

Etnografías de cabaret: reflexiones metodológicas

ALEXANDER HUERTA-MERCADO

Fui entrenado en una antropología clásica, cuyos padres fundadores se basaron estrictamente en entender «otras culturas» y encontraron en las islas del Pacífico Sur una serie de patrones de comportamiento que podía, para efectos académicos, subsumirse a parentesco y reglas de matrimonio y descendencia. A su vez, estas culturas exóticas poseían formas descriptibles de religión institucionalizada, magia para efectos prácticos, patrones de habitación e, incluso, instituciones legales y judiciales. Posteriormente, aprendí a leer estas «otras sociedades» a nivel de sus estructuras o, mejor dicho, de estructuras imaginadas desde la academia, a través de tejidos complejos de parentesco y matrimonios prescritos. Toda esta maravilla teórica estaba enmarcada en un contexto bastante radical de «otredad» y poseía una estrategia para presentar la data en compartimientos en que los aspectos económicos, políticos y simbólicos estaban separados y ubicados ficcionalmente en estamentos.

Las críticas posmodernas han dejado de lado las pretensiones totalizantes de la etnografía y consideran el punto de vista del actor social, más que la imaginación del investigador, como eje de la investigación. Sin embargo, la metodología para aproximarse al campo no ha cambiado mucho desde que Malinowski decidió establecer su carpá en plena aldea Trobriand y, con ello, inventar la antropología. Es decir, observar «desde adentro», mediante la convivencia, para intentar entender la perspectiva del actor social y tomar obsesivamente notas de todo detalle.

¿Cómo aproximarme, entonces, a una manifestación cultural moderna como las bailarinas de cabaret?

Muy fácil. Las metodologías usadas por la antropología no han cambiado el asunto de «estar allí»; lo que sí ha cambiado es el «escribir aquí». Hoy en día, los antropólogos solemos concentrarnos en un aspecto del grupo que estudiamos y no en esa ambición totalizante que busca un análisis de toda la sociedad. Preferimos concentrarnos en un aspecto que nos permita entender

desde dentro la perspectiva del actor social. Inevitablemente, circularemos por temas como género, poder, fe o toda una gama de discurso que tenga capital simbólico para la sociedad en cuestión.

Otro de los cambios promovidos fue la inclusión del propio investigador en la etnografía, ya que así como un termómetro hace variar la temperatura del agua, el impacto de un foráneo tomando notas genera cambio en un grupo, y las emociones de este foráneo son parte de la observación desde una perspectiva reflexiva (imagínense a un antropólogo *nerd* en un cabaret!). Hace una década, esta tendencia llegó a la exageración y las etnografías comenzaron a parecer autobiografías o diarios personales en que había más autooperación que entendimiento del otro. Esto se grafica mejor en un clásico chiste que presentaba a un nativo y a un antropólogo posmoderno conversando por más de dos horas, hasta que el nativo interrumpía al investigador para decirle: «Ya basta de hablar de ti... ¿Qué tal si ahora hablamos un poco de mí?».

Cuando, envuelto en la teoría clásica y empezando a convivir con la perspectiva posmoderna, me tocó salir al campo, me encontré con un mundo demasiado real. La violencia política hacía imposible investigar en la zona rural y la crisis económica por la que atravesaba el Perú en los años noventa hizo que mi antropología siguiera la misma ruta de gran parte de la población: migrar hacia la ciudad, pero, adicionalmente, invadir un terreno que había sido patrimonio de los sociólogos. En principio, esto no era problema porque con los sociólogos compartimos ancestros comunes, aquella trinidad de Durkheim, Marx y Weber. Además, ambas especialidades han colaborado de manera nutrida, al menos en Perú. Un amigo decía que éramos la misma cosa salvo por el curso de «parentesco y organización social». Lo cierto es que mientras los sociólogos estudiaban la sociedad a un nivel macro —o en todo caso, lo que hacía común a determinado grupo humano—, los antropólogos estudiábamos lo que la hacía diferente, es decir, grupos focalizados, como logias, comunidades, tribus, grupos religiosos. Estudiar grupos específicos nos permitía, entonces, hacer lo que era nuestra metodología clásica de observación participante. Como antropólogos, vamos con nuestras frazadas y nuestra almohada preferida y nos dedicamos a convivir con la comunidad.

Si bien todo plan metodológico implica una investigación teórica previa y la elaboración de preguntas de investigación y planificación de estrategias para resolverlas en el campo, pienso a veces que el primer desafío metodológico es informar a la población estudiada qué es lo que uno pretende al invadirlos, ubicarse en su espacio y fungir de chismoso profesional sin ningún resultado aparentemente inmediato a la vista.

«Hola, soy antropólogo y vengo a conocer cómo viven» va dejando de ser un argumento convincente, si alguna vez lo fue. Felizmente, las jerarquías sociales han democratizado las relaciones. Ahora, la pretensión de estudiar a un grupo por la simple «curiosidad científica» no basta o, al menos, no es argumento para la antropología latinoamericana. Mi perspectiva es que tenemos que entender nuestra pluralidad desde dentro y, así, dar a conocer otros tipos de normalidades para una integración no dolorosa como nación, la que ya ha sido devastada por el racismo, el clasismo y toda forma de exclusión poscolonial. Asimismo, la etnografía focalizada abre espacios de trabajo conjunto con la comunidad para lograr proyectos de desarrollo que eviten el etnocentrismo y que, a la postre, resulten perjudiciales.

En la ciudad, las cosas son graciosas (por no decir extrañas): allí se replantea la idea de estudiar «otras culturas», con la que nació la antropología, y es donde el antropólogo debe hacer esfuerzos por distraerse del espacio del cual se siente parte y perder objetividad.

Nosotros, la tribu urbana

En mi caso, decidí hacer una suerte de experimentación que juzgué lógica a partir de una idea fundante: revisar cómo seguían vigentes las características religiosas atribuidas a las divinidades totémicas y rituales en una sociedad que había pasado por lo que Weber llamaba el «desencanto del mundo» (1990). Si bien en Lima la religiosidad, y sobre todo la religiosidad popular, es una constante, creo que Durkheim tenía razón cuando decía que el pensamiento religioso permanecería como organizador del mundo aun cuando los dioses hubiesen perdido poder.

Es así que opté por estudiar el impacto de los medios de comunicación en los grupos de menores recursos económicos, pues había, en los noventa, un programa televisivo dirigido a sectores populares que se transmitía todos los sábados de cinco a ocho de la noche. Dicho programa solía ser transmitido en vivo y, luego, en diferido, pero siempre con público presente. Noté que los animadores representaban al estereotipo de los grupos étnicos limeños: un animador representaba la conducta del criollo bien adaptado a la ciudad; otro, al afrodescendiente; otra, a la extranjera «gringa» ingenua, y así se representaba una suerte de nación. Pensé que podía revisar una perspectiva de un medio de comunicación a partir del lado de la producción del mismo y del análisis del texto que en el programa se transmitía. Decidí hacerlo *in situ*, en lugar de verlo en TV, ya que «estar allí» es lo que nos caracteriza en todo trabajo antropológico. Me encontré con la cola, es decir, una fila que se proyectaba en un pequeño infinito y, para ser parte de ella, tendría que pasar una noche entera a la intemperie.

Cuando aparecía sentado en la vereda de la calle con dos desconocidos apoyando sus cabezas sobre mis hombros y veía la hora azul de la madrugada, esperando ver el primer lucero de la mañana en el nuboso cielo de Lima, pensaba que había logrado superar la idea de «estudiar al otro» y meditar, de forma chovinista, que había separado las barreras y que mi metodología en antropología urbana de inmersión total convertía al grupo en un «nosotros».

Aproveché la cola para analizar los sistemas de alianza; los conflictos; los contactos entre la seguridad formal (la del canal de televisión), la de la policía e, incluso, la del Ejército (el canal estaba resguardado por un tanque, pues existía temor ante ataques terroristas de Sendero Luminoso); las formas que teníamos de pasar el tiempo, y los discursos con los que justificábamos la razón por la cual hacer cola. También analicé la relación entre los que hacían cola y aquellos que no la hacían; las justificaciones y críticas; los ensayos en la calle (era un *show* de talentos), y los conflictos con los vecinos. En realidad, encontré una oportunidad para hacer una etnografía con vida e independencia propia y un área perfecta para hacer encuestas y entrevistas, ya que tiempo sobraba y podía determinar la procedencia del público presente en el programa.

La verdad es que la cola parecía lo que los antropólogos llamábamos «ritos de pasaje», porque efectivamente separaba a los protagonistas para entrar en un set donde todos éramos depositados en una comunidad transitoria de iguales, sin mayor categoría que la de asistente. La integración se daba cuando, gracias al azar o la ostentación de un entusiasmo convincente, podríamos ser elegidos y participar en algún concurso para llevarnos alguno de los escasos premios que se repartían en cada emisión. Si esto ocurría, al día siguiente, seríamos reconocidos por los vecinos en el barrio y rompíamos el tan acostumbrado anonimato de la modernidad. De todos modos, las posibilidades de ser escogido en alguno de los concursos eran mínimas; de ahí el entusiasmo por participar.

Logré articular las características del rito de pasaje en la formación, participación y premiación de un asistente al programa «Trampolín a la Fama», en los noventa. Ese trabajo primigenio me permitió darme cuenta del poder que tenían los personajes de televisión, y entonces me vi compelido a desarrollar formas de acercarme a la producción de la ilusión en los *mass media* peruanos. Lo que hice fue trasladar las categorías de estudio de la antropología clásica a la tribu urbana. El siguiente paso lógico era estudiar a las diosas de este universo popular peruano, las *vedettes*.

Acercándome a las *vedettes*

«¿Por qué me estás haciendo tantas preguntas sobre lo que los hombres piensan sobre mí? ¡Tú eres un hombre y, por tu cara, me puedo dar cuenta que estás tan excitado que te puedes contestar tus propias preguntas!». Esa fue la respuesta que una noche recibí de la vedette Eva María Abad, mientras conversaba con ella respecto de su profesión. Eva tenía razón. He estado pensando en ella por un largo tiempo. Fue la primera *vedette* a la que he visto en performance; la primera que derramó cerveza en mis ojos y arrojó mis ropas en frente de toda la audiencia de un club nocturno; la primera a la que pude contactar para que me hiciera una entrevista, y la primera que fue mi amiga. Mis percepciones acerca de ella fueron que era encantadora, muy poderosa y de temer (debido a su poder). Ella también me hizo cuestionarme a mí mismo acerca de cómo iba a hacer mi trabajo de campo sobre las *vedettes*, a la luz de la existencia de mi perspectiva masculina. También me di cuenta de que yo estaba incluido en mi propia investigación, no solo porque la estaba haciendo, sino porque estaba lidiando con la etnografía en la ciudad de Lima, donde nació y fui criado.

Vedette es el término usado en Perú para referirse a las chicas del espectáculo que *performan* en teatros, cabarets y *shows* televisivos. La *vedette* usualmente es una experimentada bailarina y cantante que algunas veces tiene talento para la comedia. Pero lo que define su profesión es la constante exhibición de su cuerpo, en otras palabras, vestir ropas sugestivas¹. La presencia de *vedettes* no es limitada al escenario, ya que aparecen todos los días en poses provocativas en la página principal de muchos tabloides, y sus experiencias personales son comentadas frecuentemente en las columnas de chismes. Se las critica por formar parte de la cultura popular peruana que no solo lleva a la gente a la estupidez o la vulgaridad, sino que también la distrae de asuntos importantes. En la esfera privada, son mujeres que trabajan para sobrevivir 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 el amor de una audiencia.

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

En realidad, lo que se consume de la *vedette* es la imagen, transformada en una foto que está desplegada en la página frontal de seis tabloides que circulan en Perú. No es necesario comprar estos tabloides, generalmente están exhibidos fuera de los kioskos de periódicos de muchas esquinas callejeras, en un mosaico multicolor y, en términos estéticos, con horror al vacío, pues las ubican entre los más reconocidos personajes en el país.

El interés de mi investigación era enfocarme en *vedettes* peruanas y sus imágenes, en tanto estas articulan diferentes significados, y considerando género, etnicidad y clase social en el siglo XXI en ciudades peruanas, especialmente en Lima. Un personaje tan extraordinario me obligaba a concentrarme metodológicamente en aspectos y ángulos que podían dejar de lado muchos aspectos del *vedetismo*, pero, apelando a mi labor de antropólogo, me centré en preguntas que me llevarían a entender la cultura popular urbana en el Perú teniendo como guía a las *vedettes*.

Mi interés también estaba en descubrir cómo la imagen de la *vedette* articula una gama de importantes significados sociales. Confesión: asumir que un personaje tan popular necesariamente articulaba significados sociales del tipo «una goya de agua puede explicar todo el océano», venía de una tradición metodológica sugerida por el antropólogo estadounidense Clifford Geertz, quien, en un deslumbrante trabajo donde describe la tradición de pelea de gallos en Bali, encuentra en ella una metáfora de la sociedad balinesa en su conjunto (Geertz 1973). Así también, el análisis de la performance de las *vedettes* peruanas me permitiría entender aspectos importantes de las relaciones de género en la cultura urbana del Perú moderno.

Mis preguntas principales seguirían a las *vedettes* en su metafórico y concreto baile entre los diferentes discursos sobre las relaciones de género, poder y etnicidad en la ciudad de Lima.

¿Cuáles sistemas de símbolos son aplicados en las *performances* de estas mujeres? ¿Cómo estos símbolos articulan nuevos significados —confirmando o transgrediendo— sobre lo que es aceptado como normal en la sociedad urbana peruana? ¿Cómo las *vedettes* se las arreglan para moldearse a las reglas de la sociedad mientras se mueven en el límite de lo que es permitido y prohibido respecto a la exposición del cuerpo, la sensualidad y la decencia?

Antropólogo y nativo

Antes de presentar las estrategias de solución de las anteriores preguntas quisiera reflexionar acerca del problema que implica estudiar la cultura propia del investigador en un ámbito como el de las *vedettes*. La mayor parte de mis investigaciones y la de mis colegas peruanos han sido hechas

en territorio peruano, poblado de una heterogeneidad cultural que nos permite la táctica de distancia de observador. Sin embargo, existe un desafío adicional cuando se estudia una manifestación cultural de la clase media limeña, a la que siempre he pertenecido de manera militante. Aunque no iba a cabarets, sí entendía a las personas que lo hacían, y estoy seguro de que comprendíamos de la misma manera el entorno. Carlos Iván Degregori sostiene que, en el llamado «tercer mundo», los antropólogos tienen la ventaja de un «conocimiento localizado» y una buena capacidad de descripción densa. Con todo, se aplica la metáfora según la cual «los árboles no dejan ver el bosque», por lo que se puede perder la perspectiva comparativa. Por otro lado, por más que estudiemos como antropólogos a nuestra propia cultura, no nos focalizamos necesariamente en nuestro grupo (o por así decirlo, en nuestra subcultura). Usualmente, cuando la antropología ha visto al «otro», lo ha esencializado erróneamente como algo homogéneo y monolítico. El hecho de que ahora hagamos antropología desde nosotros mismos es una prueba de que ese «otro» o ese «nosotros» no es monolíticamente homogéneo (Degregori 2009).

Caballo de Troya

En realidad, mi primera motivación para elegir a las bailarinas *vedettes* y al cabaret venía inspirada también del arte, y es que tomar la perspectiva de los *nightclubs* y cabarets para observar los cambios en la sociedad no es nada nuevo y, como siempre, se ha hecho primero desde la perspectiva de los artistas. Cuando Christopher Isherwood se mudó a Berlín en los años treinta del siglo pasado, observó de primera mano la decadencia de la República de Weimar y el ascenso de Hitler al poder, y pintó la realidad en *Historias de Berlín* (1939) a través de las narrativas de diferentes vidas que fueron afectadas por tan dramática situación. Una de las historias cortas que componen su novela está dedicada a Sally Bowles y describe el mundo de una joven inglesa como bailarina decadente, cantante de un cabaret, y la relación que ella guarda con sus admiradores. El personaje se vuelve famoso más adelante gracias a la adaptación de una parte de la obra en el musical *Cabaret* y en el filme de 1972 del mismo nombre. Isherwood crea una perspectiva ficcional muy interesante al describir lo que ve en Berlín: «Soy una cámara con su lente abierto, bastante pasivo, registrando, no pensando», con lo que deja que su personaje haga el trabajo de percibir lo que está pasando.

Desde una perspectiva antropológica, no podía ubicarme en la posición de un personaje de Isherwood, pues la distancia que tomara tendría que ser de

algún modo forzada: estar implicado en un ambiente tan familiar me hacía sentir tímido, nervioso y con la potencialidad de ser realmente humillado por las bromas de las *vedettes* hacia mí en frente de extraños, pero «no tan extraños», hombres del público.

El pánico era mi compañero habitual en las observaciones de campo, porque usualmente me escogían a mí para burlarse en frente de los demás. Era un candidato perfecto, pues iba solitario, tenía apariencia de tímido y tengo la fama de muchos antropólogos, es decir, cabello muy largo y barba, lo que me hace en apariencia una *rara avis* que provoca desafiar. El temor mismo me hizo ver que podía relativizar la dualidad de antropólogo nativo vs. antropólogo no nativo e inspirarme en el texto de Rosaldo para plantear que siempre será un sujeto investigador ubicado en diferentes perspectivas de la orilla, negociando diversos marcos de perspectiva y poder con mi sola presencia. Esta situación, complicada para mí, me invitó a considerar el fenómeno desde más de una perspectiva e, incluso, a proyectar mis emociones cuando guiaba mis estudios (Rosaldo 1991).

Me di cuenta de que el temor, si bien era exagerado en mí, también era el elemento de poder que tenía la *vedette* con su público masculino. Esto me permitió encontrar un eje que articuló mi investigación respecto de las relaciones de poder en el universo de las construcciones de roles de género en Lima. Mi rol de hombre funcionaba como la perspectiva del espectador, pero también como la del objetivo de la *performance* artística de la *vedette*. Ello me permitió guardar un eje base que guiaría mis preguntas de investigación. Las *vedettes*, como manifestación cultural, eran importantes porque generaban una serie de reacciones que proyectaban ansiedades sociales. Un caso similar ya lo había apreciado Stuart en su trabajo sobre las bailarinas de espectáculo en el Burlesque, en Estados Unidos:

Elegancia y placer, sexualidad y fantasía, belleza y deseo, consumismo y poder, anonimato y estrellato, estos son los hilos conceptuales que unen la historia de las bailarinas de espectáculo. Si las bailarinas no existieran, habríamos tenido que inventarlas, ya que nos habían mucho de nuestra sociedad. Ellas son un código en el que su audiencia ha proyectado ansiedades sociales profundas, y un barómetro que indica lo que para la época es importante. La bailarina, literalmente, ha sido diseñada por su público y por las sociedades donde su público vive (Stuart 1996, 2) [la traducción es del autor].

Al elegir un tema que implicaba hacer un trabajo de campo en varios frentes, al mismo tiempo generaba una serie de perspectivas que abordaban la mentalidad de la sociedad peruana y cuya guía serían las *vedettes*. Una suerte de tema que funcionaba como caballo de Troya para entender aspectos relacionados con masculinidades, roles de género asociados a la mujer y el poder de la representación.

¿Y cómo lo hice? ¿Dónde buscar?

Para responder estas preguntas, me concentré en la observación etnográfica en *performance*, específicamente en presentaciones en vivo, y también en las presentaciones en los medios de comunicación, tanto en los tabloides como en los shows de televisión. Indispensable fue que en cada aspecto encontrara ejes en los cuales centrarme. Luego de las primeras observaciones, y poniendo en orden mis notas, decidí la focalización en los ya mencionados ángulos: masculinidades, roles de género asociados a la mujer, etnicidad y el poder de la representación.

Crucial fue, ante todo, entrevistar a las *vedettes* para entender el proceso por el cual ellas creaban sus personajes, partiendo del supuesto que ellas desarrollaban un alter ego en el escenario. Esto se probó falso, debido a que, a diferencia de lo que yo presuponía, ninguna de las *vedettes* entrevistadas percibía que jugaba un rol diferente en escena al de su vida cotidiana, como quedaba evidenciado en frases terminantes como «soy como soy», «soy lo que ves», «soy siempre la misma, dentro y fuera del escenario».

Como al parecer estaba forzando la información, decidí dejar de intentar «desenmascararlas» y busqué atender a sus propias percepciones sobre el rol que juegan en la sociedad. Lo hice durante los años 2007 y 2008. Dado que el proceso de crear la imagen de las *vedettes* no incluye solo a ellas mismas, también me acerqué a fotógrafos, productores, *managers* y directores de arte. En algunos casos encontré a individuos que jugaban los cuatro roles al mismo tiempo, y en estos días, la mayoría de las *vedettes* son sus propias productoras y *managers*. Ocasionalmente he tenido la oportunidad de hablar con la familia de algunas de las chicas del espectáculo, o sus amigos y fans más cercanos.

Como las *vedettes* son las mujeres más deseadas en el país, comunicarme con ellas constituía todo un desafío. Nunca dije que yo era algo diferente a «un antropólogo trabajando en una investigación» y sospecho que ello equivalía a una excusa más de un varón intentando algún tipo de hostigamiento. No está de más decir que por alguna razón que desconozco se suele asociar antropología con arqueología y, por lo tanto, no era fácil

explicar mis intenciones académicas. Para estas entrevistas, tuve ayuda de dos asistentes femeninas, estudiantes de antropología, quienes hicieron el primer contacto y hablaron sobre el proyecto con ellas: entonces visitamos a la *vedette*, usualmente en su lugar de trabajo, en sus ensayos, camerinos, sets de televisión, salones de masajes, gimnasios, donde ella nos concedía entrevistas de cuando en cuando durante el proceso de la investigación. Me interesaba acompañarlas en sus presentaciones y conversar con ellas antes y después de sus bailes para comentar juntos detalles de la *performance*. También las visitábamos en sus hogares o en restaurantes, donde teníamos oportunidad de tratar los aspectos biográficos de cada una de ellas.

Como es sabido, en el trabajo de campo el investigador tiene que aplicar no solo lo que ha ganado en la universidad, sino, sobre todo, sus propias destrezas para convivir *in situ*, aprendidas en su vida. Mientras se llevó a cabo la investigación, tuve que cuidar a una hija de una de mis entrevistadas (la madre estaba *performando* en vivo). Me invitaron a los ensayos bajo la condición de ser un crítico y dar retroalimentación sobre las *performances* de las *vedettes*. Acompañé a la procesión de una imagen de la Virgen María que era venerada en el barrio de una de las chicas que entrevisté. Ayudé a transportar algunos de los materiales de la *vedette* detrás de los escenarios. Esperé con fans fuera de los teatros. Me uní al equipo de periodistas en las conferencias de prensa. Y me convertí en consejero informal para el grupo de las *performers* deprimidas luego de un ensayo fallido en un teatro erótico. También me volví un visitador regular de los burdeles y, sobre todo, aprendí a ser paciente y a tomar en serio mi investigación, pero no tomarme muy en serio a mí mismo, porque aparentemente nadie parecía entender mi existencia de investigador de campo en esos lugares.

Durante un concurso de baile entre las *vedettes*, en un local de música de salsa ubicado en una de las zonas más peligrosas de Lima, una de ellas me pidió que filmara su *performance* con su cámara. Antes de entrar al escenario me preguntó nerviosamente: «¿Algún consejo?», y le dije algo así como «sonríe todo el tiempo, como si te hubieras ganado la lotería». Ella no ganó la lotería pero sí el concurso, y yo me sentí orgulloso de mí mismo como consejero. La mayoría de los antropólogos en mi país están trabajando en asesorías a industrias extractivas, así que mis amigos peruanos se han burlado de mí con comentarios como «asesoramos compañías mineras mientras tú asesoras *vedettes*».

Consideré que la entrevista a profundidad sería la parte central de mi trabajo, pues me permitiría dar voz a la *vedette* e intentar aproximarme a su punto de vista.

Diez *vedettes* existían en el Perú y yo podría cubrir el cien por ciento. Estructuré una guía de preguntas bastante limitada, que contaba con cuatro grandes ejes que aparecían aleatoriamente al interior de una conversación que buscaba ser lo más cálida posible. Estos ejes eran los ya mencionados roles de género de mujer y hombre, etnicidad, poder. Así, mi primer interés se centraba en la historia de vida de la *vedette* para, con ello, descubrir los puntos de quiebre que la llevaban a haber elegido el oficio de bailarina central. Esta información era la más interesante, pues me permitía encontrar ejes de comparación.

Aquí hubo una coincidencia total en que los inicios en el baile de todas mis entrevistadas se conectaban con las actuaciones escolares de folklore peruano en los colegios, pero diferían respecto del lugar de origen de la protagonista.

El rango de edad de las *vedettes* me permitía estudiar un grupo cogenérico y, así, observar cómo todas habían surgido «desde abajo», en el contexto de las constantes crisis económicas del Perú y el totalitarismo del gobierno de Fujimori, y que en su niñez habían sido testigos de la violencia política. A su vez, sabían que el *vedetismo* sería un periodo corto de sus vidas, por lo que todas invertirían en negocios futuros.

Observación no tan participante

La segunda manera de aproximarme fue a través de la observación. Esto significó que estaba al tanto de todos los movimientos de las *vedettes*, porque me informaban por teléfono, leía los tabloides, miraba los avisos de espectáculos y visitaba periódicamente sus sitios de trabajo. El proceso de ganarme su confianza fue bastante interesante. A través de un larga fase de comunicación, ellas entendieron mi interés académico; aunque nunca entendieron exactamente qué hacía un antropólogo además de observar, tomar notas y formular preguntas, pero al menos comprendieron que mis intenciones no eran malvadas. Como no bebo y nunca tuve una vida nocturna, era complicado estar presente en los clubes con una frecuencia semanal. Estos lugares para caballeros están ubicados en partes escondidas de la ciudad, donde la mayoría de clientes asisten discretamente en sus propios carros. Como me transportaba en taxi, los taxistas se volvieron parte de mi grupo de informantes, así expandí mi radio a un par de burdeles donde las *vedettes* se presentaban.

Me centré, preferencial pero no exclusivamente, en un solo local para hacer la observación, un *nightclub* llamado Scarlett, y esto me permitió hacer observación de manera sostenida, ya que allí desfiliaban las *vedettes* semanalmente en el horario estelar (que para efectos del club, jera a las dos de la madrugada).

La estructura física del *nightclub* o club nocturno permite perfectamente la idea de separación, y en él se puede dar la situación paradójica de un «carnaval controlado», en el sentido de que el desnudo es permitido, pero las actitudes hacia el mismo son restringidas (hay mucha vigilancia y una revisión celosa de lo que uno lleva), una suerte de filtro entre el mundo de afuera y el mundo de adentro. La idea de los vigilantes es evitar que algún visitante traiga una cámara y así garantizar la separatividad, la privacidad y la complicidad del espacio.

Es en este caso que desarrollé la idea de entender cómo *performaba* el espacio en relación con los asistentes. Y observaba en qué medida las luces, temes y el ambiente cerrado y bastante privado ayuda a que las categorías se inviertan o relajen: es un ambiente de distensión y de apertura para la mirada masculina?

Muchos clubes presentan un *show de striptease* donde las artistas *performan* en torno a un tubo que une el techo y el suelo, y en dos tiempos danzan mientras se despojan de la ropa. Desde mi perspectiva, tienen en común el no ser presentadas por un nombre propio, sino un seudónimo sin apellido —generalmente un diminutivo en inglés (Barbie, Milly, Sally)—, tampoco sonríen ni se interrelacionan mucho en forma directa con el público. De manera diferente, la *vedette* es anunciada con nombre y apellido, su nombre ha sido difundido en los periódicos y es presentada como uno de los eventos principales de los fines de semana. La *vedette* aparece a las dos de la mañana y es anunciada resaltando su calidad de *vedette* peruana; esto se refuerza porque generalmente se presentan bailarinas de *striptease* que, según el maestro de ceremonias, provienen de distintos países. Además, se la acompaña de títulos como «la famosa», «la reconocida», «la estrella», lo que implica también que aparece con frecuencia en los medios de comunicación.

Es precisamente por el tipo de presentación que era necesario articular mi observación con los análisis de textos de los tabloides y los programas televisivos. Pues eso las diferenciaría de las nudistas anónimas.

La *vedette* es presentada como un espectáculo central e, incluso, aparece en la publicidad de todo tipo de periódicos. No son adolescentes, su cuerpo es mucho más grande que el de las jóvenes bailarinas, especialmente sus senos y traseros, que están artificialmente modificados. Como si fuera poco, tienen una historia de vida en parte conocida a través de la prensa popular (que parece más bien ser consumida por la clase media alta que puebla ese espacio) y los programas de chisme. Pero hablemos de eso luego y volvamos al *nightclub*.

2 Las categorías del carnaval, vistas como parte del ritual de la edad media, fueron estudiadas por Mikhail Bajtin y se aplican de manera interesante en todo espacio que propicie subversión de los órdenes establecidos. Este aspecto lo volveremos a ver más adelante cuando hablemos de programas cómicos (Bajtin 1987).

En un tono personal, debo decir que este es mi momento más duro en trabajo de campo. He sido entrenado en la sierra y la selva peruanas, donde podía sentirme «otro». En ese lugar, las cuantiosas burlas a mi torpeza física siempre fueron motivo de integración con la comunidad. Como mencioné al principio, las observaciones de campo de ciudad —y peor aún, de clase media— siempre me resultaban desafiante porque no podía marcar claramente a la «otredad» del ambiente. Sí, las cosas pueden empeorar, tanto para el observador como para los consumidores del espacio, pues descubrí que, al asistir (como antropólogo o como admirador) a un espectáculo de *vedettismo*, nuestros más profundos temores relacionados con nuestra propia masculinidad serían puestos a prueba públicamente.

La *vedette* es desafiante y proactiva. Un elemento importantísimo es que ella habla, coge el micrófono y agradece a un público al que desafía y con el que se interrelaciona físicamente (se arroja encima de algún asistente, se sienta en las piernas de otro, rompe camisas, moja con cerveza la cabeza de alguno). Pero también su carisma se despliega a través de la coreografía, con o sin bailarines en *playback*, y haciendo juegos con los asistentes. Estos consisten en pedir voluntarios y hacerlos subir al escenario, transvestirlos, obligarlos a beber cerveza de biberones para bebés, organizar rápidos e informales concursos de baile y, por supuesto, dar premios a los que el público elige con su aplauso. Los juegos siempre están ligados a la humillación de la masculinidad (los comentarios de la *vedette* van siempre en ese sentido: «Papito, no la sabes mover!» o «¿A eso le llamas cuerpo?»); por medio de ellos solo refuerza su empoderamiento por sobre el público, que al parecer lo toma como un juego más propio de un grupo de pares.

Si he mencionado el aspecto de la humillación y la masculinidad es porque percibí que estos elementos se combinaban cuando la *vedette* sacaba a participar a un varón, lo azotaba, desvestía, disfranzaba o hacía bailar en un improvisado concurso de baile sensual. Sin embargo, estas acciones se veían más como premios que como castigos, y, en definitiva, los felices concursantes se iban entre aplausos, algún premio y un beso en la mejilla.

Esta era una improvisada comunidad de pares de varones poniendo en escena lúdicamente los desafíos que ofrece representar constantemente la masculinidad, específicamente en su plano viril o de capacidad sexual interpelada por una mujer tan poderosa como seductora, quien toma el control por un momento y que, gracias al ambiente de carnaval, es entendido como motivo de risa y celebración³.

3 Aquí no parto de un concepto unívoco de «masculinidad», sino de los distintos aspectos que atraviesan el mismo, como es el del plano percibido como natural (relacionado con

El *nigthclub* es, pues, un lugar rico en datos que, más que reflejar las normatividades sociales, nos presenta un espacio de transgresión, de relajación de imperativos e, incluso, de lenguaje carnavalesco (inversión del mundo social). Aquí, la vigilante sociedad limeña no se encuentra reflejada sino confrontada por un espacio que se le presenta como opuesto: donde se juega públicamente con los contenidos sexuales, se expone al varón y la mujer cobra poder a partir de su capacidad de interpelar los cuerpos masculinos. La sociedad queda entonces diagramada y explicada por oposición.

Mi siguiente método de aproximación fue el análisis de texto, y durante el periodo 2007-2008 toda la información escrita sobre las *vedettes* fue compilada y organizada. Escogí los cuatro tabloides más populares de Lima: *Trome*, *Ayá*, *El Chino* y *El Popular*. Esta información me permitió tener ideas para entrevistar fotógrafos de *Ayá* y *El Popular* y visitar los festivales de los tabloides para conseguir retroalimentación sobre las *performances* de las *vedettes*.

Los tabloides

Si hay una manifestación de la cultura popular que literalmente circula y lleva consigo su mensaje de información acompañado de entretenimiento para un público que no necesariamente pertenece exclusivamente a los sectores más pobres, ese es el diario popular⁴. Y es el mismo diario el vehículo privilegiado para la creación de la *vedette* como personaje.

Un diario popular es reconocido inmediatamente por lo colorido de su primera página, que padece de un permanente horror al vacío (colores encendidos e incontrastables, que llaman la atención), y también por su bajo precio, su circulación masiva y por el lenguaje (tanto textual como gráfico) accesible a la mayor cantidad posible de personas. Las fotografías de las *vedettes* exhibidas en la primera página de los diarios son el resultado de un largo proceso de producción que implica la participación del dueño del periódico, los investigadores de las preferencias del público, los maquilladores, los fotógrafos, editores, especialistas en vestuario y la *vedette*, entre

otros (y debemos considerar como personaje también a la opinión de los consumidores que, de no ser favorable, quitaría sentido a la producción de la imagen). La *vedette* resulta ser el único miembro visible en este proceso, aunque lo que realmente se ve es la imagen del rol que ejecuta, al separar su vida diaria del momento de la toma, cuando deviene en ícono sensual.

Las fotografías

Encontrar una forma de aproximarme a observar la fotografía fue un proceso inspirado, en parte, por la decisión de fotografiar yo mismo a las *vedettes*, tanto dentro como fuera del escenario. Usualmente, no usaba cámara y prefería incluso minimizar el equipo que llevaba a campo, pero vi que en el caso de las *vedettes* existían verdades demasiado complejas como para limitarme a las palabras. Como dentro de los *nigthclubs* estaban verdaderas cámaras y todo tipo de registro de la imagen, decidí visitar y fotografiar a las *vedettes* que me lo permitiesen en sus propias casas, intentando plantear contrastes de imagen y capital simbólico en la comparación.

Cuando la exitosa *vedette* Elvira Palomino nos abrió las puertas de su casa, le propusimos hacer una sesión informal de fotos en su zona de confort. Ella acababa de llegar del gimnasio y estaba en ropa deportiva y me planté elegantemente su posición: «Pero... no me he producido». Me explicó que por «producirse» entendía maquillarse y vestirse y aparecer como la *vedette* que era ante las cámaras. Le respondí que justamente quería imágenes de ella sin dicho proceso de producción para poder hacer contrastes. Ella accedió y se ubicó en diferentes áreas de su casa, y a través del lente de mi cámara pude darme cuenta de que Elvira había comenzado a producirse. La vi posar sobre su sofá sonriéndome y mirando de manera peculiar a la cámara. Cuando le pregunté cómo había aprendido a posar, me dijo que simplemente repetía lo que veía en las revistas.

Entendí que no existía en Perú una escuela de *vedettes* y que tendría que ubicar los contextos específicos que me permitieran descubrir cómo, aparte de las revistas, se iban construyendo las formas para presentarse en los medios de comunicación masivos.

Evalué efectivamente que la colección de fotos que iba formando a partir de mi acumulación diaria de tabloides mostraban a las *vedettes* en la página frontal, *performando* diversas poses ante la cámara, y opté por dos aproximaciones: una teórica y otra etnográfica.

Pese a la paradoja, mi perspectiva teórica partía de la coyuntura nacional. Durante mi trabajo de campo, era evidente que existía una fuerte vigilancia respecto a la exhibición pública del cuerpo de la mujer desde dos frentes

la capacidad física), el plano doméstico (relacionado con los deberes responsables y sensibles relacionados a la paternidad y de pareja) y los del plano público (el ámbito laboral y el de los pares). Estos tres planos definen el proceso de adquisición de masculinidad en la clase media peruana: al decir de Norma Fuller (1997), constituyen espacios contradictorios y desafiantes.

4 Para un excelente análisis de la historia de la prensa popular, leer J. Gargurevich, *La prensa sensacionalista en el Perú* (Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú, 2002).

opuestos: la Iglesia Católica, a través del arzobispado, y las instituciones feministas, a través de evaluaciones constantes.

Si comenzamos viendo la foto como un algo irreduciblemente material, descubriríamos que, en tanto objeto, logra articular una serie de significados que hacen de la imagen un exitoso bien de consumo y al mismo tiempo posibilitan su circulación.

Por lo general, la mirada está claramente dirigida hacia el lector de manera indirecta, o en todo caso, el cuerpo está dispuesto para el lucimiento mayor de los senos o el trasero mediante poses que, de alguna manera, evocan el rol de danzarina exótica que hace participar al lector o lectora a través de una sugerente mirada a la cámara. En realidad, las *vedettes* hacen poses propias de una bailarina, y esto ya constituye un vestido, al modo en que las chicas que hacen *strip-tease* están vestidas para Roland Barthes, a través del simbolismo del arte que practican (Barthes 1972). Es decir, no vemos a una chica desvistiendo, sino a una artista *performando* un tipo específico de escenificación que, de algún modo, evoca a las primeras fotos eróticas masivas; estas, lejos de representar desnudos, presentaban a bailarinas de ballet que mostraban su anatomía a través del pretexto o el vehículo del arte.

Luego dejé el análisis de texto y entrevisté a un fotógrafo de diario popular y lo observé en plena faena. Fue el único nivel en el que pude hacer una aproximación etnográfica, ver cómo se construía una sesión de fotos y sobre todo conversar con dos fotógrafos. El proceso es sumamente rápido, pues usualmente las chicas han aprendido a posar solamente viendo revistas y a otras colegas (en el *vedetismo* casi todo es autoaprendido). El fotógrafo le instruyó rápidamente acerca de la posición de las manos, cómo dirigir la mirada y cómo relacionarse con la cámara. Mientras notaba que siempre se exigía a la *vedette* mirar a la cámara, recordaba el clásico texto de John Berger, «Maneras de ver». En él, el autor analiza de qué manera las representaciones femeninas de los últimos quinientos años habían sido hechas por hombres, con la característica de que las presentaban «conscientes de ser miradas» como «descubriéndose descubiertas», mostrando una suerte de relación sensual y ambigua con el observador (Berger 1972). Como parte de la producción de sí mismas, muchas *vedettes* elegían lentes de contacto azules o verdes y se teñían el cabello de amarillo o rojo. El efecto era un ser distinto y mágico, por lo que era común en ciertos eventos ver cómo los niños y niñas gustaban acercarse a ellas. Recogiendo testimonios, ellas mismas me decían que se consideraban mestizas cholas con rasgos andinos y que podían premiarse de colores rubios si lo deseaban. Pero que ellas tratan consigo el ser cariñosas y cálidas —como una *vedette* me lo dijo: «Chollitas ricas y apretaditas»—.

En todo caso, este nuevo capital simbólico que cruzaba las variables de etnicidad y género me permitió adherirme a nuevos discursos de etnicidad al interior de la nueva clase media ascendente peruana, y me hizo ver cómo la sensualidad pasaba a ser una nueva ventaja de autopercepción en las *vedettes*, frente a la «frialidad» que siempre otorgaban a las mujeres europeas. El juego de imágenes y discursos parecía abrirme nuevos espacios para la reflexión acerca del modo en que las categorías jerárquicas del cuerpo y sus significados en Lima iban cambiando con la ciudad.

Lamentablemente, la falta de tiempo me impidió una etnografía de la sala de redacción, por lo que se me hizo imprescindible recurrir al método de análisis del texto y clasificación del mismo cuando tuve que enfrentar el análisis de las noticias que acompañaban o, en todo caso, servían como excusa para la circulación de las imágenes.

Compré durante dos años todos los ejemplares posibles de los tabloides seleccionados y fui haciendo una planilla de las noticias sobre *vedettes* y la frecuencia de presencias particulares. Sin embargo, siento que este proceso me sirvió más para informarme y tener tema de conversación con las informantes, que se sentían admiradas de mi conocimiento previo sobre sus actividades e incluso me pedían que les obsequiara los ejemplares en donde salían noticias sobre ellas. Los tabloides, pues, fueron mi capital cultural.

Los escándalos

El tabloide peruano es una arena interesante de negociación, puesto que es público y está sometido al control social estricto de la vigilancia en general. Además, aunque el escándalo vulnere la credibilidad de muchas *vedettes*, este le da tribuna y existencia tanto a la acusada como a la acusadora (que generalmente es otra *vedette*), que de una manera u otra existen según su presencia en los medios.

Durante mi trabajo de campo me di cuenta de que el discurso oficial que circulaba en la prensa —tanto tabloide como formal— era bastante vigilante con respecto al cuerpo de la mujer. El arzobispo de Lima había emitido por radio una interesante propuesta: «El primer trabajo de la mujer es su casa y, si tiene que trabajar para mantener el hogar, debe recordar que primero son sus hijos y su honor» (Cardenal Juan Luis Cipriani en su mensaje por el día de las madres. *Radio Programas del Perú*, 11 de mayo, 2003). Como tenía una información abundante sobre las *vedettes* y su aparición en los *mass media*, decidí introducir un nuevo eje que me permitiera ordenar la información de manera articulada. Casi de forma general, lo que encontraba eran noticias que se relacionaban con el escándalo, por ejemplo: alguna *vedette* saliendo

con un futbolista que ya tenía novia, o teniendo dos parejas a la vez o bien denunciando haber sido violada por algún personaje famoso.

El elemento articulador que encontré para poder organizar mi análisis de texto fue el de «honor» y cómo la economía del honor, su posesión, circulación y pérdida generaban la noticia.

El cardenal peruano me dio la idea para este eje, pues el triunvirato hijos-casa-honor al que el arzobispo se refiere coincide lógicamente con el discurso de la Iglesia que se proyecta en los primeros años de la colonia y alcanza a las *vedettes* de hoy. El esfuerzo por retener a la mujer al interior de un rol doméstico pasa por la consecución de un cuerpo dócil, una sexualidad controlada y, por supuesto, un sumo cuidado en lo referente a su presencia en el ámbito público, donde la imagen de las *vedettes* se exhibe. Sin embargo, al analizar los testimonios de las *vedettes* referentes a su vida privada (que dan desde la perspectiva del rol de mujer trabajadora y/o madre de familia, que también deben crear ante la prensa), vemos que ellas coinciden con los ideales planteados por el obispo: según el discurso colonial temprano, los espacios de la mujer eran vigilados para garantizarla como reproductora del orden social, vigilada como guardiana de la moral y limitada como propietaria de la memoria.

Como mencioné, abordé el análisis de texto buscando una base de discurso social que articulara la pléyade de testimonios, y la idea de mujer como personificación de honor resultó efectiva.

Una de las definiciones oficiales del concepto de honor, según el Diccionario de la Real Academia Española, está dirigida específicamente a la mujer: «3. m. Honestidad y recato en las mujeres, y buena opinión que se granjean con estas virtudes». El diccionario define la idea de «recato» como «cautela y reserva», y es fácil imaginar que este énfasis en la mujer se debe a la percepción del carácter vulnerable de la misma (es una definición con desahatario específico), y está orientado a la «buena opinión» de la sociedad. Paradójicamente, el tema de la conducta sexual, tan asociada con el honor y la buena opinión de «los otros» (a la larga, lo que se buscó en la colonia fue controlar la vida sexual, que en el caso de la mujer se vincula con el «honor»), no es mencionado ni por el arzobispo, ni por el diccionario, y sin embargo es prácticamente a lo que se refieren los modelos construidos para clasificar a las mujeres según sus acciones respecto de las expectativas sociales. En su investigación acerca de las mujeres de clase media, Norma Fuller nos sugiere la naturaleza de estos modelos, que van desde las expectativas positivas de la *virgen*, cuya pureza debe ser protegida, y la *madre*, que ha sacrificado su virginidad para la entrega a sus hijos, hasta los modelos condenables que se busca evitar: la *seductora*, que invierte roles que le corresponderían al

varón, y la *prostituta*, que al traficar con el honor sexual es marginada de la sociedad (Fuller 1993). Si observamos bien, estas características rechazables o esperables de la mujer están bastante asociadas con su conducta sexual, y por lo tanto, con el abarcarador y colonial concepto de honor. Mientras nos aproximamos más a las *vedettes*, podemos descubrir la porosidad entre estos estereotipos de madre, seductora y prostituta. La mayoría de estas imágenes circula a través de los medios de comunicación en la forma de una convergencia de símbolos y, como todo en los medios, debe ser simplificado para que pueda acceder a los niveles de conciencia rápidamente. A partir, pues, de la organización de la data, noté que la imagen de la *vedette* se mueve al interior de un ambiente en los que estos estereotipos pasan a través de un proceso de fusión y fisión. Para los medios, ellas a menudo aparecen como prostitutas, las fotografías las sugieren como mujeres seductoras y han sido parte de escándalos cuya publicidad también es calificada de escandalosa.

Poco a poco, fui organizando la información de las *vedettes* en torno a la circulación del factor «honor». Contaba con un sinnúmero de noticias en que se acusaban entre ellas de prostitutas, se autoprotestaban como chicas en busca de una pareja cariñosa o bien afirmaban ser chicas tranquilas. Al posar de manera seductora en las fotos, muchas veces contradecían el texto escrito.

Estudiar las noticias, clasificarlas y hallar patrones fue útil para entender un aspecto importante de la vida artística de la *vedette*: era la necesidad de equilibrio en una presencia mediática que tuviera aunque sea una cuota de escándalo manejable. Figurar en los periódicos, si bien no les hacía ganar dinero, les ofrecía la única ventana vigente para ser conocidas y eventualmente ser contratadas para *shows* en *nightclubs* y *sketchs* en programas cómicos, que sí eran pagados.

El poder en la televisión

Si algo aprendí haciendo mis inicios en etnografías en los sets de televisión, fue que estos se convertirían en un espacio donde el público sentía que podía trascender y ser reconocido, al menos temporalmente, por quienes lo habían visto en la pantalla (Huerta-Mercado 1999). Sin embargo, tuve la necesidad de consultar otros trabajos para saber qué perspectivas se habían elaborado desde el trabajo de investigación en esos sets llenos de luces.

Barry Dornfeld realizó un interesante trabajo del área de producción de un documental sobre la niñez, en que gran parte de la discusión y producción se hacía en un estudio de televisión y no en el «trabajo de campo» (Dornfeld 2002). El planteamiento de Dornfeld para una etnografía de estudio de

televisión que implicara la producción de un programa se llevaba a cabo desde una perspectiva de múltiples sitios, en donde los textos productores se intersectaran con las ideas de los productores y los consumidores. Esta perspectiva me ayudaba a entender que debemos aproximarnos a los medios de comunicación como una arena de intercambio en la cual los consumidores, lejos de ser pasivos, están en constante diálogo con los que producen y dirigen los medios. Esto se ve claramente cuando nos aproximamos a la etnografía de los *mass media* integrando los procesos de producción, texto y post producción.

Cuando acompañaba a Gladys Trocones, una extraordinaria *vedette* que era invitada constantemente a programas de televisión, veía cómo ella se articulaba en un tejido de símbolos propios de la comedia peruana donde la humillación aristotélica, la represión liberada en forma de chiste freudiano y la teoría de la incongruencia se fusionaban en el logro del humor propio de un formato de carnaval. Sentados en un sofá de utilería, Gladys salía de su sesiones de maquillaje y aparecía como una hipersensual escolar, así aceptaba entrevistas y luego nos pedía permiso para volver como una *vedette* en tangas. El director del programa «Astros de la Risa» había convocado a las *vedettes* para que —cumpliendo el formato de una suerte de revista de variedades— intercalaran con bailes los espacios cómicos y luego participarán como personajes secundarios en *sketches* donde, en una escuela de *vedettes*, los verdaderos protagonistas fueran el profesor (un conocido actor cómico peruano) y actores travestidos como *vedettes*. Las burlas a la virilidad del profesor, a la forma de los cuerpos y, en general, el menoscabo a las apariencias eran los centros de la comedia.

La conversación que teníamos durante los cortes era un espacio extraordinario para hacer recuento de su vida como actriz y bailarina frente a cámaras. La adrenalina del momento la hacía una entusiasta informante y amiga, y observar a los otros actores deambulando con maquillaje, pelucas y poca paciencia nos generaba una idea de lo complejo que era lograr lo que Bajin ha denominado «carnaval».

Cuando se interactúa con los productores, *managers* o animadores, el antropólogo se enfrenta también a la situación de ser prácticamente parte de un grupo de pares. Así como el investigador busca en definitiva no solo entender la realidad sino representarla, el productor debe entender y representar una realidad para un consumo que, de ser popular, busca ser masivo.

Jeff Himpele sostiene que en los sets de televisión se da un efecto parecido de complicidad entre aquellos que producen la cultura y aquellos que producen los textos sobre ella. Con los productores y directores de programas las relaciones eran particulares, pues tenían interés en dar a

conocer su producto a los periodistas y a un antropólogo. En el contexto de la ya clásica discusión posmoderna que presenta a la etnografía como un género literario que «crea» una imagen ideal y estructurada de la sociedad, los antropólogos y los productores de televisión creamos realidades (Himpele 2002) sin una intención de hacer espectáculo o comerciar un espacio televisivo. Sin embargo, la intencionalidad no descarta que, en ambos casos, el productor y el antropólogo buscan representar la realidad y que realmente se den momentos de continuidad en sus labores e incluso de complicidad, como me pasó en un programa de chismes de la farándula.

Una periodista muy popular, llamada Magaly Medina, había liderado por más de una década las cifras de consumo televisivo en Perú. Su estilo consistía en no dar concesiones a nadie y descubrir escándalos de la farándula local. Medina, a pesar de su nivel foucaultiano de vigilancia y su tenacidad en exhibir la conductas indebidas de las estrellas locales, daba una ventana inguinalable a las *vedettes* que solían desfilan en su set dando declaraciones, acusando compañeras o, en la mayoría de los casos, defendiéndose de difamaciones. Tal fue el poder y la presencia de Magaly Medina en el Perú, que las encuestas la ubicaban como la mujer más poderosa del país, y era tan temida como respetada. En un hecho sin precedentes, justo cuando estaba en plena realización de mi trabajo de campo y pensaba entrevistarla, Magaly fue encarcelada al hallársela culpable por difamación contra un futbolista del seleccionado nacional. En un polémico fallo judicial, fue conducida a la cárcel de mujeres desde donde escribiría su libro «El precio de ser Magaly Medina».

Me despedí de la posibilidad de entrevistar a un personaje tan valioso pero, por cosas del destino, cuando estaba escribiendo mi tesis pudimos cruzar algunas palabras, o al menos yo la hice partícipe del sentimiento de complicidad que guardaba hacia ella. Curiosamente, no fue en Lima sino en Nueva York. Magaly Medina iba a hacer una ceremonia de presentación de una revista de espectáculos en el corazón de Manhattan, en un edificio que fungía de hotel, ubicado en la zona denominada Times Square. Pregunté al recepcionista por la «peruvian presentation» y, para mi sorpresa, me indicó el lugar del evento.

Magaly Medina presentó ante un público conformado por periodistas latinos y migrantes peruanos que se habían enterado del evento y, como yo, habían logrado ingresar al mismo. Al momento de las preguntas de los periodistas, aproveché de hacer una: me presenté como antropólogo, y aclaré (porque siempre es necesario) que «estudiaba la cultura» y que me parecía que Magaly era muy importante para la cultura peruana. Estaba muy seguro de lo que decía y esto me ayudó a pensar en aquel efecto involuntario de complicidad del que comentaba.

El colofón fue gracioso (como graciosas fueron las cosas que me pasaron durante toda la investigación). Luego del regreso de Magaly a Perú, se presentó la edición de aquel evento neoyorkino en la televisión y la voz en *off* correspondía, en teoría, a dos chicas chismosas que narraban lo que aparecía en las imágenes. Indicaron que aquella tarde había muchos periodistas y personajes presentes, y cuando me enfocó la cámara comentaron «incluido este muchacho con pinta de científico loco». Después mostraron el momento en que me dirigía a Magaly y le hablaba de mi profesión y mi interés en ella. En un cintillo puesto debajo de la escena calificaron a Magaly como el *estabón perdido* (otra vez asociando a los antropólogos únicamente con antropología física!).

Al final del día, los antropólogos éramos científicos locos también centrados en el chisme, y supongo que a pesar de estar preñados de un marco sumamente ético al aproximarnos al campo, seguimos haciendo del chisme ordenado nuestra forma de vida y de supervivencia.

Concluyendo

Este concepto de ser chismosos nos obliga a ordenar la forma como chismamos y como analizamos el chisme. Para mí, la primera línea de análisis estuvo en cómo recogimos la información, ya fuera en conversación cara a cara, tomando en cuenta las bromas, las expresiones y, sobre todo, lo que nuestra informante elegía recordar. También se jugó en la forma en que observamos, es decir, las emociones latentes del investigador y el modo en que los espacios *performaban* con la gente y la gente *performaba* entre sí.

Cuando analicé la performance de las *vedettes* en los *nightclubs*, observé que debía estar alerta a la fragilidad con la que se construían las masculinidades en Lima. Así, noté cómo, a través de sus iniciativas y burlas, la *vedette* sometía a hombres agresivos, bailando encima de ellos, burlándose de sus cuerpos y de sus virilidades, con lo que se ganaba la risa nerviosa y el «buen comportamiento» de su público exclusivamente masculino.

Ahora bien, cuando analicé la performance de las *vedettes* ante las noticias, contrasté la elección de foros que hacía la editorial del tablote con las declaraciones que la *vedette* hacía, que muchas veces contradecían a la imagen (siempre de mujer sensual). Las declaraciones jugaban con los estereotipos construidos colonialmente que debatían el rol doméstico de la mujer (como virginales o madres, cosa que las *vedettes* siempre defendían ser). Al mismo tiempo, la prensa prefería el escándalo y poner en tela de juicio el concepto de «honor» que las *vedettes* pretendían mantener, dando énfasis en los escándalos. Así aparecían con la imagen de mujeres seductoras

y eran constantemente acusadas de ejercer la prostitución, lo que ellas no se cansaban de desmentir.

No solo fue fundamental, sino placentero, encontrarme con categorías tradicionales de roles de género en el Perú sobre las imposiciones de lo que es ser «hombre» y «mujer», en un discurso sumamente vigilante. A pesar de ser los personajes más transgresores de la cultura popular peruana, las *vedettes* se encontraban vigiladas y obligadas a demostrar su «decentia» y la mantención de su «honor». Esto probaba cómo las estructuras coloniales habían cambiado, pero las mentalidades demoraban aún en adaptarse a los nuevos tiempos en el Perú.

Cuando hice observación en los programas de televisión, me di cuenta de que existía un efecto de continuidad o de refracción entre nuestro trabajo de análisis y la construcción de la realidad con la de un productor de programas de chisme. Sin embargo, nuestra intención y nuestro método pretendían exclusivamente entender lo que subyace al complejo texto mediático para producir etnografía y análisis.

Realicé mi investigación ya sea leyendo un tablote y analizándolo, o asistiendo con mucho miedo a los *nightclubs* y observando fabulosas *performances* o incluso espiando en los recovecos de los estudios de televisión en los programas que presentaban o hablaban sobre *vedettes*. Mi metodología combinó observación a veces participante, entrevistas y análisis de texto, y también me obligó a predisponerme de una base teórica para tener ejes sobre los cuales «bailar». Pensaba en los roles de género, en la apariencia étnica y el poder de las chicas, en el concepto de honor esperado por mujeres y por hombres y en el concepto de poder que daban los medios masivos, todo visto desde las chicas bailando en los *nightclubs* limeños.

Siempre tuve miedo... quería cambiar la famosa noción de la antropología de estudiar a «otros», para estudiar a un «nosotros». Ese miedo me llevó a entender que no lo había logrado, pero que la investigación había resultado bonita.

Bibliografía

- BAITIN, M. 1987. *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento: el contexto de Rabalais*. Madrid: Alianza.
- ВАРГАНАС, Р. 1972. *Mythologies*. Nueva York: Noonday Press.
- БЕРГЕН, J. 1972. *Ways of seeing*. Londres: Penguin.
- ДЖЕДЖОРИ, С. 2009. *Антропология и Антропологиос en el Perú*. Lima: IEP.
- ДОРНФЕЛД, В. 2002. «Putting American Public Television Documentary in its Places». En *Media Worlds: Anthropology on new terrain*, editado por

- F. Ginsburg, L. Abu-Lughod y B. Larkin, 247-263. California: University of California Press.
- FULLER, N. 1993. *Dilemas de la femineidad. Mujeres de clase media en el Perú*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).
- _____. 1998. «La constitución social de la identidad de género entre varones urbanos del Perú». En *Masculinidad y equidad de género en América Latina*, editado por T. Valdés y J. Olavarría, 56-68. Santiago de Chile: FLACSO.
- _____. 2001. *Masculinidades: Cambios y permanencias*. Lima: PUCP.
- GEERTZ, C. 1973. *Visión del mundo y análisis de símbolos sagrados*. Lima: PUCP.
- HIMMEL, J. 2002. «Arrival Scenes: complicity and Media Ethnography in the Bolivian Public Sphere». En *Media Worlds: Anthropology on new terrain*, editado por F. Ginsburg, L. Abu Lughod y B. Larkin, 301-316. California: University of California Press.
- HUERTA-MERCADO, A. 1999. «Un comercial y regreso». Tesis para la obtención del grado de Licenciatura en Antropología. Lima, PUCP.
- ROSALDO, R. 1991. *Cultura y Verdad. Nueva Propuesta de Análisis Social*. México: Grijalbo.
- STUART, A. 1996. *Showgirls*. Londres: Jonathan Cape.
- WEISER, M. 1990. *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Lima: Tiempos Nuevos.

Artesanía e incertidumbre: el análisis de los datos cualitativos y el oficio de investigar

KATHYA ARAUJO

Como se ha sostenido, cualquier reflexión sobre una parte del proceso de investigación no puede realizarse extrapoliándola del conjunto de los otros momentos que componen el mismo proceso de investigación (Valles 2000). Las partes se influyen recíprocamente, por lo que aquel debe ser entendido en su totalidad (Taylor y Bogdan 2000). Por ejemplo, es casi imposible entender y definir el análisis de los datos sin tener claramente en la mira —si bien en su formulación más general— la pregunta que se intenta responder. Me parece que de esto no hay duda, pero todavía es posible ir un poco más allá. Una reflexión sobre los procedimientos seguidos en una investigación difícilmente puede ser llevada sin colocarla en el contexto, aún más general, de la comprensión de aquel que investiga sobre lo que es y, especialmente, debería ser, investigar.

Lo anterior se explica por dos razones entrelazadas. En primer lugar, porque tomar en cuenta las expectativas ideales es consistente con la idea de que la investigación es un trabajo en buena parte artesanal —como afirman muchos autores y como subyace la apuesta de este libro (acercarse al saber-hacer de la investigación cualitativa)—. La relación artesanal, como ha subrayado Semnet en su defensa del *animal laborans* (2009), implica una relación con el trabajo meditada por el bien-hacer: se trata aquí no solo de hacer algo sino de hacerlo bien. La artesanía no puede ser entendida fuera de la relación con el ideal que guía la tarea. En consecuencia, y en segundo lugar, estas ideas sobre lo que debería ser investigar son un componente importante de cómo se conforman nuestras orientaciones, posiciones y acciones. Aunque no consigamos llenar las expectativas ideales, ellas concurren a explicar los modos de percibir y de enfrentar la tarea investigativa concreta.

C. Wright Mills, en su brillante exposición y defensa de la «imaginación sociológica» (Mills 2003), construía su propia posición a partir de una crítica a tres grandes orientaciones del trabajo intelectual sociológico de su tiempo. Por un lado, a la orientación hacia la gran teoría, encarnada de manera