

El tamal peruano, acercamiento a su realidad actual¹

Humberto Rodríguez Pastor

RESUMEN

Desde la diversidad de formas de elaboración, pasando por los diferentes lugares y formas de venta, el tamal se ha convertido en un elemento indispensable de la dieta alimenticia de los peruanos; a su vez, se ha constituido en una solución económica para ciertos sectores de la población, que generan en su entorno relaciones de casería.

1. NUESTRO QUERIDO Y DOMINGUERO TAMAL

El tamal es un producto comestible hecho artesanalmente del maíz molido que tiene en el Perú como principales componentes una masa mezclada con caldo de pollo y/o chanco, manteca o aceite y carne de cerdo o de pollo. Es de amplio y profundo consumo entre todos los sectores sociales de cualquier mesa, con o sin mantel largo.

La palabra tamal, como algunas otras, vino desde México y fue traída por los españoles. La voz *tamalli* del náhuatl servía en el imperio azteca para designar varias maneras de uso y reelaboración de la masa de maíz o del elote (choclo, en peruano) que era envuelto en hojas. Pero fueron nuevos ingredientes y nuevas envolturas las que permitieron la pronta aparición, aceptación y difusión del tamal durante las primeras décadas de presencia hispana en América en el siglo XVI. Su difusión fue hecha por los españoles que a donde fueron lo convirtieron, quién sabe por qué, en platillo navideño. Y por donde lo llevaron e impusieron fue ingresando a todos los sectores sociales de la naciente sociedad postconquista y después, en el caso de la sociedad peruana, durante un tiempo redujo su campo de elaboración y consumo a los sectores medios y pobres; actualmente es de consumo generalizado.

En todo poblado del país siempre hay alguien que sabe hacer los tamales, sea en la costa o en la sierra y con frecuencia en los centros poblados selváticos. Por eso se debe considerar que tiene un carácter pamperuano. Lo elaboran miles de mujeres en

¹ El avance que presentamos en esta ocasión es parte de un proyecto de investigación mayor que se encuentra apoyado por la Universidad de San Martín de Porres y Concytec.

casas, pueblos y ciudades. Cada una de ellas, por los secretos que guarda o por innovaciones de su creatividad, está segura de hacer el tamal más exquisito en el ámbito nacional.

El tamal casero, que es hecho para consumo de los miembros de una familia o en casos de una reunión con muchos invitados, no es, por supuesto, una mercancía. Se le debe considerar como tal cuando se elabora pensando en venderlo a clientes; en este caso, cuando es una mercancía más en un mercado capitalista, se convierte en un bien comestible que en su producción debe lograr, o se busca, los mínimos costos y en su comercialización el máximo de ganancia; interesando poco, para muchas de sus creadoras y/o expendedoras, la calidad, la tradición, el mantenimiento de los elementos básicos; y, por satisfacer las condiciones y exigencias de este tipo de mercado, han ingresado así a la confección de falsos tamales, también apodados como *trafamal* o *tamalinas*, que contienen polenta o son resultado de hechura masiva semiindustrial sin que en el intento de su elaboración haya la búsqueda del mantenimiento del estilo artístico-artesanal que lleva responsabilidad, sello, cariño, identificación e idiosincrasia personales.

Esa profusión de conocimientos, de actitud creativa y lugares donde se hace el tamal se debe a que hubo en este territorio tawantinsuyano formas de platillos similares desde mucho antes de los españoles. El tamal es el *continuum* histórico de esas bases, técnicas y de esas posibilidades históricas que con el tiempo han sufrido sólo muy pocos retoques.

2. LA HUMITA O HUMINTA, BASE HISTÓRICA DEL TAMAL PERUANO

El más conocido producto que permitió la aparición del tamal peruano es la humita o huminta preincaica, a la que en los comienzos del siglo XVII se le definía así: «*bollicos de mayz como tamales*»² y a quienes las hacían se les denominaba *humintani*. La humita de siempre y el tamal cuasi hispanófilo tienen como base común el maíz molido, y la molienda ha sido viable desde hace muchos siglos por la milenaria domesticación del maíz, por conocimientos de cómo tratarlo en la cocina y por la existencia y uso del batán.

La forma de elaboración del tamal, si se compara con su *filium* prehispánico, tiene su similar más cercano en la humita. Tamal y humita han sido y son diferentes, tienen historias cercanas paralelas pero con desiguales momentos iniciales. La humita tiene más siglos entre nosotros, es creación andina, y se puede afirmar que hubo un paralelismo con lo que sucedía en México con el tratamiento que se le dio al *elote*.

La base principal de elaboración de la humita sigue siendo el maíz fresco o *choclo*³, que es rallado, y a esa masa muy lechosa que aparece se le puede agregar un

2 GONZÁLEZ HOLGUÍN, Diego: *Vocabulario de la Lengua General de todo el Perú llamada Lengua Quechua o del Inca*. Edit. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, 1989 [1608].

3 *Choclo* es para los peruanos lo que en México llaman *elote*, es decir, al maíz nuevo y lechoso.

pedazo de carne o, en ocasiones, cuando es dulce, manjarblanco; a continuación es envuelta en *panca* o *challa*⁴ del mismo choclo, enseguida, luego de ser amarrada, es llevada al fuego para su cocción, sea a la olla, en el horno, a vapor, entre los terrones de la huatia o sobre las piedras calientes de la pachamanca y, ahora, es posible ingresarlos a los hornos de cocinas de gas o eléctrica o a los modernos hornos a microondas.

3. GRAN CONSUMO POR DOQUIER DEL TAMAL

La palabra tamal se ha utilizado en exceso, tanto en lo muy parecido como hasta en lo que no corresponde. Sólo considerando los países americanos, se usa el vocablo tamal en Perú, México, Guatemala, Costa Rica, Panamá, Colombia, Argentina. En Honduras y Nicaragua la denominación es *nacatamal*, y en Venezuela es *hayaca* o *hallacu*. La manera como presentamos el asunto es lo más simple posible, ya que si ingresamos en cada uno de estos países, sobre todo en México, el tamal puede tener multitud de estilos locales así como ingredientes que no se usan ni se usarían en el Perú ya que, entonces, llevaría cualquier otro nombre menos tamal. Aunque casi son panamericanas su elaboración y venta, el mayor consumo ocurre durante los días de Navidades y por extensión, entre nosotros, en Año Nuevo y es de mayor expendio los sábados y, más aún, los domingos.

4. TAMAL COSTEÑO Y SERRANO SON PARCIALMENTE DIFERENTES

En la costa peruana la principal envoltura del tamal es desde hace mucho tiempo la hoja del plátano (producto no americano) y en la sierra la panca del mismo maíz, y si hay valles serranos que bajan a la selva, se usa también hojas de plátano, y en otras partes de nuestra sierra (sabemos de la sierra sureña: Cusco, Arequipa) se utiliza como envoltura la hoja de la achira. Y en la selva se utiliza la hoja del bijao que además sirve como infaltable envoltura de los juanes y de otros platillos selváticos. Por eso en costa y selva el tamal es mucho más grande que el serrano, el tamaño de las hojas de plátano permite lo que la panca no posibilita.

En la sierra actualmente el tamal reemplaza al pan cuando no hay, las mujeres de los hogares urbanos o rurales los hacen en buena cantidad y en las mañanas lo sacan de los depósitos de las cocinas, o de entre hendiduras de los adobes o, si se encuentran mejor protegidos, se colocan en mantas o *llicllas*. Los presentan junto a una taza de café humeante.

La producción tamalera ha estado en manos de los marginados de la sociedad, sectores sociales en los que las mínimas ganancias o rentabilidades han sido siempre lo natural, lo admitido, pero que al convertirse en un producto de factura (femenina) y venta familiar ha permitido aumentar las posibilidades de ganancias de los hogares.

4 Se escribe también de otras maneras: *ppanca*, *p'anqa*, *chhalla*.

En la comercialización participan casi todos, excepcionalmente lo hacen los padres, «jefes» de las familias y los hijos retrecheros, que nunca faltan, y menos aún cuando llegan a la adolescencia.

La madre dirige todo ese operativo de la entrega contada de los tamales a sus hijos y, horas después, luego de largas caminatas o de largas horas de venta en las puertas de las panaderías, la misma madre recibe el dinero, que debe ser bien y claramente explicado por cada uno de sus hijos vendedores.

El tamal es tabla de salvación de muchos hogares. En estas últimas décadas ha ocurrido un aumento muy débil del consumo y, como los que hacen tamales son muchas personas, no faltan días de venta angustiantes y se producen crecientes líos entre tamaleras por los lugares de venta. El tamal fue y es solución económica, su débil incremento del consumo en momentos de crisis como los actuales ha conducido a que nuevos sectores de la población exploren e ingresen en su confección y comercialización.

5. EL TAMAL PARTE, AUNQUE NO ÚNICA, DE LA CULTURA AFROPERUANA.

En Lima, en décadas pasadas, la producción y comercialización del tamal fue centrándose entre los sectores de afrodescendientes en tanto esta fue una buena mayoría de la población limeña a fines del siglo XVIII. Toda esta población tuvo, a su vez, una base de alimentación obligatoria, que se aproximaba a los elementos y sabores del tamal, el *zancu*, *sangu* o sango, «principal alimento de los esclavos en las haciendas y plantaciones, que no sólo fue un dulce grueso que se preparaba hirviendo la harina de maíz con agua», como añade Rosario Olivas, fue la obligatoria comida cotidiana impuesta primero por los traficantes del ébano humano en los barcos negreros, luego, antes de su venta, los esclavos eran cebados con ese grasoso sango para que tuvieran mayor vistosidad y darles mayor precio ante los posibles compradores.

Posteriormente, cuando la población esclava ya estaba en manos de los patrones, el *sangu* fue comida de casi todos los días; el *sangu* de la trata y de la esclavitud fue harina de maíz con manteca.

Eso es evidente cuando se constata el imperio del tamal en los actuales manchones negros o lo que queda de ellos: Zaña, Aucallama-Casablanca, Chincha y varios de los poblados próximos [el distrito de El Carmen, El Guayabo, la ex hacienda San José], Nasca [sobre todo en El Ingenio y Coyungo], etc. En Yapatera, otra ex hacienda ubicada en el departamento de Piura, que es igualmente un notable manchón afro (sobrepasa los 5 000 habitantes), en tanto su gente se desempeñó como fuerza de trabajo y estuvo sometida al régimen hacendario, fue perdiendo de manera acentuada sus características culturales (música, danza, gastronomía, tamal) que sí pudieron mantener otros negros del resto del país.

Pero esas manchas donde perduran color de piel oscura y cultura con raíces africanas no son los únicos lugares donde hay alta fabricación, que a veces es mayor

que el consumo local, por eso debe venderse en poblados de mayores dimensiones cercanos o se «exportan» a Lima, como sucede con los tamales de Surco (en Lima mismo), Supe, Mala, Lunahuaná, en la costa, o con el distrito de Quilcas, próximo a San Jerónimo de Tunán, que a su vez no está lejos de la gran ciudad andina de Huancayo (La Incontrastable).

El tamal, por lo tanto, no es sólo afroperuano, se ha conservado entre otro tipo de población, como los lugares mencionados.

6. CON EL TIEMPO Y LAS AGUAS INGRESAN NUEVOS ELEMENTOS Y TÉCNICAS Y NUEVAS FORMAS DE VENTA

En el transcurso de estos 3 o 4 siglos ha habido técnicas culinarias y elementos del tamal que han ido cambiando. Comparemos, no más, cómo era la elaboración del tamal el siglo XIX, de acuerdo a Rosario Olivas:

«Con el maíz se hacían tamales quitándole la cáscara. Esta operación se realizaba poniendo una cantidad de cenizas de leña en el agua corriente, de manera que la cáscara se separaba fácilmente del grano, el cual se molía en un batán para convertirlo en una pasta. La pasta era sazonada con sal, ají, manteca. Se envolvía una pequeña cantidad en un pedazo de hoja de plátano con un poco de carne, después de lo cual se enrollaba y hervía».

Este procedimiento lo resumimos de esta manera:

1. Descascarado del maíz, utilizando la lejía de la ceniza húmeda de leña
2. Lavado en agua corriente
3. Molido del maíz en batán hasta convertirlo en pasta
4. Hacer caldo con la carne de cerdo
5. Mezclar maíz molido hecho pasta y caldo hasta lograr una masa consistente
6. Sazonar la masa con sal, ají, manteca
7. Colocar un pedazo de carne en la masa y poner esto en un pedazo de hoja de plátano
8. Enrollar y amarrar
9. Hervir durante horas.

En la cita no hay mención a los puntos 4 y 5, que son y han sido siempre inevitables, por eso los hemos añadido.

Las operaciones de quitar la cáscara y luego, una por una, las puntitas de cada maíz, antes eran imprescindibles ya que si no resultaba una masa muy alterada con minúsculos tropezos en el paladar. Antes, igualmente, era importante aunque laborioso eliminar los hollejos y las puntas. Se conoce que además del uso de las cenizas que químicamente alteraba al grano desprendiéndole su envoltura, se ha utilizado en un

momento posterior la cal, que de igual manera ayuda a ese despellejamiento del grano. A la ceniza de leña o a la cal se le debía rociar mucha agua, mejor si era agua que corría, para que no quedaran de ellos ni olor ni sabor. Luego venía el duro trabajo de la trabajosa molienda. Antes el molido se hacía a puro pulmón, en batán, luego se usó el molino de mano y actualmente existe la comodidad del molinillo eléctrico. El molino manual o eléctrico, sin embargo, no ha suprimido el trabajo de quitar las puntitas del maíz, ya que en ellas no se desmenuzan del todo.

En México llaman *nixtamal* a la masa que se produce luego de estas operaciones; entre nosotros no tiene nombre preciso. En todos los sitios a esa masa de maíz molido se le agrega los caldos que resultan del hervido de las carnes de cerdo y otras. Antes se añadía manteca de cerdo, ahora se prefiere el aceite, pues lo hace más suave.

La pita que antes se usaba para amarrar al tamal era la totora que en muchos casos en la actualidad ha sido sustituida por rafia⁵.

En Lima, lugar de gran concentración de población de todo el país y por ello de una gran variedad de estilos diferentes de hacer tamal, actualmente se utiliza como combustible para la cocción el kerosene y en menor medida gas propano, lo importante, en consecuencia, es que los limeños casi nunca consumimos tamal cocinado con leña, sólo podemos hacerlo cuando ha sido «importado» de poblados cercanos que producen en cantidad y donde tienen leña a la mano.

En su particular historia, en algún momento, el tamal salió del consumo familiar y comenzó a venderse por las calles. Al comienzo, los que vendían caminaban en búsqueda de clientes, iban anunciando sus productos, pregonaban por doquier las cualidades y los precios de sus tamales. Actualmente, por lo menos en Lima, los tamaleros prefieren ubicarse en las puertas de alguna panadería donde tienen que ofrecer los tamales aparezca sol o llueva. Los vendedores de tamales no pregonan más, prefieren entrar en la competencia del gana-gana clientes y hasta pretenden intentar conquistarlos hasta el punto que se conviertan en caseros.

En Lima al menos esos viejos pregones no se escuchan más, pero quedan los recuerdos y las versiones escritas del contenido de la letra, o referencias al tamal las hallamos en otras formas de transmisión escrita.

7. LA RELACIÓN DE CASERÍA

En una transacción de venta de menor cuantía hay un vendedor y un comprador, uno con el otro, si se frecuentan, pueden tornarse en caseros. Se es casero cuando se han realizado muchas de estas ventas y entre la vendedora y la compradora (en lo sucesivo escribiremos como si los personajes fuesen femeninos, en tanto es lo más frecuente) se ha establecido una interacción humana que no sólo es económica. Entre ellas hay mutua confianza, hay algún grado de amistad, hay implícito cierto compromiso de

5 Especie de pitilla cuya materia prima es el plástico.

comportamiento preconocido de antemano, que no se reduce a la mecánica de la compra-venta, y si hay incumplimiento es una pequeña traición inaceptable y se rompe así, por quítame esta paja, la relación de casería.

En la parte netamente comercial de la relación, la casera vendedora debe preferir a su casera compradora; lo contrario también. Pero no se puede infringir niveles que podrían provocar protestas de otros compradores, tal como que la casera esté exonerada de hacer cola. Irse donde otra vendedora que comercia similares productos que la casera vendedora es traicionar la relación y el compromiso de la casería. Es el anuncio de una futura guerra silenciosa donde cuenta el seguimiento (= control, recomprobación) con las miradas. La casera vendedora en malos tiempos de escasez debe guardar a sus caseras los productos insuficientes, o venderles algo más, de manera casi a escondidas, de lo que hace con otras compradoras que no son caseras. La casera vendedora puede despachar a crédito a sus caseras, si es que ellas lo solicitan, aunque no en montos altos ni a plazos largos y, generalmente, sin que la vendedora tome apunte de la deuda, suficiente con la memoria. No es usual que entre caseras se presten dinero. La casera compradora que no cumple con una deuda casi no se atreve a solicitar nuevo crédito, y si no puede pagar en el plazo convenido debe dar explicaciones y pronto, lo más inmediatamente posible, cumplir su compromiso de pago.

La casera compradora puede escoger lo mejor de lo que desea adquirir, no está obligada a llevar «del canto» (sin escoger). Si es posible, la casera vendedora da yapa a la compradora, es decir, agrega algo más de lo que la casera le ha adquirido. Una u otra pueden (deben) adquirir tarjetas de pollada, anticuchada o similares cuando una de ellas ha organizado alguna de esas reuniones festivas. La vendedora le guarda sus bultos de las compras ya hechas por la casera, para aliviarla del peso. Hay, como se ha indicado, una relativa amistad que no es íntima ni hay mutuas ni regulares visitas a las casas. Aunque excepcionalmente se pueden producir relaciones de padrinzago o madrinazgo, entonces, la interrelación cobra otro nivel de más alta intimidad y de mayores obligaciones. Entre caseras se transmiten información, datos o chismecillos de otras personas que ambas conocen, sin que necesariamente medien preguntas (*se va a casar, está por separarse, le dieron su maja, la hija está con su domingo siete, tiene una pareja escondida, le debe a todo el mundo, etc.*). La transmisión de esta información acentúa la intimidad así como, ocurre a veces, la casera es una confidente con la cual es posible usar su hombro para llorar.

8. EL TAMAL HACE CASEROS

El tamal también crea la relación de casería. No ocurre a partir de la invitación de un pedazo de tamal que la tamalera ofrece a todo el público. En este caso, la compradora se ha tornandó en casera en tanto prefiere el sabor del tamal de la vendedora. Esta preferencia, que es un implícito halago, no debe quebrantarse; si ocurre, la relación se deteriora enormemente; es casi como señalar: «*Tu tamal ya no me gusta, prefiero el*

de otra». La tamalera vendedora puede dar al fiado a plazo fijo y memorizado, y no en mucha cantidad. Si una casera compradora pide con anticipación una buena cantidad de tamales porque tiene un compromiso o le llegarán visitas es mejor si deja un adelanto, considerando que hay que hacer gastos anticipados en ingredientes o en los insumos del tamal. Sin embargo, no es extraño que la casera vendedora, si puede, haga esos gastos por adelantado sin pedir adelanto. Ella sabe que su casera compradora llevará el número y calidad de tamales que le ha solicitado, y hay completa seguridad que cumplirá el pago inmediatamente se realice la entrega de la mercancía.

En las transacciones con tamales esto es parte necesaria de las relaciones con los compradores, se venda en lugar fijo, en la puerta de una panadería, o se venda mientras se camina, por la misma ruta, donde al paso surgirán los interesados que escuchan una voz que reconocen y que vocea los tamalitos suaves y calientitos; algunos de esos clientes ya se han convertido en caseros por los años transcurridos y por los mil pasos transitados en la misma ruta. La vendedora conoce las preferencias y las cantidades (a veces llenas de caprichos) que solicitan sus caseros. A los caseros se les hace los tamales tal cual lo solicitan, si el asunto no es complicado y por tanto admisible, por ejemplo, sin ají, sin aceitunas, con bastante carne, tamalitos verdes, especiales, y hasta asuntos extraños nada comunes como tamales de cangrejo, tamales de camarones, tamales de pulpo.

Las vendedoras hacen tamales envueltos en hojas de plátano o en pancas, y eso no es posible pedir que se cambie; los compradores deben someterse o, en todo caso, buscar o esperar otra vendedora que envuelva con el revestimiento de su preferencia. Por lo general la gente de la sierra prefiere tamales en panca y los costeños en hoja de plátano.

9. EL TAMAL TAMBIÉN SE VENDE EN SUPERMERCADOS

Los denominados supermercados e hipermercados (que en realidad son *all selfservice*) que matan al pequeño comercio próximo que puede haber a tres cuadras a la redonda, tienen multitud de clientes pero no tienen un solo casero. Para que haya una relación de casería se requieren dos personas, en estos autoservicios (*selfservices*) no hay posibilidad de alternar con un vendedor. Entre su personal se encuentran los que ordenan las cosas, hay chicas que ofrecen algún producto, para lo cual intentan ganar a los clientes para que acepten probar, por ejemplo, los embutidos de la marca que promocionan; también están, muy anónimamente, los de seguridad; en cada uno de esos locales son, en suma, decenas de empleados, pero no hay con quien intimar, no hay con quien compartir conversación, confianza ni pedir al fiado, no hay a quién ofrecerle confidencias ni hay el que te trasmite chismecillos ni jamás se encontrará un hombre sobre el cual llorar.

Imposible lograr algo de esto de las chicas probadoras, de los muchachos o muchachas que ordenan los productos, de los invisibles hombres (¿y mujeres?) que están

a cargo de la seguridad, menos aún de las cajeras que tienen como función central recibir la plata de las ventas o confirmar la existencia de las cuentas en las tarjetas de crédito, deben resolver (atender) pronto el problema cuando los carritos vienen repletos, mejor, así ingresará más dinero que nunca saturará a las cajas registradoras. Es así porque a estos mercados modernos no les importa la casería: les interesa la cacería. Todo lo ofrecen para que uno se tiente, y acreciente su compulsión por comprar y así, desbocado, llene los carritos con productos, ya que todo está tan a la mano, tan cerca de uno que no medimos nuestras posibilidades bolsillescas y echamos, echamos, echamos todo lo que se pueda, casi con escondida humana intención de gozar más minutos con las caras sonrientes (¿felices?) de las cajeras.

Se sale de uno de estos mercados tan anónimamente como se ingresó. Pero se compró por montones sin tener la posibilidad de pedir rebaja, ni hubo ocasión que nos den una yapita (no contamos los pequeños hurtos que realizamos con inmenso susto y a pesar de toda una tecnología moderna para detectar a los faltosos), consideremos que la relación mecánica y no muy simpática del probar es sólo un anzuelo más que viene con sonrisa y un discursillo aprendido de memoria que pretende convencer. Curiosamente es muy fácil saber los nombres de todos esos empleados, los llevan colgados en el pecho (sus apellidos no, se trata de que con ellos pronto se llegue al tuteo). Todo esto no ayuda a romper los niveles de la no amistad con el personal ni la empresa.

En estos lugares de expendio masivo se ofrece al público platillos elaborados, algunos de los cuales se venden al peso, y entre tantas tentaciones se encuentran también tamales puestos a la mano en fechas y durante celebraciones convenientes. El problema no es que estén en rumas, siempre fríos, lo que sucede es que son hechos «industrialmente» por equipos de hombres y mujeres a los que nunca hemos visto, ni hemos conversado con ellos y, en consecuencia, no son nuestros íntimos, no les conocemos el rostro y si hay algo malo en el producto no hay nadie a quien reclamar ni, por el contrario, ofrecerle una felicitación por la exquisitez que hizo y que me vendió, ni hay la posibilidad de llevarle como agradecimiento una florecita en el Día de la Amistad.

Los que se venden en los supermercados son tamales desconsiderados, inhumanamente anónimos, no dicen ni transmiten cariño ni nada, hasta parece que no son hechos por seres humanos, y están fríos porque quizás su espíritu está muerto, ya que se sabe que el cuerpo para que resulte más barato lleva polenta, la del maíz barato, y trocitos minúsculos de carne de cerdo (bien llamados lengüitas de gato) (¿y a quién me quejo, ahora, c...?, ¿dónde está la casera para reclamarle que me dé otro tamal o que me devuelva mi plata!). Pero no importa porque, y ojalá me vean a la salida, llevo tamales de un mercado famoso, que tiene su caché, que es muy conocido, donde los muy pobres no concurren, que, téngase en cuenta, es de garantía (¿) donde sólo se vende cosas de calidad de factura anónima y de alma capitalista angurriente, insaciable, ambiciosa, inescrupulosa, inesperada y desconcertante.

10. ENTREVISTA A TAMALEROS

Se hicieron estas entrevistas como una de las prácticas de los estudiantes de 2do año de la especialidad de Antropología el año 2000 dentro del Taller de Etnografía. Y con su autorización reproducimos de manera breve lo que recibieron de respuestas.

No es ni posible ni conveniente presentar conclusiones de los resultados de esas entrevistas, lo que sí se puede hacer con el conjunto de respuestas es extraer lo que nos parezca conveniente y que muestre las muchas variantes y situaciones que ocurren en el mundo tamalero. Cada uno de los casos escogidos pretende mostrar esa variante realidad, tanto de los tamaleros, sus lugares y modalidades de venta, las posibilidades entre las que deciden para conseguir tamales. Cada uno de esos casos podría ser una historia.

- *Tamalero por curiosidad y necesidad.* Cuando cerró la fábrica donde trabajaba este tamalero se dedicó a preguntar a la gente de su barrio que hacía y vendía tamales cómo los confeccionaban. Y así aprendió los secretos de su preparación. Y desde ese año, hace algo más de una década, con su esposa los preparan todos los días en el número que creen que venderán, se ponen como meta hacer y vender 50. Buscan clientes por la carretera a Canta, en Santa Rosa de Quives; ella, por su parte, despacha en una panadería cerca de su casa, también trabaja en esto su hija mayor. De todo esto ya han pasado algo más de 10 años y tienen dos hijos más y hasta un nieto. Gracias a la venta del tamal han podido levantar su casita, comprar sus electrodomésticos. Él se ha enfermado en muchas oportunidades de los pulmones por el trabajo que hace. Para la venta los tamales no los lleva en los clásicos canastones sino los coloca en una lata de aceite que carga en su espalda. (ALUMNA LORENA ZAVALA)
- *Tamaleros bullangueros.* De pronto llegan y se escucha el sonido inconfundible de los cajones, son los tamaleros negros que van tocando cajón, viven en La Victoria y, como no podía ser de otra manera, son aliancistas. Ofrecen al público tamales de pollo, chanco, queso, con el picor que los propios compradores decidan. Cada semana estos tamaleros bullangueros salen a vender a un distrito distinto, y donde mejor los tratan y donde más compran es en Lince y sobre todo cerca de los mercados. Ellos dicen: «Los pitucos comen tamales de tienda», por eso vamos poco a Miraflores. Uno de ellos toca el cajón, el otro pregona ¡*taamales!*, y el tercero hace sus aproximaciones con las empleadas domésticas que apresuradas bajan a comprar tamales para el almuerzo. Se alteran y se van cuando se dan cuenta que se acercan los del serenazgo. (ALUMNO PAWEL CANCHAYA)
- *Generosidad inesperada con una tamalera.* Ella siempre lleva una cesta en sus brazos donde ha colocado los tamales, la canasta está forrada por dentro con papel periódico para que no se enfríen, la gente no adquiere tamal frío ni duro. Tienen que

ser calientitos y suavécitos. Esta tamalera entrevistada sale de su casa en Pamplona Alta a las 5:30 am y va hasta Magdalena, donde vende desde las 7 de la mañana; en las tardes, una vez finalizada la venta, va con sus cosas al trabajo de su esposo y todos juntos regresan a las 8 pm o a veces más tarde. Ella cuenta que *«una vez un señor que estaba muy bien vestido se bajó de su carro y me compró tres tamales y me dio más dinero de lo que valían y me dijo que me los regalaba, por supuesto que eso me alegró»*. (ALUMNA RAQUEL ARANÍBAR CAMPANA)

- *Cualquier domingo a las 7 de la mañana* es posible conversar con esa tamalera que está instalada en la Av. República de Panamá, media cuadra antes de la avenida Garzón, ella tuvo que entrar en el negocio luego de casarse y empezó a ayudar a su suegra en la venta de los tamales. Poco después se libró de ese yugo, su suegra sigue preparándolos pero no puede vender por su avanzada edad. Lo más difícil es la preparación, alistar la masa es pesado y hay que tener mucho cuidado al momento de envolver la masa en las hojas de plátano, si no se chorrean por los costados. La hoja la consigue de un señor que viene de Lurín o la trae una señora desde La Parada. *«Mi esposo también entra en la venta y también mi cuñada, que se ubica en la Av. Sucre. A pesar que la alcaldesa ha prohibido el comercio ambulatorio, nos dejan vender, seguramente porque no estamos todos los días; además, cuando vienen los del serenazgo a comprar les damos su yapita»*. (ALUMNO ROLANDO CAYTURO)

- *Niña tamalera*. Se llama Shanny y tiene 13 años y vende cerca de una panadería en Surquillo. Ella pregona de esta manera: *Lleve tamales, caserito, tamales calientes*. Esta adolescente trabaja de martes a viernes a partir de las 5:30 de la tarde, también lo hace los sábados desde temprano y hasta en las tardes, los domingos despacha sólo en las mañanas. Sus clientes son los escolares de turno nocturno. No tiene autorización para dar a crédito. La canasta donde ella lleva sus tamales está revestida con papeles de periódico para mantener el calor. Shanny no prepara tamales pero ocasionalmente ayuda a envolverlos y a colocarlos en una olla que es calentada con leña, lo que ayuda a ahumar los tamales. (ALUMNO CLAUDIO MONTERO VARGAS)

- *Joven tamalera*. Tiene 16 años y está cursando el 4to año de secundaria. Vende tamales todos los fines de semana tanto en la mañana como en la tarde, de esa manera ayuda a su madre y a sus hermanitos pues no tienen padre. Aprendió a hacer tamales desde muy temprana edad, es así como continuó con la profesión que su madre ejercía frente a las panaderías. Este verano (del 2001) trabajará todos los días en una panadería por ahí cerca ya que necesita juntar dinero para sus útiles y su uniforme de colegio del año siguiente. (ALUMNA LIZ CLEMENTE TORRES)

- *Otra tamalera que heredó el oficio*. El negocio de los tamales ya lo desempeñaba su madre, con la particularidad de que ella no salía a vender fuera de su barrio.

Trabaja de 6 a 10 de la mañana y en las tardes de 6 a 10 de la noche (ALUMNO CARLOS DEMARINI F.)

- *Tamaleros organizados.* En una panadería por la avenida Garzón los tamaleros que allí venden están bastante bien organizados, hasta se ponen chaleco para distinguirse y ofrecen pedazos de tamal para que el público deguste. (ALUMNO HERNÁN HEREDIA)
- *Tamalera en Chosica.* La tamalera chosicana se llama Silvia Campos y es una mujer de origen afroperuano, nacida en Lima pero criada en Chosica. Ella misma elabora sus tamales sin ayuda de nadie, aprendió a hacerlos por su madre y por su tía; gran parte de sus clientes son caseros habituales de la zona acomodada de Chaclacayo. Las autoridades no hacen problemas porque vende un producto que es tradicional. El alumno entrevistador hace el siguiente reclamo: «Le compré un tamal y a la hora de abrirlo me di cuenta que más era panca y lo menos era tamal». (ALUMNO DAVID JUROS)
- *Tamalera que hace y vende.* Sólo hace para vender los fines de semana, fabrica unos 70 tamales y recibe la ayuda de sus hijos, aprendió a hacerlos preguntando y observando, pues había que trabajar en algo. Hay mucha competencia. No vende en la calle sino que sus caseros van a su casa a solicitarle. Sus más asiduos compradores son sus vecinos. (ALUMNO MIGUEL ÁNGEL MENDÍA HIDALGO).
- *Lugares de compra y elaboración.* Ella me respondió: «Los insumos los consigo en el mercado, tanto el maíz, la cebolla, chancho o pollo, aceituna, ají y la envoltura puede ser de panca o plátano, y por último, pita. Primero muelo el maíz, aparte hago el aderezo, para lo cual pongo cebolla, chicharrón, sal. En la mesa coloco la panca, luego echo encima el maíz molido con su aderezo respectivo y su aceituna. Al final lo envuelvo bien y lo amarro con una pita. En otra olla se colocan los tamales ya preparados dentro del agua que ya ha hervido y los sancocho». (ALUMNO REMY LEONARDO LOZANO FLOREZ)
- *Rutina del tamalero.* El casero vendedor de tamales que llega a mi casa es un señor de 67 años que vende ese producto que lo prepara su esposa. Para eso ella se levanta a las 5 am, cosa que los tamales aún están calientitos. En una oportunidad cuando había acabado de vender todos los tamales fue asaltado por pandilleros. (ALUMNO MIGUEL ÁNGEL MENDIA HIDALGO)
- *Aprendiendo de recetas.* En una panadería cercana a mi casa hay dos señoras que venden tamales que para hacerlos se basan en recetas caseras. (ALUMNA MICAELA VANESA NAVARRO BACALLA).

- *Doña Manuela Lachapelle*. Es de Máncora (Piura) pero ahora viven en Barrios Altos en Lima. Para lograr una ubicación en la Alameda Chabuca Granda, que controla la propia Municipalidad, tuvo que seguir un curso de tres meses que ofrecía la Universidad de San Martín de Porres, de esta manera aprendió cómo debía tratar a los clientes. Ella es una conocida ganadora de concurso. Prepara tamales verdes (los típicos tamalitos piuranos con culantro, que en realidad son humitas), cuya cocción se cumple en una hora; en cambio, los tamales limeños demoran de 2 a 3 horas, cuando vende los sirve en un platito descartable y agrega cebollita, el rocoto está a disposición del cliente en las cantidades que acostumbre. Para mantenerlos calientitos, en su carrito lleva una pequeña cocina de gas. La señora Manuela Lachapelle, la tamalera entrevistada, goza de cierta fama en el mundo de los tamales, hasta ha sido invitada a hablar de ellos en la TV. (ALUMNO GABRIEL SULCA SÁNCHEZ)

- *Mirella Guerrero, colega de Manuela Lachapelle*. Esta vendedora expende por igual en la Alameda Chabuca Granda, lleva su carrito con su balón de gas y su cocina. Ha sido colaboradora de la señora Lachapelle y como venden lo mismo en sitios cercanos se han puesto de acuerdo para no vender los mismos días, aunque hay fechas en las que están de acuerdo en proveer juntas a sus clientes. Mirella hace tamalitos verdes y de los limeños, 20 de cada uno. Ella ha observado que los extranjeros prefieren los piuranos por ser menos condimentados y más *light*. (ALUMNA KARINA PINEDA SANTILLÁN)

- *Sólo es intermediaria*. No sabe preparar tamales, los compra en el distrito de Surco, donde cada uno lo adquiere a S/.1,00 y lo vende a S/.1,50. Esta informante considera que no sabe hacer tamales pero es una experta en hacer humitas de choclo al estilo huancaíno. Cuando vende va caminando y pregonando, va acompañada por su hijo para sentirse segura de cualquier problema. (ALUMNO JUAN JOSÉ RÍOS CÉSPEDES).

- *Saturación de tamaleros*. El entrevistador observa que en algunas panaderías suele haber hasta tres vendedores de tamales, y para colmo, la misma panadería también ofrece tamales a sus clientes. Una de las informantes le dice que algunas vendedoras no hacen los tamales, los adquieren al por mayor en la Av. Bausate y Meza. Ella sí prepara sus tamales y los hace de tres tipos: pollo, chanco y gallina. La mayoría de sus clientes son personas que concurren a la panadería a comprar pan, allí es cuando de paso compran su tamalito. La venta ha disminuido, antes el que menos compraba 5 ó 6 tamales, ahora sólo llevan 2 ó 3. Hay mucha competencia, a lo que se agrega la falta de dinero de la gente... ¡hasta cuándo! (ALUMNO RODRIGO RUIZ RUBIO)

- *Autobiografía al paso*. «Soy de Chíncha Alta pero actualmente vivo en Huaral desde donde vengo todos los sábados y domingos a Lima a vender tamales. Me alojo

en casa de mi mamá, que también es vendedora. Aprendí a elaborarlos de una morena chinchana llamada Luisa de Cartagena.» (ALUMNA ELENA OLIVAS GOODRIDGE).

- *Elaboró tamales en Japón.* Se llama María Laura Córdova, es de origen norteamericano y fabrica tamales desde hace 10 años, los vende a las personas que concurren a la panadería a comprar pan y que luego se dan un saltito para adquirir el tamal. También son sus clientes los empleados que trabajan en la Municipalidad y personas que acaban su turno nocturno. Ella tuvo oportunidad de viajar a Japón, donde se le ocurrió hacer tamales pero los ingredientes eran caros además de que no encontraba hoja de plátano; se le ocurrió utilizar como envoltura papel metálico y los cocinaba en microondas. Claro que el sabor era diferente pero los peruanos que había no hacían remilgos a esas pequeñeces y pagaban calladitos el precio de 3 a 5 dólares, hasta los mismos japoneses y otros latinoamericanos le compraban, especialmente los mexicanos. (ALUMNO JOSÉ MARTÍN PRADO CHICOMA)

- *Tamalero que marketea a su estilo.* Fue escogido justamente porque tenía algo peculiar para marketear sus tamales, tenía facilidad de palabra y cierto carisma que decidía a que algunas personas sin desear realmente le compraran, lo hacían sólo por el simple gusto de haber escuchado sus bromas. La alumna entró con él en confianza con rapidez. Mantenía con la venta (15 a 20 tamales cada día y de 30 a 50 los días domingos y en fiestas) a su esposa, a los cinco hijos que tenían y a su madre. Realmente se trataba de un payaso que vendía tamales de manera muy atractiva. La alumna añade lo siguiente: De este tamalero aprendí muchas cosas entre ellas que es importante considerar que, pase lo que pase, uno no debe rendirse en la vida y esto hace que uno madure y cobre conciencia de lo que realmente es y el porqué suceden las cosas, nosotros somos protagonistas de nuestras vidas y sólo nosotros podemos cambiar el rumbo para mejorarlas. (ALUMNA YAQUELINE SANDRA MOYA Q.)