicios de los agentes de seguridad que, sin embargo, siempre están alertas y vigilantes.

Los juegos también son a la vez una forma de control y una manera de evidenciar la vulnerabilidad masculina. Generalmente consisten en concursos de baile tipo *striptease* entre hombres, o en los que se colocan globos inflados entre dos concursantes para que estos, fingiendo posturas sexuales, los revienten. No faltan los juegos de intercambio de ropas o concursos consistentes en disfrazar a los participantes de bebés que deben ser amamantados por asistentes premunidos de biberones con vino.

El ganador usualmente recibe como premio, junto con una botella de cerveza, algún calendario o alguna entrada para un restaurante que busca promoción. Sin embargo, el premio más esperado es un baile con la *vedette*, que lo realiza mientras el ganador está sentado, echado en el suelo o pegado cuerpo a cuerpo con ella.

LA OTRA IMAGEN: EXHIBICIÓN DEL «CASI DESNUDO» DE Y POR LA VEDETTE

Tanto ante una comunidad amplia —la del evento público del diario *Ajá*, por ejemplo—, como en la comunidad de pares que se conforma entre los hombres que asisten al *night club*, la *vedette* aplica una serie de técnicas no aprendidas en escuela alguna sino viendo a sus colegas o entendiendo la lógica de la situación que le ofrece un espacio poblado en gran parte por hombres estimulados por su presencia.

Sea al aire libre o dentro del *night club*, la *performance* no presenta un escenario definido; es decir, el público no está protegido por una línea límite y es susceptible de formar parte del espectáculo como protagonista, aunque —como he insistido— este espectáculo no puede preservarse en una cámara.

Si bien lo que define a la *vedette* es la capacidad de ser protagonista en este tipo de espacios, dicha capacidad 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; esto garantizará que estemos hablando de alguien famoso. Su imagen está siendo construida e incluso parte de ella ya lo ha sido a partir de las fotos e historias periodísticas a las que hemos aludido. Y, claro, según la crítica feminista de Laura Mulvey, estaría dirigida exclusivamente a la mirada masculina y reafirmaría de muchas formas la imagen de mujer objeto². Sin contradecir lo mencionado, hemos visto en la descripción de eventos que, al mismo tiempo, la *vedette* problematiza en la *performance* la virilidad de sus coparticipantes y con esto los controla, haciendo público el poder de desnudar frente a los otros el cuerpo masculino, poniendo de manifiesto no solo los temores sino también la sanción social de la burla.

Mientras que las *vedettes* pueden considerarse como la evidencia visual de una cultura machista, también representan el desafío y la publicidad de lo vulnerable, que las hace poderosas. Pero si su semidesnudez reafirma la clásica idea de «mujer objeto» o «trofeo», es la desnudez a la que ellas someten a los hombres lo que paradójicamente desafiaría esta masculinidad otorgada.

¿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.

Norma Fuller desarrolla las contradicciones en la construcción de la masculinidad en la clase media peruana, en donde la *performance* requerida al hombre en el guión social implica fortaleza física y potencia sexual que corrobore su virilidad, mientras en el plano doméstico se le pide fidelidad y una suerte de caballerosidad que corrobore su hombría, para finalmente pasar al nivel público donde se le exige

² En un tratado inscrito dentro de la teoría cinematográfica feminista, Laura Mulvey diferenciaba —desde una perspectiva psicoanalítica— dos tipos de placer generado por el cine: aquel que se siente al usar a otra persona como estimulación sexual a través del sentido de la vista, y el placer narcisista del espectador al identificarse con la imagen (Mulvey, 1981). Mulvey sostenía que el cine estaba estructurado para la «mirada masculina» en la mayor parte de las producciones en donde la mujer era solo un mero espectáculo; esta mirada era construida incluso desde el mismo momento de enfocar el lente de la cámara. Si bien se ha cuestionado la teoría de Mulvey por la pasividad asignada a la mujer y por no tener en cuenta la posibilidad de una «mirada femenina», la idea de una «mirada masculina» es sugerente.

éxito económico, político y social (Fuller, 2001). Estos tres planos son a la vez contradictorios y desafiantes, vigilados por la misma sociedad y puestos constantemente a prueba. 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. Están expuestos a los chistes relacionados al tamaño y capacidad de erección del pene («Papito, no te sobresale nada») o en todo caso son humillados por lo contrario, 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 someta a un probable hostigamiento. Evidenciar una falta de virilidad (tener pene pequeño, no conseguir excitación o exhibir escasa musculatura) o una falta de hombría (ser mañoso, mal intencionado, poco caballero) es el hecho de hacer visible lo invisible y de convertirse ella en una suerte de cómplice mutuo con un público que le otorga poder o, en todo caso, somete al participante al escrutinio público en una comunidad que por ser de pares (asistentes a este espectáculo) limita su juicio al humor. Pero de la risa hablaremos luego.

Hay un elemento que es constante en las presentaciones en vivo de las *vedettes* y que es su mejor herramienta: una imagen que capta la atención (y que es enriquecida por las imágenes fotográficas y televisivas). Es tiempo de buscarlas en los periódicos.

PRENSA Y ETNICIDAD

Si hay un elemento que ha extendido las características propias de la cultura popular en todo el territorio nacional, ha demostrado su aceptación y ha dado lugar a un eje amplio de circulación de las imágenes —entre ellas las de nuestras *vedettes*— es el de la prensa en formato tabloide conocida genéricamente como «periódicos chicha».

Eduardo Lavado hace un seguimiento de la presencia de la *vedette* en la cultura popular peruana y califica a los años cincuenta como la era del *cabaret*, que devino en café-teatro durante las décadas subsiguientes, en donde se pasaba del espectáculo de variedades a obras de corte picaresco, y que decayeron para la década de los ochenta debido a la crisis económica, los toques de queda, los apagones y la violencia política. Las *vedettes* migraron entonces a los programas cómicos (de los que también hablaremos luego) para hoy, en el siglo XXI, saturar la prensa popular, donde las vemos retratadas todos los días, enterándonos de sus vidas y escándalos³.

³ Eduardo Lavado: «Vedettes: una especie en extinción», edición digital de *Perú.21*. <http://peru21.pe/imprensa/noticia/vedettes-especie-extincion/2005-01-31/4392>

Sin embargo, desde los albores de la prensa popular en el Perú, las *vedettes* han tenido definida presencia. Juan Gargurevich relata que en julio de 1951, como estrategia de marketing, el diario *Última Hora* recurría al impacto que había causado el ritmo denominado «mambo» y su sensual manera de bailarlo en Lima (a tal extremo que incluso la iglesia peruana había tomado cartas en el asunto, con la amenaza de excomuniación por parte del cardenal de entonces, monseñor Guevara, para quienes lo bailaran o lo escucharan). El diario publicaba los pasos en primera página a modo de lecciones diarias. También en un proyecto bastante audaz se publicaba cada día un gran recuadro que pedía «Veinte chicas para una compañía de revistas», entendiéndose esto como un espectáculo musical que sería llamado las «Bikini Girls», una de cuyas integrantes sería Betty di Roma, joven iqueña radicada en el Callao que quedaría en la retina de muchos limeños y dejaría como paradigma la herencia de México y el Caribe, el mambo y las nuevas definiciones de la sensualidad latina.

Fue en el Teatro Monumental, en la avenida Venezuela, en Breña, donde debutaron las frescas veinteañeras convocadas por *Última Hora* para integrar el grupo de baile las «Bikini Girls». Y entre ellas, la reina indiscutida era la morena clara Betty di Roma, por sus grandes ojos verdes, sonrisa amplia, desenfadada y, sobre todo, de sensualidad irresistible para los tiempos. El cine mexicano había impuesto un nuevo patrón de belleza para las bailarinas de ritmos tropicales y ya no estaban de moda las regordetas de los años anteriores. Los filmes nos traían ahora a María Antonieta Pons, Amalia Aguilar, Emilia Gíu, Meche Barba, que lucían cinturas estrechas y bustos sugerentes pero no desbordantes (Juan Gargurevich, *Blog del Tío Juan*, <http://tiojuan.perublogs.com/2005/05/Betty-bailo-hasta-el-final.html> Consulta: 5 de mayo de 2005).

Como cita Gargurevich, el cine mexicano sentaba paradigmas y había venido reforzado económicamente por el apoyo de la política de buena vecindad de los Estados Unidos de América con los países de habla hispana del sur durante la segunda guerra mundial. Lejos de imitar al cine hollywoodense, el cine mexicano generó su propia época de oro pero, por sobre todo, su propia identidad; o, mejor dicho, irradió una imagen poblada por perfiles nacionalistas de virilidad: el charro, el vaquero de la frontera, el galán cantante, el héroe noble. Una respuesta al *cowboy* estadounidense resultó en la idea del macho que a su vez era contrapuesto a las distintas imágenes de la mujer, que podían ir desde la madre abnegada y sufrienda a la heroína que padecía en silencio o buscaba redención.

Octavio Paz proyectaba los estereotipos mexicanos a los mitos fundacionales de la conquista, contrastando las imágenes de la mujer conocida como la «malinche» —que según la tradición se vinculó al conquistador español— con la imagen purificada de la Virgen de Guadalupe encarnando las virtudes de la pureza y de la maternidad, y articulando las ideas de la exclusividad del plano doméstico para la

mujer (Paz, 1959). Así como la encarnación de la intensa masculinidad precisaba la contraparte de virtud femenina, las heroínas del cine mexicano necesitaban de una contraparte que no solo realizara al bien frente al mal y reivindicara los valores, sino que destruyera la familia y los ideales de aquellos que quisieran caer en sus brazos (Bernheimer, 1993; López, 1991).

Las rumberas aparecían tanto como la parte alegre y vinculada con la naturaleza (estereotipo muy bien aprovechado en Hollywood a partir de los años veinte donde escenarios con palmeras y bananas asociaban la feminidad caribeña con la naturaleza tropical) o como la chica fatal que destruía con tentaciones a la familia bien constituida y ejemplar de la película. Se puede decir mucho acerca del rol de la mulata rumbera como imagen en los discursos fundacionales del Caribe; sin embargo, ello no es nuestro tema. Baste decir que las imágenes de la época de oro del cine mexicano y el impacto de la música caribeña (cuyas bailarinas también «performaban» en el cine de México) han sido parte importante de la constitución de nuestras bailarinas: hemos recibido una influencia mediática que las presentaba como chicas asociadas con una naturaleza tropical y, por otro lado, confirmando una imagen que las estereotipaba como *non sanctas*⁴.

Pero nuestras *vedettes* no son caribeñas ni pretenden serlo y al verlas encontramos toda una constelación de colores y brillos, ellas pueden deslumbrarnos con cabellos rojo intenso, rubio clarísimo o negro azabache. Pueden recurrir a lentes de contacto de colores claros, a maquillaje permanente y a labios rojo carmesí. ¿Intento de blanqueamiento? ¿De asumir patrones de belleza dominante? Ambas respuestas serían afirmativas si solo nos limitáramos a la foto y, sin embargo, como hemos dicho persistentemente, esta imagen articula muchos significados. Las *vedettes* no solo son apariencia sino actitud, así como los criterios étnicos no están forzosamente ligados a una apariencia.

VEDETTES CHOLAS

En diciembre del 2004 el futbolista peruano Paolo Guerrero regresó de Europa trayendo consigo una novia alemana. Las reacciones de algunas *vedettes* fueron publicadas en el diario *El Chino*, bajo el sugestivo título de: «Nosotras tenemos mejor carne».

⁴ Curiosamente, en el Nuevo Testamento, mientras las prostitutas son perdonadas o incluso colocadas en un lugar preferente en el reino de los cielos, la imagen de la bailarina (conocida por tradición como Salomé) implicada con su acto en la decapitación de Juan Bautista ha articulado significados de malicia, manipulación y, sobre todo, de poder peligroso y pecador.

A pesar de que muchos han visto con buenos ojos a la pareja del futbolista Paolo Guerrero, también hay detractores, principalmente las conocidas bailarinas del medio, pues aseguran que las peruanas tienen lo suyo y que aunque muchas son rubias al pomo, «somos más cariñosas y ardientes que cualquier extranjera».

Maribel Velarde: «La carne nacional es mejor. Acá somos cholitas buenas y apretaditas, y podemos teñirnos. No tendría razón para fijarse en las extranjeras [...]» (*El Chino*, versión digital, 16 de diciembre de 2004).

La sensualidad sugerida aparece como algo esencial que les ofrece una ventaja frente a las europeas, de quienes además pueden copiar fácilmente el color de cabello, si lo desean, mediante el teñido, que aparece como algo secundario. En el mismo artículo hay una segunda opinión: «Gladys Troncones: Cada uno con su gusto, pero las peruanas somos mejores, más cariñosas, buenas, calientes y ardientes en la cama. De repente ahora que está viviendo en Alemania se ha vuelto liberal y frío, por eso prefiere a las alemanas».

«Somos cholitas buenas y apretaditas» confirma este capital social que está asociado a la «choledad» de las *vedettes*. Sin embargo, este tipo de representación es nuevo en los medios peruanos.

Lo «cholo» ha denotado históricamente mestizaje, una categoría cultural de tránsito (Quijano, 1980) o 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 «cholo» ha sido, a la vez, una categoría para definir una otredad que podía ser aproximada con agresión (estereotipos raciales en telenovelas), con humor (tanto victimizando al migrante como reivindicándolo) o con afán reivindicativo. 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*⁵. La imagen humorística de la chola aparecía más bien como contraposición a la idea de mutismo, distancia y seriedad, con cholas trasgresoras, alegres y desafiantes.

⁵ Sería injusto no mencionar la presencia de grandes actrices como Teresita Arce que en Radio Nacional personificaba a la «Chola Purificación Chauca», a Olinda Caballero en la televisión con «La Chola Energía» y a María del Carmen Ureta con el 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.

Es mejor ceder la palabra a uno de los actores pioneros en encarnar el ya celebre rol de chola:

Había un programa de radio, *Loquibambia*, un éxito, y ahí empecé a imitar a una chola [...] Después la llevé a la televisión, tenía mi puesto ahí, vendía culantro, limpiecito, rico y barato [...] Después queda la satisfacción de haber dado idea a tantas cholos que han salido. Antes nadie hacía de chola, ahora hay 50 mil cholos (Rossini, 2008).

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 una perspectiva de carnaval, estos personajes toman la iniciativa, se burlan de los poderosos o 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 ver que los cambios relacionados con la choledad femenina 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.

LLEGA LA SENSUALIDAD

Monique Pardo me cuenta que cuando llegó al aeropuerto de Huamanga a mediados de los años noventa, en tiempos en que aún había remanentes de la violencia política, le llamó la atención ver inscrito en un mural la letra de la canción: «Adiós pueblo de Ayacucho», me tararea la canción y me cuenta sus experiencias en Huamanga. Iba ella caminando por el mercado y le gustó un traje de ñusta cusqueña que estaba colgado en uno de los puestos; ante su sorpresa, la caserita se lo regaló al reconocerla. Ella, llegando a Lima, le hizo unas modificaciones: «recorté descaradamente la falda —me dice con aire de complicidad y travesura—, sabes que en el Perú gusta lo llamativo». Y sí que lo sé, nuestra cultura popular es particularmente colorida y con un característico «horror al vacío» imposible de ignorar.

Me gusta oír a Monique explicarme cómo el mestizaje peruano es a la vez alegre y creativo: «Soy chola, puede que sea una blanquiñosa, limeña, mazamorrera, pero soy chola y marqué un nuevo hito, me vestí de chola, mostré mis buenas piernas,

piernas peruanas, como un roble, piernas que me han permitido estar de pie». En el testimonio de Monique encontramos una concepción de «chola» mucho más amplia, que se funde con la peruanidad centrada en la fortaleza y en la sensualidad. Y los noventa nos deparan una nueva arena para novedosas *vedettes*.

TECHNOCUMBIA, INTÉRPRETES, BAILARINAS Y UNA NUEVA IMAGEN PARA LA CUMBIA PERUANA

Hay un acuerdo en que la cumbia peruana ha atravesado una serie de períodos que coinciden con los distintos procesos sociales ligados a la migración de los setenta, al llamado desborde popular de los ochenta y al radical acceso a un sistema neoliberal en los noventa, en un contexto de apertura agresiva al mercado internacional, de privatizaciones, de impresionante corrupción política y de una nueva clase media. Es en los noventa cuando el acceso a la modernidad genera no solo cambios en el uso de sintetizadores electrónicos sino también busca acceder al mercado internacional (Quispe Lázaro, 2000; Romero, 2007). Llamó la atención que, a diferencia de las manifestaciones anteriores como la cumbia costeña o la andina, la technocumbia tuviera a las mujeres como protagonistas, no solo en las cantantes principales (Rossy War, Ruth Karina, Ada Chura, Ana Kohler), sino también en las coreografías que destacaban por la presencia de chicas con ropas bastante diminutas. En muchos casos aprovechando el estereotipo del traje de los nativos (que a decir de Romeo Grompone correspondía más a nativas polinésicas) y todo el imaginario sensual asociado a las zonas tropicales.

A su vez, la technocumbia representa una apropiación de modernidad y se muestra abierta al mundo en cuanto a sus influencias y como producto exportable. La imagen de la mujer como líder de este fenómeno no revisa su utilización como objeto sexual, sino más bien le exige una apariencia estética que corresponda con patrones exportables, cuerpos esbeltos y proporcionados, y actitudes sensuales. Se reproduce la capitalización de estereotipos que caracterizó el uso de ambientes del Caribe como marco perfecto para las bailarinas del cine de la primera mitad del siglo XX en las imágenes de una selva salvajemente sensual en el Perú. Los grupos de cumbia conformados por mujeres empiezan un apogeo y ex *vedettes* son convocadas a este tipo de grupos.

El hecho de que los mismos artistas capitalicen el estereotipo no niega sino confirma la observación de Jorge Thieroldt consistente en la influencia de la selva en lo que ahora conocemos como cultura chicha y a través de los distintos ritmos de cumbia peruana que también nos traen una forma de identidad (Thieroldt, 2000).

Personajes populares como las cantantes folklóricas y cantantes de cumbia han accedido a mayores niveles de exposición mediática y sus vidas han sido inspiración del denominado *boom* de las miniseries; es decir, historias televisivas serializadas en donde se presentan biografías idealizadas o de tono melodramático protagonizadas por artistas populares como paradigmas de esfuerzo y tenacidad frente a la marginación. Tula Rodríguez, exitosa ex *vedette*, actriz y empresaria, hizo el papel de esposa del cantante Lorenzo Palacios «Chacalón» y comentó sus esfuerzos al diario *El Trome*: «He tenido que hacer muchos sacrificios como engordar, cambiar de *look*, pero con esto ha quedado demostrado que las cholas sí podemos ser protagonistas. Adiós rubias y pelirrojas, las cholas estamos de moda» (*El Trome*, 4 de mayo de 2005).

El hecho de que Tula Rodríguez pueda representar a la esposa de un cantante popular que se identificaba con su propio público denota también el grado de cotidianeidad y cercanía que la *vedette* ofrece al aceptarse como chola y, con ello, marca distancia de otros modelos que serían consideradas lejanas o distantes frente a una «chica que vive al lado».

Sin embargo, esta cotidianeidad que la *vedette* reclama como capital social será excedida por las características que la hacen un ser extraordinario. La imagen de su cuerpo cobra valor debido a lo distinto de lo cotidiano, usualmente definido por modificaciones quirúrgicas que la hacen verse voluminosa, especialmente en los senos y en los glúteos, y hacen de ella una imagen superlativa y distinta a su entorno, llamando la atención sobre áreas del cuerpo que usualmente son cubiertas por el discurso cultural del recato. Ello las hace extraordinarias frente a cualquier discurso que critique la vanidad, la frivolidad o las formas adecuadas de cuidar el cuerpo; las *vedettes* son diferentes a lo cotidiano en este aspecto por lo que habrá un afán de nivelar esta imagen justificando su presencia y reforzándola con discursos en donde ellas también se presenten como chicas cotidianas.

LA IMAGEN ARTICULANDO MEDIACIONES

Hemos visto que la imagen de la *vedette* puede articular una serie de discursos que circulan en la cotidianeidad respecto a gustos, características, estereotipos e identidades. Plasmada en el periódico es literalmente la foto delineada de una chica en tanga haciéndonos partícipes de la imagen a través de su mirada, no frontal sino por encima del hombro, acompañada de una pose que nos recuerda la perspectiva de Berger, quien señalaba que en las representaciones femeninas las mujeres parecen estar siempre conscientes de que son observadas y, bajo esta influencia, se observan a sí mismas (Berger, 1972).

Llama la atención que las imágenes de las *vedettes* puedan circular de manera tan libre en el frontis de muchos quioscos —puesto que no hace falta comprar un diario para apreciarlas en ese mosaico multicolor de ejemplares colgados en los puestos de venta cada mañana—, teniendo en cuenta los discursos morales dominantes en la educación formal, en el catolicismo y en los conceptos aceptados de decencia y recato, particularmente dirigidos hacia las mujeres en la mayor parte de espacios urbanos en el Perú.

En otro artículo he mencionado que la prensa popular se mueve en un contexto que no es considerado dentro del circuito formal, no entra en el discurso aceptado como cultura oficial promovida y deseable por parte del Estado y de la Iglesia, no forma parte de la cultura aceptada como representativa, incluida en la oferta turística de romanticismo indigenista congelado en el tiempo. Es más bien un espacio fuera de estos juicios, visto como poseedor de poca distinción y, por lo tanto, libre también de un escrutinio que impida su propia existencia (Huerta-Mercado, 2004). Sin embargo pese a este tipo de libertad, los discursos periodísticos populares también deben buscar su articulación con los discursos hegemónicos y si bien pueden aparecer las *vedettes* semidesnudas, lo harán como parte de un artículo que denunciará infidelidades, las acusará de exhibicionistas o hará juicios adecuándose a una moral católica.

La misma foto de la *vedette* no la muestra totalmente desnuda sino vestida a través de la *performance* de bailarina. Roland Barthes sostenía para el caso del *striptease* algo que es perfectamente asociable con esta situación: la danza aparece como un vestido en sí mismo y la idea del arte como expresión no solo justifica sino que modela la postura en la que la *vedette*, definida desde el principio como bailarina, nos mira (Barthes, 1972). Al analizar la circulación inicial de la fotografía erótica como bien de consumo, Solomon-Godeau sostiene que tan temprano como los primeros daguerrotipos que aparecieron en París en la segunda mitad del siglo XIX, la circulación de fotografías eróticas se hizo a través de la imagen de bailarinas de ballet desplegando sus piernas en el momento del baile (Solomon-Godeau, 1993).

RAZÓN DE LA IMAGEN

Aun con estas mediaciones la imagen publicada de la *vedette* exige una razón de ser y, como hemos adelantado, esta noticia será sometida al juicio moral que es siempre conservador en la prensa popular. Las posibilidades son binarias: la *vedette* hablando sobre ella misma y/o alguien más hablando sobre ella. En el primer caso, la *vedette* usualmente se referirá a sus proyectos de vida, comentará sus problemas u opinará

sobre lo que se le pregunte. Cuando se habla sobre ella, los temas podrán variar desde elogios hasta críticas y acusaciones lindantes con casos policiales. Realmente al abrir el periódico y leer los testimonios enriquecemos la imagen de la *vedette*. Su rol de madre y el sacrificio que debe hacer por su hija o hijo constituyen uno de los temas más convocados. Un contraste interesante frente a la imagen de chica que busca seducir en la portada.

Mientras que en la presentación en vivo (en público) la *vedette* confronta a los varones enrostrándoles el desafío de una masculinidad puesta a prueba, en los testimonios que ella da acerca de sí misma y en los que se dan sobre ella existe toda una articulación de roles esperables de género, complementarios o contradictorios. La idea de la virginidad y de la maternidad como valores paradigmáticos e ideales impuestos a la mujer ha correspondido a una delimitación del espacio femenino donde ella puede ser vigilada en una suerte de reino y cárcel (Fuller, 1993); en el otro extremo se ha constituido otro tipo de imágenes que buscan ser evitadas dentro del imaginario de la clase media peruana: la de la seductora (que invierte el rol de conquistadora que le correspondería en teoría al varón) y la de la prostituta (que trafica con el impuesto honor sexual, por lo que se la excluye socialmente).

Como hemos mencionado, las *vedettes* suelen aparecer en las portadas de los diarios como chicas seductoras (parte de su rol artístico) y hablar de sí mismas como madres preocupadas por sus hijos, como chicas de su casa, trabajadoras y sacrificadas; mientras que las acusaciones contra ellas las han asociado frecuentemente con la prostitución, desatando escándalos y juicios que han trascendido los programas de chisme y espectáculo. La *vedette* demuestra la permeabilidad de estas imágenes impuestas fluyendo del ideal a su opuesto y articulando diferentes significados.

Como se planteó desde el inicio, la información que figura en la prensa popular es la forma actual que define la permanencia y el reconocimiento de la *vedette*, por lo que toda nota positiva o negativa, llámese arenga o escándalo, prolongará su existencia artística, y la popularidad que ella pueda adquirir a través de estos medios elevará el valor de su *performance* y le garantizará ser tomada en cuenta para eventos y espectáculos en vivo que necesitan de esta retroalimentación.

Si bien la prensa escrita es necesaria, la televisión es el medio de comunicación que permitirá a la *vedette* «performar» y ser vista en sus roles de bailarina y actriz; además, la riqueza del medio le permitirá tentar espacios para acceder al papel de animadora y presentarse ante un nuevo tipo de público. La televisión también ha sido un ámbito que las ha vigilado y las ha acusado, a través de los programas de chisme del espectáculo que han sido una suerte de panóptico para ellas. Estos programas que invierten los espacios privados y públicos son vigilantes

de discursos morales conservadores relacionados a la fidelidad, a la hombría y en general a la decencia, pese a que en apariencia tienen un lenguaje popular, parecido al de la prensa escrita que comentamos. No es de extrañar entonces que a partir de la segunda mitad de la década de los noventa (esta década ha sido recurrente en el análisis de las *vedettes* actuales) las *vedettes* hayan tenido una intervención constante, polémica y determinante en estos espacios. Su presencia en los programas de chisme nos daría para todo un artículo nuevo más adelante, pero ahora veamos otro tipo de programa.

LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS CÓMICOS

Gladys Trocones es una bailarina de primera, la hemos ido a ver en sus ensayos y tiene un concepto elaborado de coreografía (donde combina flamenco, mambo e incluso reggaeton); ¡imaginen lo difícil que es bailar con zapatos de plataforma altísima! Parte de la explicación es que ella se inició bailando para grupos de cumbia y en discotecas. Le pregunto cuándo comenzó a llamarse *vedette* y ella me corrige la pregunta, me dice que más bien ella comenzó a sentir que estaba llegando a ser *vedette* (considera que aún está en proceso de serlo) al aparecer en programas cómicos, junto a chicas que ella misma consideraba *vedettes*. Mejor aún, su nombre empezaba a aparecer en los créditos. Le pregunto por algunos de sus roles y me comenta el de enfermera *sexy*, el de chica inocente y el de esposa de un cantante popular de cumbia. Una vez la acompañamos al teatro Astros, donde se grababa un programa cómico. Ella aparecía de estudiante en una suerte de universidad de *vedettes*, lo curioso es que esta universidad exigía un uniforme muy parecido al escolar y las chicas estaban premunidas de faldas negras extra cortas y camisas blancas ceñidas al extremo.

Si existe una constante en la breve historia de la televisión peruana es que los programas cómicos han sido, entre éxitos y fracasos, la presencia más recurrente y casi siempre han integrado las listas de los programas más vistos.

La *vedette* puede aparecer como parte de un entremés musical, acompañando a un cantante invitado o, mejor aún, dentro de un *sketch* donde generalmente hace gala de una inocencia que contrasta con su espectacular belleza. La enfermera con escote y minifalda que emocionan al paciente, las alumnas que deben ser entrenadas por un profesor erótico, las *femmes fatales* que amenazan la fidelidad de un marido impresionado y una esposa celosa dispuesta a contraatacar.

Salvo excepciones, actualmente nuestra artista tiene pocas líneas en el *sketch* y es frecuente que opte por intentar seguir en la pantalla de televisión más allá de su rol como *vedette*. Es entendido que ser *ex vedette* da lugar a poder ascender como actriz

y tener roles de mayor protagonismo en los espacios televisivos como, por ejemplo, el de animadora de un programa de concursos o tipo *magacín*. Pero volvamos a los programas cómicos.

La *vedette* fluye en su rol de combinación extraña de sensualidad inocente o de mujer ingenua/mujer/niña que no se da cuenta del impacto que causa o que no entiende, mientras que nosotros como público sí lo hacemos y reímos ante el espectacular contraste. Es importante detenernos aquí en la mediación de los programas cómicos. Las *vedettes* no son las únicas que pueden lucirse aquí sin temor a una censura mayor, como tampoco a los comentarios sexistas y machistas que se dan en los *sketches* donde ellas «performan» o a los comentarios de corte racista que pueden fluir a lo largo de la transmisión. Si la clave es el humor, este aparece como un vehículo inocente tanto para quien transmite el mensaje como para quien lo interpreta y, aún mejor, se ríe; además, claro, de emplear como válvula de escape este humor para drenar contenidos que dentro de un discurso democrático bien podrían estar reprimidos pero no derogados en la mentalidad de la audiencia⁶.

Asimismo este espacio se presenta con elementos carnalescos, no necesariamente en forma de fiesta previa a la Semana Santa, sino con las mismas características de la celebración del carnaval, tal vez por la relajación de normatividades sociales (el recato de la mujer queda disminuido), el uso del lenguaje soez (los comentarios sobre las partes nobles del cuerpo), una suerte de mundo al revés donde todo está permitido, contribuyendo a justificar las trasgresiones y a celebrarlas⁷.

Luciana Salazar, una consagrada *vedette* argentina, ha sido invitada a hacer un *sketch* que obedece al patrón clásico, donde funge de doctora con mandil blanco mínimo y —supongo que para mantener una imagen que ha sido constante— un gorrito de enfermera. El cómico Miguel Barraza es el paciente y, por dato que le ha dado una enfermera, sabe que la doctora tiene un «trauma» cuyos peculiares efectos consisten en que cada vez que escucha una palabra que termina en «ón», entra en un estado de éxtasis que le hace ceder una prenda o, lo que es igual, desvestirse paulatinamente. Barraza entonces comienza a mencionar las características de su mal, haciendo énfasis en palabras como *aflicción*, *corazón*, *decepción*, *conmoción*, etc. Vemos a una cándida doctora entrando en raro trance y quedando en tanga. Cuando Barraza piensa consumir el desnudo total de Salazar, entra repentinamente el cómico Pablo Villanueva interpretando a su personaje «Melcoloco» (una suerte de vagabundo

⁶ Estas ideas están directamente inspiradas en el análisis que Gonzalo Portocarrero (1998) hace acerca del humor y el contenido implícito en el personaje «China Tudela» de Rafael León, para lo cual incluye una perspectiva sociológica e incluso psicoanalítica.

⁷ Para una aplicación de las categorías bajtinianas a los programas cómicos peruanos, ver Espinoza, 1992.

estrambótico), coge en sus brazos a la ahora casi desnuda *vedette* y exclama: «Se acabó la atención y la llevo a mi cuartón», saliendo con la confundida *vedette* y dejando a Barraza con cara de frustración.

En otro *sketch*, el mismo Barraza y Alejandro Casaretto (que forman la clásica dupla de personaje de pequeña estatura frente a su contraparte voluminosa) fingen ser fotógrafos y aprovechan la situación para inducir a dos *vedettes*, Paola Ruiz y Gladys Trocones, a ir paulatinamente desvistándose y posando sensualmente ante la cámara. Barraza y Casaretto en realidad estaban contratados para limpiar el local pero eso solo lo saben ellos y el público.

De modo similar, los *sketches* en donde «performan» las *vedettes* han jugado casi constantemente con la idea de la chica cuya imagen de mujer adulta, voluptuosa como su oficio demanda y con poca vestimenta, contrasta con su ingenuidad, su actitud de niña o su total desconocimiento de lo que ella parece representar para sus coprotagonistas o dentro de los planes de estos. Como espectadores estamos más al tanto de la perspectiva de los hombres, o de los pícaros y de sus intenciones, y sabemos más que la *vedette* sobre lo que pasa.

La actuación usual de nuestras *vedettes* es la de mujeres que expresan un rol distinto del que aparentan y es precisamente este absurdo, esta contradicción, los que garantizarán la sorpresa que dará lugar a la risa. Consultada sobre tales caracterizaciones la ex *vedette* Lucy Cabrera nos respondió: «Al hombre le gusta proteger, por eso la actitud de niñita, y claro, le gusta seducir a una mujer». Queda evidenciado, amén de las interpretaciones, que estamos ante una figura que articula una serie de estereotipos asociados a una chica ingenua, fácil de dominar, o a una chica seductora, o ante un mundo invertido en donde las jóvenes se comportan como niñas o las chicas inocentes lo son radicalmente pero no lo aparentan.

Esporádicamente algunas *vedettes* son también invitadas a participar en programas de imitaciones y humorismo político como personajes complementarios que realzan las características de personajes públicos acusados de procacidad o caricaturizando el apetito sexual de los hombres poderosos en el Perú.

Si, como hemos visto, al momento de hacer las presentaciones en vivo, la *vedette* desafía con humor el mundo masculino, invirtiéndolo o vulnerándolo con la complicidad de un público que entiende el código y lo celebra, en los programas cómicos su presencia articula significados del chiste como válvula de escape de contenidos que de otra forma serían reprimidos o censurados socialmente. Entonces la sexualidad como parte del pensamiento cotidiano, el deseo y los temores de censura que ambos aspectos significan se ven relajados a través del humor.

CONCLUSIONES

Vestida con un buzo de color claro, Elvira Palomino nos recibió una mañana en su casa con mucha amabilidad y nos mostró su vida a través de su álbum de fotos y el armario con sus vistosos trajes de *vedette*.

Cuando pedimos permiso para tomarle algunas fotos ella nos confesó su incomodidad porque, en sus propias palabras, no «se había producido» como *vedette* para ese momento. Confieso que me gustó la referencia puesto que me daba en la yema del gusto usando una construcción elegantemente estructuralista (¿o funcionalista?) que me recordaba a los textos con los que nos entrenamos en antropología. Respondiendo a nuestra inquietud, nos dijo que era un proceso general que podía pasar por los ejercicios, la tecnología médica, la coloración del cabello y el vestuario, entre otros factores que la producirían como *vedette*. Sin embargo accedió a nuestro pedido y frente al lente descubrimos cómo se iba «produciendo» poco a poco, posando y sonriendo, mostrando su sensualidad de manera eficiente y recordándonos su rol de *vedette*. Al preguntarle dónde aprendió ese arte, ella nos confesó que no recordaba haberlo aprendido en sí pero seguramente lo había visto en fotos de modelos. La sesión continuó de manera muy animada y sin darnos cuenta terminamos posando con ella, quien nos enseñaba cómo cogía de las manos a los voluntarios del público y cómo discretamente le otorgaba una distancia y un freno a su eventual pareja sin alterar la aparente libertad con la que se realizaba el *show*. Nuestra cámara nos ayudó a producir imágenes de nosotros con ella y era interesante cómo terminó siendo un medio a través del cual no solo Elvira sino nosotros terminamos «produciéndonos».

En un local miraflorentino acondicionado para una pequeña conferencia de prensa, la *vedette* Daysi Araujo presentaba su calendario junto al actor, productor y *mánager* Alex Otiniano, frente a un nutrido grupo de periodistas que gritaban sus preguntas. Nos fundimos en el evento, gritamos nuestras preguntas, tomamos fotos y formamos parte de esa comunidad que construía la imagen de la *vedette* peruana. Daysi nos mostraba una a una las fotos de cada mes que la revelaban vestida de ñusta, de mujer policía, de escolar, con el cuerpo pintado con los colores nacionales y también una tierna foto cargando un bebé, y las preguntas giraban en torno a su carrera, a sus planes, con especial énfasis en sus romances, en lo que «se decía» sobre ella e incluso algunos preguntaron acerca de sus supuestos *affaires* con personajes conocidos del deporte y del espectáculo. Terminada la rueda de preguntas comenzó la sesión de fotos que consistía básicamente en Daysi posando calendario en mano. Los periodistas casi rogaban y conseguían que no solo mostrara sus fotos sino que enfatizara en sus piernas y en sus senos. En determinado momento los periodistas convocaron a Alex Otiniano y junto a Daysi ambos generaron nuevas imágenes en las que él, de manera sutil, revelaba los senos de la *vedette* o la abrazaba estrechamente.



Foto 6. Daysi ante los fotógrafos (foto de Alexander Huerta-Mercado, diciembre de 2009).



Foto 7. Entre cámaras (foto de Alexander Huerta-Mercado, diciembre de 2009).

Daysi Araujo presentó ante la prensa su calendario para el año 2010. Las imágenes la describían sensual en el traje diminuto de mujer policía, ñusta o colegiala. Estas imágenes no serían las únicas en construir la imagen de Daysi. Durante la conferencia de prensa ofrecida para dicho evento la *vedette* respondió preguntas tanto relacionadas con la producción de su calendario como sobre los rumores que hay respecto a su vida privada, a sus proyectos y a las razones de su éxito. Los fotógrafos de distintos periódicos mostraban interés no solo en las fotos del calendario sino que la rodeaban y le sugerían distintas poses para la cámara: «Daysi mira aquí, Daysi baja un poco el calendario...», eran gritos que se oían en un proceso de producción de imagen en el que varias personas estuvieron involucradas. Cabe destacar el importante rol en este proceso del *manager* de Daysi, Álex Otiniano, quien ayudaba en las respuestas, anunciaba proyectos y construía junto a ella y a los fotógrafos desafiantes imágenes. Una suerte de polifacético «hombre del Renacimiento» del ambiente artístico popular peruano, Otiniano es actor, productor, director, *manager* y promotor de la imagen de distintos artistas populares.

En ambas experiencias nosotros formamos parte de este proceso de producción en el que la *vedette* era parte activa pero no única y en el que de alguna forma cada uno de nosotros buscaba resultados tan distintos como poses y preguntas hay. Sin embargo, el hilo conductor de todas las intenciones era poder encontrarnos con el personaje trasgresor que convoca los temores a «mostrar» el cuerpo y a «mostrar» una actitud frente a discursos morales estrictos y castigadores.

Creo que es una imagen que se construye por oposiciones, como hemos visto en el caso de los eventos públicos por ejemplo, cuando la *vedette* afirmando la masculinidad, mostrándose como objeto de deseo o trofeo, desafía al mismo tiempo la virilidad de los miembros del público que se atreven a interactuar con ella y encuentra la complicidad de su periferia.

Oposiciones también en la prensa, en donde su fotografía la revela como mujer seductora, los escándalos la acusan de no comportarse de manera honorable pero sus declaraciones reafirman su carácter de madre o chica de su casa, coincidiendo con valores sumamente conservadores. Mientras escribo estas líneas, me entero por internet, medio por el que la prensa popular circula mundialmente, que Eva María Abad pasa momentos difíciles pero se nos asegura que anda ahora por el buen camino, lo que nos alivia gracias a textos solidarios y moralistas de la prensa, ilustrados con fotos sensuales de nuestra *vedette*.

Oposiciones en los programas cómicos, en donde su imagen de mujer adulta contrasta con su actitud de niña o su inocencia extrema, y se refuerza frente a la intención o intenciones de sus coprotagonistas.

Creo que el hecho de que la imagen de la *vedette* se construya en la circulación social hace que refleje las contradicciones, fruto del miedo y del control, con las que ha transitado la imagen del cuerpo masculino y femenino, y que haya necesitado de toda una conjunción de discursos que se han articulado como un ejército de caballos de Troya disfrazados de noticias en tabloides y *performances* lúdicas. Imágenes que nos miran y hablan más de nuestra difícil negociación con los discursos morales dominantes que de una chica semidesnuda. En otras palabras, imágenes que nos incluyen porque nosotros las interpretamos con las herramientas que hemos socializado.

Recostada en el sillón de su casa, abrazando a su preciosa hijita, Gladys Trocones me comenta: «A veces la imagen que damos como *vedettes* es la de ser inalcanzables, quién lo diría, y ves que aquí en mi barrio soy una chica más». Me comenta que recorrió un camino muy duro hasta ser reconocida como *vedette* y que aun así ella admite que está en proceso de serlo, pero igual es solo un tránsito en su vida pues planea ser productora y empresaria. Nos invita Inca Kola y ella se sirve limonada sin azúcar. Cuando le pregunto cómo aprendió la faceta de actriz ante las cámaras y en el escenario, me dice que lo hizo ella sola en el camino o tal vez de verlo en alguna otra parte, como construyendo de muchas experiencias. Le creo. Algo parecido nos pasa a los antropólogos cuando nos «producimos» haciendo trabajo de campo.

BIBLIOGRAFÍA

- Alegría, Alonso (1993). *OAX: Crónica de la radio en el Perú (1925-1990)*. Lima: Radiogramas.
- Bajtin, Mijail (1987). *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento: el contexto de Rabelais*. Madrid: Alianza.
- Barthes, Roland (1972). *Striptease*. En *Mythologies*. Nueva York: Noonday.
- Berger, John (1972). *Ways of seeing*. Londres: Penguin.
- Bernheimer, Charles (1993). *Fetishism and Decadence: Salome's Severed Heads*. En Emily Apter y William Pietz (eds.), *Fetishism as Cultural Discourse* (pp. 62-83). Ithaca & Londres: Cornell University Press.
- Espinoza, Óscar (1992). 'Risas y salsa' y la cultura popular peruana. *Pretextos* 3-4. Lima: Desco.
- Fuller, Norma (1993). *Dilemas de la femineidad: Mujeres de clase media en el Perú*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Fuller, Norma (1998). Reflexiones sobre el machismo en América Latina. En Teresa Valdés y José Olavarría (eds.), *Masculinidad y equidad de género en América Latina*. Santiago de Chile: FLACSO.

- Fuller, Norma (2001). *Masculinidades: Cambios y permanencias*. Lima: PUCP.
- Gargurevich, Juan (2000). *La prensa sensacionalista en el Perú*. Lima: PUCP.
- Grompone, Romeo (1999). *Las nuevas reglas del juego: Transformaciones sociales, culturales y políticas en Lima*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos (IEP).
- Gutmann, Mathew (1996). *The meanings of Macho. Being a Man in Mexico City*. Berkeley: University of California Press.
- Hall, Stuart (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Londres: Sague.
- Huerta-Mercado, Alexander (2004). Ciudad abierta: Lo popular en la ciudad peruana. En *Las ciudades en el Perú*. Serie Perú Hoy. Lima: Desco.
- López, Ana (1991). The melodrama in Latin America: films, telenovelas and the currency of a popular form. En *Imitations of life, a reader on film & television melodrama*. Detroit: Wayne State University Press.
- Mulvey, Laura (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen* 16 (3), pp. 6-18.
- Mulvey, Laura (1981). On duel in the sun: afterthoughts on visual pleasure and narrative cinema. *Framework* 15-17, pp. 12-15.
- Nugent, José Guillermo (1992). *El laberinto de la choledad*. Lima: Fundación Friedrich Ebert.
- Paz, Octavio (1959). *El laberinto de la soledad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Peirano, Luis & Abelardo Sánchez León (1984). *Risa y cultura en la televisión peruana*. Lima: Desco.
- Pitt Rivers, Julia (1979). *Antropología del honor*. Madrid: Grijalbo.
- Portocarrero, Gonzalo (1998). La ambigüedad moral del humor y la reproducción del racismo: el caso de la China Tudela. En *Las clases medias, entre la pretensión y la incertidumbre*. Lima: Tempo, Oxfan, Sur.
- Quijano, Aníbal (1980). *Dominación y cultura: Lo cholo y el conflicto cultural en el Perú*. Lima: Mosca Azul.
- Quispe Lázaro, Arturo (2000). Globalización y cultura en contextos nacionales y locales: de la chicha a la technocumbia. *Debates en Sociología* 25-26. Lima: PUCP, pp. 119-141.
- Romero, Raúl R. (2007). *Andinos y tropicales: La cumbia peruana en la ciudad global*. Lima: PUCP, Instituto de Etnomusicología.
- 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. *Alerta Perú* 1(2), julio. Forum Solidaridad Perú.

Solomon-Godeau, Abigail (1993). The legs of the countess. En Emily Apter y William Pietz (eds.), *Fetishism as Cultural Discourse*. Ithaca & Londres: Cornell University Press.

Thieroldt, Jorge (2000). La cultura chicha como un nuevo y desconcertante nosotros. *Debates en Sociología* 25-26, pp. 187-191.

Fondo Editorial PUCP