

Lorenzo Palacios, Chacalón: el ídolo popular en el siglo XXI

Arturo Quispe Lázaro

 <https://orcid.org/0000-0002-1897-5119>

Interculturalidad.org

aquispel@pucp.edu.pe

RESUMEN

En este artículo, abordaré los procesos sociales y culturales que intervienen en la configuración y vigencia del ídolo popular de la música tropical peruana chicha, «Papá Chacalón». Él fue un cantante que surgió de los sectores más marginados de la sociedad limeña. Entre sus seguidores se encuentran alcaldes, presos que purgan condena en cárceles, así como hombres y mujeres de los barrios de Lima. A varios lustros de fallecido, hay una nueva legión de fans, de «chicheros chacaloneros». El ídolo popular, en este contexto, se configura a partir y desde la relación cotidiana entre Chacalón y sus seguidores. En este trabajo, pondré especial énfasis en la relación ídolo-seguidor/a, en las formas de relación social y las valoraciones culturales que intervienen. Sostendré que las ideas de igualdad y reconocimiento social son elementos centrales en la construcción de «Papá Chacalón» como ídolo popular y su continuidad en el siglo XXI. Este es un trabajo etnográfico llevado a cabo en las festividades de aniversario de Chacalón realizadas el 26 de abril (día de su nacimiento) y el 24 de junio (día de su fallecimiento), que aborda también la organización de sus seguidores en torno a estas fechas.

Palabras clave: música tropical peruana Chicha, Papá Chacalón, ídolo popular, cumbia peruana, música popular, sociología de la música



Lorenzo Palacios, Chacalón: A Popular Idol of the 21st Century

ABSTRACT

In this article, I will address the social and cultural processes involved in the shaping and popularity of the popular idol of Peruvian tropical music—chicha —, «Papá Chacalón.» He was a singer who emerged from the most marginalized sectors of Lima society. Among his followers are mayors, prisoners serving their sentence in jail, as well as men and women from the poor neighborhoods of Lima. Several decades after his death, there is a new legion of fans, «chicheros chacaloneros» (Chacalón's followers). The popular idol, in this context, is configured based on and from the daily relationship between Chacalón and his followers. In this work, I will place special emphasis on the idol-follower relationship, the forms of social interaction, and the cultural assessments involved. I will posit that the ideas of equality and social recognition are central elements in the construction of «Papá Chacalón» as a popular idol and his continuity in the 21st century. This is an ethnographic work carried out during the anniversary festivities of Chacalón, held on April 26 (his birthdate) and June 24 (the day of his death), which also addresses how his followers organize around those dates.

Keywords: Peruvian tropical music Chicha, Papá Chacalón, popular idol, Peruvian cumbia, popular music, sociology of music

INTRODUCCIÓN

«Como Papá Chacalón no hay, no va a haber otro,
nunca, que lo reemplace»

(Ricardo, Oyente *chacalonero*, Radio Fiesta, 28 enero de 2019)

«Toda la vida la humildad era su carta de presentación.
Papá Chacalón, ayer, hoy, mañana, y siempre en el corazón del pueblo»

(Viky Morales, *fan chacalonera*. 3 de junio de 2019)

La música tropical peruana chicha, a lo largo de su existencia como género musical, ha dado vida artística a muchos grupos musicales de los distintos estilos de música tropical: chicha costeña, andina y amazónica en todo el país. Del mismo modo, surgieron distintos personajes que fueron y son representativos de cada estilo musical. Uno de esos personajes habitó y creció en uno de los cerros de Lima, San Cosme, en el distrito de La Victoria. Él fue Lorenzo Palacios Quispe, conocido en el ambiente artístico como *Chacalón*, luego llamado *Papá Chacalón*. Fue zapatero, estilista peluquero, trabajaba en una zona de La Parada (espacio de comercialización de provincianos andinos pobres); luego, se convirtió en cantante de música tropical *chicha*, también llamada cumbia peruana. En dos décadas de vida artística ha hecho historia en el ambiente de la música tropical y ha dejado una huella indeleble en la ciudad, en el país y, también, en sus seguidores. Se le reconoce, hasta el día de hoy, como personaje representativo de los barrios populares de Lima y de los marginados que viven en los cerros de la ciudad. Falleció en 1994; sin embargo, en la actualidad sigue siendo el «ídolo del pueblo» para sus *fans*. Su popularidad se ha expandido a las nuevas generaciones de jóvenes que también le rinden tributo, aunque nunca lo conocieron en vida.

Uno de los hechos saltantes en este personaje y el grupo musical La Nueva Crema ha sido la fidelidad de sus seguidores. Desde el primer momento que la imagen del personaje Chacalón se expandió en Lima, muchos de sus seguidores, incluso niños y adolescentes, se convirtieron en sus fieles seguidores hasta el día de hoy. Establecieron una relación cercana entre artista y seguidor que perduró en el tiempo. Muchos de sus hijos e hijas también se convirtieron en seguidores

de Chacalón, de su música y canciones, asistían a bailes y festividades con sus padres chacaloneros. Ellos también engrosaron las filas de los que rinden tributo y siguen cantando las canciones de su ídolo *Papá Chacalón*.

El objetivo de este trabajo es evidenciar los elementos que subyacen en la configuración del ídolo popular denominado *Chacalón*. Daremos cuenta de cómo algunos factores sociales como la discriminación, los reclamos de igualdad y el reconocimiento social estarían moldeando al personaje Chacalón, convirtiéndolo en el ídolo que sus seguidores esperan. En esa línea, veremos cómo se configura una nueva generación de seguidores de un músico que nunca vieron y que también convirtieron en su ídolo.

El presente artículo es producto de un trabajo etnográfico de varios años realizado en los homenajes que familiares y seguidores le rinden cada año a Lorenzo Palacios, Chacalón; específicamente, en el día de su nacimiento (26 de abril) y en el de su fallecimiento (24 de junio). Estos se llevan a cabo en la iglesia, en la misa de cuerpo presente; en el cementerio El Ángel, donde se encuentran los restos de Lorenzo Palacios; y en la fiesta, en un local o chichódromo como cierre del homenaje. En ambas fechas, la asistencia de sus seguidores es masiva. El trabajo de campo se desarrolló a través de la observación participante, entrevistas semi estructuradas, conversaciones informales y registro audiovisual.

ÍDOLO POPULAR: CREACIÓN Y RECREACIÓN DESDE LO SUBALTERNO

A la música tropical en el Perú se la conoce como *música chicha* o *cumbia peruana*.¹ Este género musical tiene estilos y subestilos en su interior que se configuran no solo por su entorno geográfico y social, sino también por el cultural: la chicha costeña, andina y amazónica. A ellos hay que agregar las particularidades que se dan en el norte del país, la llamada *cumbia norteña*, encabezada por el Grupo 5, Corazón Serrano, entre otros, que han tenido un gran impacto desde el año 2007; la *cumbia sureña* en el sur del país como en Juliaca, Puno. Pero ¿cómo se conforman los estilos y cómo se diferencian entre ellos? ¿Por qué Chacalón

¹ Nosotros concebimos a la música tropical que se produce en el Perú como música chicha. La chicha no empieza en la década de 1980, sino a fines de 1960. Tampoco identificamos la música chicha como equivalente a la melodía andina como hacen Los Shapis desde 1980, sino a toda la producción tropical hecha en Perú. A los grupos musicales que aparecieron a fines de los 60 y los 70 hacia adelante los llamaron grupos chicha, incluso a Los Destellos. Desarrollamos esta idea en la ponencia de musicología, PUCP, 2022 (ver Quispe Lázaro, 2022a).

y la Nueva Crema o Tongo y su grupo Imaginación o Los Ecos no son como el Grupo 5 o los Hermanos Yaipén? Y, sobre todo, ¿cómo dentro de este medio musical un artista se convierte o es considerado un ídolo popular?

Las respuestas son diversas y requieren de un mayor detenimiento en cada caso. En esta ocasión, señalaremos algunas de manera general que van más allá de lo musical y que, a su vez, inciden en él. Las diferencias existentes entre músicos o grupos tienen que ver con: 1) los contextos sociales y culturales del que cada músico o grupo proviene, o en el que está inserto; 2) según la época que les ha tocado vivir a cada uno de ellos; 3) las diferencias en capital cultural y musical de cada grupo, líder o director de grupo; 4) según la experiencia social y cultural de cada uno de ellos; 5) según la biografía personal, familiar y expectativas de cada músico, creador o grupo musical. En suma, cada artista chichero, músico o grupo es producto de un entramado de factores de orden social, cultural y económico que se entrelazan con las historias de vida personales, deseos y expectativas de cada uno de ellos. Son una unicidad en sí mismos, una singularidad que tiene tras de sí un bagaje social, cultural, personal que los diferencia de los otros. Esa unicidad del artista/músico/grupo lo singulariza de los otros, pero no lo aísla de los demás, ni sus actividades las realizan apartadas del medio en el que viven; por el contrario, forman parte del mismo contexto, del campo social y cultural del que hablaba Bourdieu (2011).

Un elemento importante que explica cómo un grupo o artista tiene una mayor ascendencia sobre sus seguidores al punto de ser considerado como ídolo es la relación que establece el artista con su entorno inmediato. El artista en la música chicha, a medida que instaura una estrecha relación y empatía con su particularidad social y cultural, podrá expresar con más elocuencia los deseos y expectativas de su entorno y, a su vez, este hecho lo diferenciará de los otros. Es una suerte de microespacio social y cultural en el que se entretienen mecanismos sociales y simbólicos entre las personas que comparten los mismos códigos, lenguajes y actitudes dentro de un marco social particular. Esto ha venido ocurriendo en el ámbito de este género de música tropical. El líder/cantante/grupo según el nivel de sintonía que establece con su contexto inmediato llegará a representar mejor con su música y canciones a ese segmento social del cual forma parte. Es decir, al ser parte del medio en el cual se desenvuelve, el artista/grupo creará su propia corriente, seguidores, *fans*, que a la postre conformarán su base social, «su» público. Por ello, el estilo se configura en función a los factores mencionados, a la relación que establece con su entorno inmediato, con su público y su unicidad. En ello radicaría las diferencias existentes entre músicos, grupos y estilos.

Por tanto, el impacto que el artista/músico/grupo genera en el medio/*fan* estará en función a los factores señalados. De ese modo, aquel responderá según cómo se inserta en el medio inmediato del *fan*, de su contexto cotidiano, con las inquietudes de sus coterráneos, de su público y de cómo sintoniza con la época. Ese nivel de sintonía, el *feeling*, establecerá lazos más estrechos, creará un público cautivo, cuasi fiel, que pasará a formar parte de su base social. Esta suerte de segmentación de bases sociales en el mundo de la música chicha ha venido ocurriendo con personajes/grupos musicales de este género de música. Por ello, cada músico o grupo chichero tiene una base social que sigue sus canciones y su música; «su» público asiste a las fiestas, al chichódromo (local de realización de fiestas chicha) donde el grupo «de sus amores» se presenta, no importando la lejanía de la zona/distrito donde pernocta/vive el(la) chichero(a). En este caso, estamos hablando de una base social y cultural en la que se establece una conexión entre artista/músico/grupo y seguidor(a)/*fan*/chichero(a) expresado en el consumo de sus canciones, la asistencia a fiestas y los oyentes asiduos de los programas de radio del músico/grupo. Uno de esos casos es el del grupo Chacalón y la Nueva Crema con el ahora Chacalón Junior, José María Palacios, hijo del «Papá Chacalón».

En el ambiente de la música tropical, ser ídolo popular, cantante aceptado y querido, o músico representativo de una agrupación chichera no es lo mismo. Existen diferencias. Enrique Delgado (falleció en marzo de 1996) es representativo de la agrupación musical Los Destellos, muy aceptado y reconocido por su trascendencia y a quien se le atribuye ser el creador de la música tropical peruana, llamada *música chicha* o *cumbia peruana*, pero no es exactamente un ídolo popular. Ha sido y es respetado, pero no ha tenido una legión compacta de seguidores, sus *fans* han sido diversos.

Julio Simeón, *Chapulín el Dulce*, y Jaime Moreyra, del grupo Los Shapis, son cantante y músico, respectivamente, muy queridos por sus seguidores y reconocidos dentro y fuera del medio de la música tropical. De gran impacto desde inicios de la década de 1980 y creadores del estilo andino de la chicha, tienen presentaciones musicales en distintas partes del país, pero tampoco son considerados como ídolos populares.

Lorenzo Palacios, Papá Chacalón, a diferencia de ellos, no ha generado grandes cambios en el ámbito de la música chicha como los mencionados; sin embargo, sí es considerado un ídolo popular. Tiene dos hitos importantes que van en esa dirección y están vinculados más al ámbito social que a la música propiamente dicha, pero tiene sus efectos en lo musical. Primero, su estilo musical y canciones involucran a sectores de Lima de bajos recursos económicos, migrantes

provincianos, sus descendientes y nuevas generaciones, siempre en búsqueda de una mejor vida para ellos, graficado en la canción *Soy provinciano*, que aún persiste y se sigue escuchando y cantando, tema que fue considerado himno de los migrantes provincianos en la ciudad. Segundo, involucra a sectores pobres periurbanos de Lima, los más marginados de la sociedad, los llamados «achorados» (personas que estarían en los límites de la legalidad), presos y, también, alcaides. Todos ellos lo llaman «Papá Chacalón, el ídolo del pueblo»; graficado en la ya célebre frase «cuando Chacalón canta, los cerros bajan y los perros aúllan». Chacalón, además de haber sido director del grupo La Nueva Crema, fue un cantante con buena tonalidad de voz, reconocido como un ídolo popular dentro y fuera del ámbito de la música chicha. Él ha tenido una legión de seguidores aún en vida que asistían a las fiestas donde se presentaba durante la semana. Actualmente, esa legión de seguidores se ha incrementado por la presencia de nuevas generaciones que ahora siguen a su heredero José María Palacios, Chacalón Jr.; a través de él, también tienen presente al faraón de la chicha.

El ídolo popular para los «chicheros» no es solo un artista más. Para ser ungido y reconocido como tal por la hinchada chichera no es suficiente ser un músico prodigioso o un cantante con un buen timbre de voz, que es primordial, sino además (aquí nos adentramos a otros factores de orden personal relacionados a lo social y cultural, mencionados líneas arriba) debe ostentar algunas características personales que lo distinga, genere respeto y admiración de sus seguidores. Estas pueden ser resumidas en ser «una buena persona», «humilde», «humano y solidario», que la fama «no se le suba los humos» (no ser soberbio, arrogante) o «no se le suba a la cabeza»² y estar en el llano, al mismo nivel que sus seguidores. Es decir, es altamente considerado que exista y se establezca ese nivel de igualdad entre ellos, que no lo encuentran en otros espacios de la ciudad. Estos elementos son muy valorados por los chicheros y establecen una fuerte conexión y empatía entre el artista/cantante con sus seguidores. Todo ello convierte al artista/cantante en un personaje querido y amado por sus *fans*. La idea del ídolo como alguien distante y diferenciado de sus seguidores o «sobrado» (arrogante) no existe en el mundo de la chicha. Como tampoco existe una barrera infranqueable entre el cantante/músico y el seguidor/*fan*/público chichero. El cantante o músico chichero es un poblador más, de barrio, que ha tenido una mejor suerte que cualquier otro poblador. Esa es la razón por la cual se encuentra al frente del público, en el escenario. Ese «don» lo puede convertir en un personaje especial,

² Estas son ideas/afirmaciones que hemos encontrado en nuestro trabajo de campo.

pero no diferente y mucho menos desigual; lo hace descollante y apreciado si es una buena persona, humilde y solidaria. Ser buen cantante y buena persona lo convierte en alguien especial para sus seguidores.

Esos elementos denotan ribetes de carácter social que se interconectan con lo cultural, traslucen la vida del poblador de barrio que gusta este tipo de música, en especial el de Chacalón. La idea de la buena persona se entiende, en ese contexto, como un concepto relacional, que supone una idea de igualdad y de generosidad; no es en abstracto, sino en la relación que se establecen entre ellos, en la actitud, desprendimiento y disposición del ídolo con sus seguidores/público/*fans*. Básicamente, el ídolo corresponde los pedidos y requerimientos de aquellos en los cuales él despierta admiración y respeto, es decir, su público. Es una relación que no está mediada por requiebros de afectación o atisbos de arrogancia, que denotan distanciamiento y desigualdad, rápidamente captados, si fuera el caso, por sus seguidores.

En el mundo de la música tropical chicha no todos son catalogados de esa manera. Algunos artistas o grupos que lograron alcanzar alguna fama dentro de la chicha perdieron o minaron la relación con su público/*fans*/base social al tratar de diferenciarse de ellos. Ese *feeling* artista-público se resquebrajó porque el artista, al obtener la atención de una legión de público, empezó a distanciarse con desplantes o actitudes poco amigables hacia ellos. Eso no es aceptado por los(las) chicheros(as). En la época de oro de Pintura Roja, a mediados de los años 80, su máximo exponente fue la Princesita Mily, Milagros Soto³, su calidad vocal y su interpretación la ubicó por encima del promedio de los cantantes de la época, además, la atención recaía en ella por ser la primera mujer en cantar música chicha. Sin embargo, su público, legión de *fans* femenino, la dejó de querer,

³ Milagros Soto, la Princesita Mily, falleció el 22 de mayo de 2023, a los 57 años de edad. Ella jugó un papel importante dentro de la música tropical chicha. Se recordó su rol e importancia durante esos días. Sin embargo, en sus inicios, nadie daba nada por ella. En un medio dominado por varones, era, más bien, un riesgo apostar por una voz femenina, una osadía que, a mediados de 1980, alteraba la costumbre y el machismo internalizado, no solo en este género musical, sino en la sociedad en su conjunto, en Lima. «Estás loco si crees que tu disco va a pegar con voz de mujer» le dijeron a Alejandro Zárate (Zárate, 2010, p. 15). No hablaban de la música, sino de la participación de una mujer dentro de ese medio. Horóscopo, disquera de gran importancia en ese tiempo, al inicio, que ya había grabado dos sencillos con la voz de Mily, no se animaba a lanzarlo al aire. Hasta que Alejandro Zárate, a hurtadillas de ellos, lo lanzó por primera vez en Radio Inca. Mily quebró aquella resistencia. Se impuso en un medio hosco para las mujeres de su tiempo, abriendo un camino para otras que vendrían luego. Ese fue uno de sus grandes aportes, no solo en lo musical y en la música chicha, a pesar de algunas inconveniencias posteriores.

se distanció de ella, y la criticaron acremente. Se decía que ella era «sobrada», es decir distante y esquiva con sus *fans*, que «la fama se le había subido a la cabeza», «se le subió los humos», hacía muecas poco amigables y desplantes a sus admiradores. Estos empezaron a disminuir. La princesita cantaba bien, pero perdió su encanto. Ellos reconocían su talento vocal, pero en las fiestas la miraban distante. Mily no estableció una relación empática con el público. Sus seguidores asistían a las fiestas por ella, la iban a ver, la seguían a todas sus presentaciones. Sin embargo, ella creó una barrera que la hacía impenetrable y distante al contacto con la gente, su público, que se fue alejando de ella. Mily no aceptaba fácilmente tomarse fotos con sus *fans*, ni conversar o intercambiar palabras con sus seguidores. Las críticas en su contra arreciaron y su nivel de sintonía disminuyó.⁴ El factor cercanía e igualdad entre el artista y el público es algo que la gente aprecia y valora mucho. Si esos elementos están ausentes, los chicheros y chicheras establecen una relación tensa entre ellos y el artista. Este hecho marca el distanciamiento entre ambos, el artista pierde su base social y los(las) chicheros(as) dejan de considerar al cantante/músico como su artista preferido. Los *fans* chicheros no aceptan actitudes de divo/diva que distancian, desigualan y discriminan entre ellos, por lo cual le increpan su actitud.

Ha habido otros casos en los que se produjeron una pérdida de empatía entre el artista y su público. Aquí menciono tres casos: Vico con su grupo Karicia, Carlos Morales con su grupo Guinda y Toño Domínguez con su grupo Centella. En todos los casos, aquel distanciamiento entre el artista y su público se produjo en momentos en que cada uno de ellos y sus respectivas agrupaciones tuvieron un gran auge, cuando alcanzaron la tan ansiada popularidad, el éxito.⁵ También ha habido otros cantantes y grupos que han establecido una gran empatía con su público. La fama y el dinero no les hicieron perder la sencillez, la humildad y el trato igualitario con sus *fans*. Menciono a dos grupos: Jaime Moreyra y Julio Simeón de Los Shapis y Lorenzo Palacios, Chacalón. Este último, por su bondad y solidaridad, mencionadas por sus *fans*, además de buen cantante, lo convirtió en

⁴ Tres décadas después, Milagros Soto, la *Princesita Mily*, dijo lo siguiente en la *Revista h*: «Cualquier persona sobre un escenario va a ser admirada. Pero, a diferencia de muchos cantantes, eso a mí no me importa. Soy un ser humano como cualquiera y, aunque entiendo que la gente quiera un autógrafo, cuando estoy cansada lo único que quiero es irme a mi casa. La gente lo toma como que soy sobrada, pero en realidad es que no es nada extraordinario ser artista» (Vela, 2018).

⁵ Actualmente estos grupos siguen en actividad. No tienen la popularidad que tuvieron en su momento, pero también cuentan con sus propios seguidores. Sus *fans* les siguen los pasos a las fiestas donde cada uno de ellos se presenta.

ídolo popular que hasta el día de hoy los chacaloneros lo recuerdan y lo siguen fielmente con el agregado de nuevas generaciones que también reconocen a Chacalón como una gran persona.

Otro elemento importante en la configuración del ídolo popular es la idea de igualdad. La cercanía y el carisma entre el artista chichero y su público no son suficientes si no está presente otro factor que da fuerza a la relación: la idea de igualdad. Una igualdad que proviene más de lo humano, de la sensibilidad frente a la vida y sus adversidades, antes que cualquier concepto abstracto o ideología que pueda enarbolarse. El artista y el *fan* chichero chacalonero participan del mismo espacio y entorno social, los iguala su condición de ser persona «del pueblo» (como así lo llaman) y por haber pasado por las mismas adversidades en la vida. Por ello, las ínfulas, la arrogancia o sentirse en un pedestal por ser artista no es bien considerado por el *fan* chichero y, en muchos casos, no es tolerado. La discordancia entre ambos, entonces, no se genera por las diferencias fenotípicas que pudieran existir entre ellos, el lugar de residencia, o la posesión material producto de los ingresos económicos del artista, sino más bien por la actitud que este asume frente al otro/*fan*-chichero(a), que se interpreta, en el plano de las jerarquías sociales, como desigualdad, como la corporeización de las diferencias sociales expresadas en actitudes y conductas que distancian al artista-*fan*. El creerse especial, por ser cantante o músico que los desiguala, es reprobado. El público chichero es sensible frente a este tipo de actitudes que al final también les afecta porque sienten que su artista preferido les hace desplantes, que puede leerse como ninguneo, discriminación o exclusión.

El sentimiento de rechazo de los *fans*-chicheros a las actitudes de desplante de su artista favorito se puede explicar a un nivel macro, a nivel de la sociedad de la ciudad de Lima. Los chicheros, en un contexto más amplio, no son bien vistos por la sociedad, ellos sienten la discriminación y, en algunos casos, el desprecio de la sociedad limeña por la forma de ser de ellos y por el gusto que ellos tienen por la chicha y, mucho más, por la música de Chacalón. Son chicheros, chacaloneros, a quienes «se les reconoce» por los signos exteriores de su imagen, sus rasgos fenotípicos y «marcas» sociales y culturales, «visibles», «identificables» para la sociedad, por la «pinta de ahorados» (marginales/al margen de la ley/considerados lumpen) que ellos tendrían. Se les señala por su tez cetrina, ropa, formas de vestir, actitudes, lenguaje y expresiones coloquiales, más de las veces cargadas con doble sentido (con denotación sexual) y coprolalia; con toda la carga peyorativa que conlleva aquel señalamiento hacia ellos.

Los chicheros chacaloneros son conscientes de ello, lo sienten en las miradas de la ciudad hacia ellos, en esa desconfianza cuando ellos transitan por las calles,

los gestos y mohines descalificadores ante su presencia.⁶ De ahí que el año 2003, los propios chacaloneros, en tiempos del locutor Denis Lévano del programa radial chacalonero de Radio Fiesta, crearon la frase en tres tiempos: «¡Soy chacalonero a mucha honra! ¡Soy chacalonero, y qué! ¡Soy chacalonero y punto!» Expresión que se convirtió en una suerte de lema/slogan chacalonero que se transmitía a través de sus programas de radio y también en las fiestas chicha chacaloneras. Algunos seguidores(as) de Chacalón acentuaban aún más aquel sentimiento añadiendo una frase o palabra que daba fuerza a la expresión. «¡Soy chacalonera y punto, carajo!», decía Roxana con énfasis, con fuerza, reafirmando su identidad chacalonera, de lo que ella es y siente, y lo hacía con ímpetu, a viva voz que, dicho a través de la línea telefónica en ese juego de intimidad con el locutor en un medio público en el programa radial, se producía esa doble dimensión de reafirmación y confrontación; de reafirmación de lo que ella es y cómo es, y de confrontación con un tono que interpela a un otro, en una suerte de «para que me escuchen aquellos otros» que la miran mal y la descalifican.

El slogan chacalonero es una frase que, en sus dos significados enrostran a la sociedad, a los otros limeños, por catalogar a los chacaloneros de esa manera y mirarlos con desdén. En el plano denotativo, los chacaloneros reafirmaban un sentido de pertenencia, de identidad, de una manera de ser, de expresar sus sentimientos y emociones, por la forma en que a ellos se les presenta la vida, de cómo los trata y los valora, y lo hacen a través de un tipo de música e ídolo que expresa, en su lenguaje y su forma de ser, un estilo de vida que no es bien visto y comprendido por otro sector de la sociedad limeña. En el plano connotativo, la frase, más que en un grito de batalla, se convierte en un reclamo social, expresado a viva voz, de búsqueda de reconocimiento social y cultural de la sociedad mayor que los mira con recelo, cuando no, con desdén. Es su forma de expresar su reclamo por el reconocimiento, que, en este caso, no es a través de principios grupales o una plataforma política o ideológica desde las cuales se organizan para acometer medidas reivindicativas, sino más bien lo hacen a través actitudes de reafirmación o expresiones orales que denotan aquella intención. Como señala Fraser, «tiene sentido la reivindicación del reconocimiento [...] que se orientan

⁶ Viajando en un taxi, el señor taxista estaba escuchando música chicha en su radio a bajo volumen. Cuando le pregunté qué escuchaba, el taxista empezó a justificar su gusto por esta música y por Chacalón. «Escucho Chacalón porque a mi vieja [mamá] le gustaba. Ella lo escuchaba. Lo escucho bajito nomás. No vaya a pensar la gente que uno es 'choro' [ladrón]. Hay gente que piensa que si uno escucha chicha es choro. Ratero puede ser cualquiera» (15 de mayo, 2015. Distrito de Pueblo Libre).

a la superación de la subordinación, tratan de convertir a la parte subordinada en copartícipe pleno de la vida social, capaz de interactuar con otros en situación de igualdad» (Fraser, 2006, p. 37).

A nivel micro, en el ambiente chichero, lo menos que ellos pueden esperar es que sus ídolos chicheros asuman esa misma actitud hacia ellos. Es la razón por la que los chicheros valoran mucho la sencillez, la humildad, el desprendimiento y el trato igualitario que tiene su grupo/cantante/artista favorito con cada uno de ellos. La valoración positiva que los seguidores de Chacalón tienen de su ídolo, hasta el día de hoy, además de sus canciones, es sentir que Chacalón era y es parte de ellos, que su artista favorito estaba con ellos, que era «buen cantante» y «buena gente», «buena persona» con ellos. En suma, los *fans*-chacaloneros sintieron que existía una relación de igualdad —incluso hasta el día de hoy lo señalan— entre ellos y su ídolo, por lo cual guardan un gran aprecio y cariño por alguien que los trató como ellos eran, sin distinción y miramiento de ningún tipo.

PAPÁ CHACALÓN: HOMENAJES «AL ÍDOLO DEL PUEBLO»

En la tercera década de este siglo, uno de los artistas populares que tiene una indiscutible presencia aún después de décadas de haber fallecido es Lorenzo Palacios Quispe, denominado con distintos apelativos: Papá Chacalón, el Faraón de la chicha, el Faraón de la cumbia, Papá Corazón, El Gran Chacalón con su agrupación La Nueva Crema, o, como se le conoce en otros países, «el maestro Chacalón». La presencia de este ídolo popular tiene incluso impacto en nuevas generaciones de jóvenes, adolescentes y niños que no llegaron a conocer al Faraón de la chicha porque, o estaban en la primera infancia, o aún en proyecto de sus padres.

Lorenzo Palacios, Chacalón, director y cantante de su agrupación musical La Nueva Crema, falleció cuando tenía 44 años, el 24 de junio de 1994 —conocido también como el Día del Campesino—. Esta fecha se ha convertido en un día de conmemoración y festividad por todos sus seguidores. Es una fiesta de celebración y recuerdo de un ser querido para los chacaloneros, así lo sienten ellos⁷. Se celebra no la muerte, sino la presencia eterna del cantor popular con

⁷ «El 24 de junio es el Día del Campesino», «qué campesino ni qué nada, es el día de Papá Chacalón», «no, es que lo digo para que él —se refiere a mí, Arturo— recuerde esa fecha», «nada, es la fecha en que Papá Chacalón falleció». Esta es la discusión de dos antiguos amigos chacaloneros en el cementerio El Ángel que trataban de hacerme recordar el día del fallecimiento de Lorenzo Palacios. Uno de ellos no encontró mejor forma que relacionarlo

la concurrencia de seguidores, amigos y familiares. La celebración va a ser distinta dependiendo de la fecha. El 26 de abril, día de su nacimiento, se festeja su cumpleaños. Ese día empieza directamente en el cementerio y en ocasiones sus seguidores llevan tortas para compartir con todos los asistentes. Sus *fans* van a El Ángel, algunos desde la mañana, pero es más concurrido desde el mediodía. El 24 de junio, día de su fallecimiento, se inicia con una misa de cuerpo presente. En todas las ocasiones se celebra en la iglesia La Merced del Jirón de la Unión, en el centro de Lima. Ambas celebraciones terminan con una fiesta de homenaje en un local. Es de amanecida (de un día para otro). Otra de las festividades que para los chacaloneros empieza a tomar importancia es el Día del Padre. Aunque aún no es muy concurrido, algunos *fans* han tomado ese día para acercarse a su ídolo.

La celebración del 24 de junio, día de su fallecimiento, se lleva a cabo en tres escenarios distintos: la iglesia, el cementerio y un local de fiesta. La festividad se inicia con la misa de recuerdo en la iglesia La Merced, en el Jirón de la Unión del centro de Lima; seguidamente, se realiza una romería a la morada eterna de Chacalón, el cementerio El Ángel; y, de cierre, una fiesta de celebración en un chichódromo (local de fiesta tropical chicha). En muchas ocasiones, la celebración de cierre se llevó a cabo en *El Lucero de Santa Anita* (Figura 1), chichódromo ubicado en el distrito Santa Anita, en la carretera central, en Lima Este. Un lugar conocido también como la «casa de los chacaloneros» por ser un local donde frecuentemente se llevaban a cabo las fiestas de Chacalón en esa parte de la ciudad. En los últimos años, la fiesta se ha desarrollado en distintos escenarios: en el 2018, en el Centro de Convenciones Sky Room del distrito de Independencia y, en abril del 2019, fue en la Discoteca Xanders, de San Juan de Lurigancho, ambos en Lima Norte. El 2020 y 2021 se suspendieron todas las festividades por la pandemia del COVID-19. El 2022 se realizaron solo romerías también con cierta cautela por el mismo tema, aunque con algo más de tranquilidad, pues

con el Día del Campesino, para que alguien externo a la festividad chacalonera pueda recordar fácilmente ese día, ya que esa fecha oficialmente se la conoce como el Día del Campesino y es de uso más extendido. Sin embargo, esta fecha para el otro chacalonero no significaba nada y, más bien, el fallecimiento de Chacalón sí tenía una gran significación para su vida personal. Por otro lado, me ven a mí como alguien a quien la fecha de Chacalón no significaría nada y, sí, la del campesino. Este es un contrapunto interesante entre chacaloneros que tienen una imagen de sí y de los otros. Este demarca con meridiana claridad una identidad de grupo de gran significación para sus participantes frente a otro-externo que les «mira», participa del mismo espacio, con otras referencias, distintas a las suyas —supuestamente la del Día del Campesino— que en ese lugar carece de valor. Para los chacaloneros, Chacalón es parte de una identidad que los define, los acerca y los hermana. Por el contrario, el Día del Campesino no les dice nada, ni los identifica, ni define, ni forma parte de su vida como sí lo hace Chacalón.

empezaba la pospandemia. El 26 de abril de 2023 se llevó a cabo en Trapiche, Comas, Lima Norte.

Con la fiesta en el local de baile, posterior a la romería en el cementerio, se cierra la festividad de aniversario. Como lo fue en el chichódromo *Lucero de Santa Anita*, con la fiesta se cerró el festejo por el aniversario de la partida de Papá Chacalón.⁸ La fiesta incluyó como homenaje juegos artificiales, una quema de castillo, que se enciende a las 12 de la noche en punto, y continúa el festejo, la fiesta, el baile hasta el día siguiente, con la presencia del heredero y nuevo líder de la agrupación, Chacalón Jr., hijo del Faraón de la chicha, José María Palacios. El ídolo popular —Papá Chacalón— es recordado y aclamado no solo en estos días, sino también durante esa semana a través de los especiales que se transmiten a través de sus programas de radio sobre la biografía y experiencias de Chacalón durante su vida, como las presentaciones musicales que su heredero Chacalón Jr. realiza en toda la ciudad de Lima.

Celebración de la vida aun en la ausencia

El cariño y aprecio de los seguidores de Chacalón hacia su ídolo se puede apreciar en las dos fechas significativas ya indicadas: los 26 de abril, día de su nacimiento, y 24 de junio, de fallecimiento. Ambas fechas se han convertido en días sagrados para los seguidores de Papá Chacalón. Esto es en su doble acepción. La primera está vinculada a lo sacro, a la religiosidad que rinde culto a los muertos y a su trascendencia física más allá de la muerte. En ambas fechas se realiza un peregrinaje a su morada eterna en el cementerio El Ángel. La segunda se vincula con en el sentido coloquial del término, ningún chacalonero que se respete deja de festejar esos días y, de manera ineludible, estar presente en su festejo.

⁸ La fiesta de aniversario empieza a tomar forma, es decir, comienza realmente la fiesta, cerca de la media noche. Previo a esa hora, están en los prolegómenos, entrando en ambiente de festejo, el ingreso es desde las 8 o 9 de la noche. Los grupos invitados empiezan su presentación a las 9 p. m. Los chicheros chacaloneros comienzan a llegar solos, en parejas, en familias o grupos de amigos durante esas horas. Poco antes de las 12 a. m., el Lucero luce muy concurrido y los comensales «entran en ambiente» con el transcurrir de las horas, con la ingesta de las cajas de «chelas» (cerveza), que son infaltables en las fiestas chicheras. En años anteriores, las festividades en el Lucero estaban en su punto a las 8 p. m., ahora desde las 11 o 12 de la noche recién entran «en calor». Los seguidores chacaloneros también saben eso y recién a esas horas empiezan a colmar el recinto. Saben también que la fiesta dura hasta el alba. Papá Chacalón no solo se daba por bien servido, sino también por bien bebido porque todos sus seguidores lo celebran con fiesta y «chelas» hasta las 6 a. m. del día siguiente.

Figura 1. Mural en homenaje a Papá Chacalón en el chichódromo Lucero de Santa Anita



Nota. Ubicado en el distrito de Santa Anita, en Lima Este; 26 de abril, 2011. Foto: AQL

Los chacaloneros esperan esos días para asistir, acompañar y gozar en multitud la presencia eterna de su ídolo que llevan en el corazón. «Papá corazón» como llaman también a Lorenzo Palacios (tomando el apelativo de su equipo de fútbol preferido Alianza Lima, también llamado «Alianza corazón»). Aquí el rito de la muerte se transmuta en una festividad vivificadora de alegría y canto que los asistentes, a través de estos actos celebratorios, renuevan su compromiso con su ídolo, lo vivifican haciendo uso de todo aquello que haga recordar su presencia física, de cuando él estaba con ellos (fotos, recortes de periódicos, cuadros e imágenes del cantante [Figura 2]), así como sus canciones en diversos formatos (antes, CD, DVD, radio portátil, iPad; ahora, celulares-radio, programas de radio que son escuchados desde los equipos de audio de los autos, mototaxis, radios o equipos portátiles o celulares) que los asistentes llevan hasta esa parte del cementerio para honrar la presencia eterna de Lorenzo Palacios, Papá Chacalón.

Desde el 2018, la familia organizadora de la festividad solicitó un permiso oficial a las autoridades que administran el cementerio El Ángel para la realización del homenaje a Lorenzo Palacios, en el Pabellón San Leonardo, lugar donde está ubicada la morada de Chacalón. Por ello, en esas fechas, ellos tienen permiso para colocar un equipo de sonido con parlantes incluidos para la transmisión de las canciones del Faraón de la chicha durante la reunión y también cuentan con

Figura 2. Chacaloneros con su ídolo



Nota. Cementerio El Ángel, 24 de junio, 2019. Foto: AQL

presencia policial. El permiso era hasta las 6 p. m., luego de lo cual los asistentes debían desocupar las instalaciones del cementerio. Antes, sin ese permiso oficial, los homenajes igual se realizaban, incluso, algunos asistentes continuaban la celebración hasta las 8 o 9 de la noche, sin presencia policial. El 2023, ambas fechas, el 26 de abril y el 24 de junio, el pabellón San Leonardo del cementerio se convirtió en una fiesta chicha (Figura 3). Pusieron dos micrófonos, equipos de sonido y pista de música a través de una laptop, y contrataron cantantes aficionados para que amenizara el homenaje hasta las 7 p. m. También estuvo Chacalito (hermano menor de Lorenzo Palacios) cantando algunos temas de Chacalón, más allá de la hora pactada. Los y las *fans* homenajeaban a Lorenzo Palacios bailando y bebiendo en grupos de amigos y hermandades que se formaron desde los tiempos de la pandemia.

Las actividades de preparación de la celebración de estas fechas empiezan con algunas semanas de anticipación. En años anteriores, los organizadores de todos los eventos, así como de las fiestas durante la semana, estaban a cargo de las promotoras de espectáculos Markahuasi y Salinas, conjuntamente con la viuda y familia de Lorenzo Palacios, quienes tienen los derechos de exclusividad del nombre y de la agrupación La Nueva Crema. Estas promotoras en sus programas de radio difundían en exclusividad las canciones del grupo Chacalón y la Nueva

Figura 3. Fiesta-homenaje en el Cementerio El Ángel por Chacalón



Nota. 26 de abril, 2023. Foto: AQL

Crema, y también las de Chacalón Jr. Actualmente, el grupo es liderado por el hijo José María Palacios (Figura 4), quien ha asumido el apelativo de Chacalón Junior y su grupo Los Internacionales La Nueva Crema. Él y la viuda e hijos e hijas son los que organizan toda la festividad.

Los programas de radio del grupo Chacalón y la Nueva Crema, organizados por las promotoras Markahuasi y Salinas, eran transmitidos por emisoras del centro de Lima, y algunas otras en los barrios de la ciudad. Una de las emisoras de Lima era radio Unión (98.5 FM) y transmitía el programa *Chacalón en tu corazón*, conducido por Sandro Sánchez, conocido como Papucho, y organizado por la promotora de espectáculos Markahuasi. Otra de las emisoras era Radio Fiesta (105.5 FM), donde se llegó a transmitir dos programas: uno, *La hora de Papá Chacalón y José María Chacalón Jr.* que era producido por la promotora Markahuasi y conducido por Elizabeth Isla Laynes, muy reconocida en el ambiente musical como conductora de programas de música chicha y folklórica; dos, *La gran movida tropical*, que era producido por la promotora Salinas, quien transmitía las canciones de Chacalón Jr., y conducido por Sandro Sánchez, Papucho, de amplia trayectoria en el ambiente de la música tropical-música chicha. En Radio Fiesta había el programa *Chacalón y la Nueva Crema*, conducido por el locutor Julio Daniel, de lunes a sábado, y era solventado por la promotora Markahuasi.

Figura 4. José María Palacios, Chacalón Jr.

Nota. Actual director del grupo *La Nueva Crema*. 26 de abril, 2011. Foto: AQL

Una de las emisoras ubicada en los barrios de Lima que también transmitía el programa de Chacalón era Estéreo Villa, en el distrito Villa el Salvador, al sur de Lima. El programa era conducido por Marco Antonio y Eduardo Meléndez (conocido con el apelativo de Pichirri), de amplia trayectoria en el ambiente chichero y fiel seguidor de Papá Chacalón. Estos programas difundían en exclusividad las presentaciones/fiestas de Chacalón Jr., que se llevaban a cabo durante la semana con ambas promotoras de espectáculos, como también transmitían las actividades de aniversario de Papá Chacalón.

En este tiempo, pospandemia, hay un nuevo programa, *Chacalón en tu corazón*, que es dirigido por Eduardo Meléndez, Pichirri, se transmite de lunes a viernes de 8 a 11 a. m., a través de Radio La Super Escandalosa; el sabor de la cumbia en el Perú, ubicado al sur de Lima, en Villa El Salvador. Para esta zona de Lima, se transmite a través del 105.7 FM, y para todo Lima y más allá de sus fronteras, se retransmite digitalmente por internet y redes sociales. La comunicación con el público se hace a través del celular, WhatsApp, Telegram o Facebook. Los(las) chacaloneros(as) se comunican con el programa por cualquiera de esos dispositivos, dado que todos usan celular.

Actualmente, la familia y Chacalón Jr. son los que organizan todo el circuito musical y comercial del grupo y de la imagen de Lorenzo Palacios, Chacalón. En los días de aniversario del Faraón de la chicha se realizan una serie de recuentos de su vida, algunas anécdotas, canciones en vivo, y se recuerda en especial una grabación, cuando él en plena fiesta en un chichódromo se despide de este mundo. Este hecho fue tomado en su momento como una premonición, como si supiera lo que le sucedería. La familia organiza toda la festividad en torno a los homenajes que se realizan en las dos fechas, en el cementerio. Los *fans* se organizan por cuenta propia para rendir homenaje a Chacalón en abril y junio de cada año.

Identidad chacalonera

Los festejos de homenaje en torno a la imagen del Faraón de la chicha son también momentos de reafirmación de una identidad chacalonera, entendida como una relación de identificación entre ellos y el ídolo, y entre ellos mismos por sus gusto y afición a Chacalón, sus canciones, sus vidas y sus deseos de compartir los momentos con la persona que aprecian. Esto se solidifica a través de actos simbólicos tanto de los seguidores como de la familia; actos que se traducen, por el lado de los chacaloneros, en iniciativas de organización entre ellos, días previos a la festividad, para llevar objetos simbólicos que recuerdan, unifican e identifican con su ídolo. Estos objetos son pequeñas urnas, afiches, fotos emblemáticas del ídolo, recorte de periódicos, llaveros, banderas con los colores del equipo de fútbol preferido por Chacalón; todos con la imagen del ídolo (como en la Figura 2). En los últimos años, se diseñan polos con la imagen y los lemas de Chacalón. Por el lado de la familia, hay una especie de retribución o actos compensatorios de ellos hacia los seguidores/*fans* que consistía en la entrega de objetos en tres momentos distintos de la festividad que simbolizaba la solidificación entre ídolo-seguidores/*fans*. El primer momento consistía en la entrega de recordatorios de misa de cuerpo presente; el día de su fallecimiento, que consistía en platos, cuadros pequeños, vasos, etc., todos con la imagen de Lorenzo Palacios y su hijo Satoche, fallecido al año siguiente. Los asistentes a la misa se esfuerzan por alcanzar uno de esos recuerdos cada año. El segundo momento se da en el cementerio, cuando la familia reparte cerveza gratuitamente a los(las) chacaloneros(as) que acompañan desde muy temprano a su líder. Todos esperan aquel reparto, así como colocar el equipo de sonido para que la romería sea un momento festivo en el que se cante y baile. Desde el 24 junio de 2022, colocan un mínimo equipo de sonido para la presentación en vivo en el cementerio.

El tercer momento ocurre en la fiesta, en ocasiones, como en el Lucero de Santa Anita, donde se hizo quema de un castillo pirotécnico a las 12 de la noche con la imagen de Papá Chacalón. Es la hora cumbre de la celebración. Esto no ha ocurrido en los últimos años. Al parecer, cuenta mucho las características del local, amplitud y techo descubierto. No todos tienen esa disponibilidad. Al mismo tiempo, a través de estos festejos, también existe un interés pecuniario de parte de los que organizan la fiesta y los familiares del cantante en torno a la figura de Papá Chacalón. Por mucho tiempo, la promotora de espectáculos Markahuasi, que trabajó con Lorenzo Palacios desde cuando él estuvo con vida, organizaba todo el espectáculo; posteriormente, también lo hizo la promotora de espectáculos Salinas. Todo se realizaba en conjunto con la familia de Lorenzo Palacios, la viuda y el actual cantante e hijo, José María Palacios, Chacalón Jr. Hoy en día, son la familia de Lorenzo Palacios y José María Palacios, su heredero, quienes organizan todo el espectáculo.

Romería al cementerio

Los asistentes llegan a la morada eterna de Lorenzo Palacios en el cementerio El Ángel desde la mañana. Las personas, hombre, mujeres, jóvenes, adultos, niños y niñas, todos llamados «chacaloneros(as)» (Figura 5) van acercándose a su nicho cercado por rejas de fierro, en esta ocasión, atildado de flores de diversos colores con el nombre de sus remitentes y también hacia quién va dirigido: a Papa Chacalón y también a su hijo Satoche, quien falleció el año siguiente. Los asistentes, al estar cerca de él, pasan la mano sobre el vidrio que cubre su lápida y se persignan, hacen la señal de la cruz. Se detienen en silencio por un momento, lanzan una plegaria, un rezo por Chacalón. Los(las) chacaloneros(as), en sus meditaciones y plegarias, también piden por sus familiares y por ellos mismos «ayúdame, Papá Chacalón». Algunos grupos de *fans* organizados en torno a él, denominados Hermandad chacalonera, en saludos y despedidas entre ellos, ponen a Chacalón al mismo nivel de su referencia a Dios. Al saludarse, dicen: «Primero, debo agradecer a Dios y a Papá Chacalón por darnos un día más de vida...». Al despedirse, dicen: «Que Dios y Papá Chacalón les bendiga a todos...».

Parte del rito de acompañamiento es recordar el momento, el instante en el que cada chacalonero(a) está presente con su ídolo, el Faraón de la chicha. Y la mejor forma es registrarlo para la posteridad y demostrar a sus pares y amigos que él/ella estuvo con Papá Corazón (Figura 6) en esas fechas. Estos registros se hacen, sea en imágenes fijas o en movimiento. Con el tiempo, la tecnología

Figura 5. *Visita de seguidores de Papá Chacalón en el aniversario de su nacimiento*



Nota. Cementerio El Ángel. 26 de abril, 2011. Foto: AQL

Figura 6. *Chacaloneros tomándose fotos al lado del nicho de Chacalón*



Nota. 24 de junio, 2019. Foto: AQL

ha posibilitado que los(las) chacaloneros(as) tengan sus propias fotos. Si antes les estaba vedado por los costos y el manejo complicado de las cámaras fotográficas analógicas; hoy en día, los registros con aparatos digitales les ha brindado la posibilidad de obtener todo tipo de imágenes con suma facilidad y con la sencillez del manejo que le brindan sus celulares. El acceso a la tecnología les ha dado la oportunidad de tener sus fotos sin intermediación de ningún otro extraño a ellos o a familiares o amigos. Esto ha ido cambiando según los tiempos y la tecnología que ha suprimido las complicaciones a los consumidores. Si hace poco tiempo las cámaras digitales fueron sus grandes aliadas, hoy son los celulares. Estos equipos con su dispositivo de captar imágenes fijas o en movimiento hacen las veces de cámara portátil y se retratan con quien ellos desean y en el momento que lo desean. En este caso, ellos buscan tomarse fotos con su ídolo para dejar constancia del recuerdo sobre su presencia en el lugar de su cantante preferido, aunque no todos tienen los medios económicos para alcanzar, siquiera, un equipo con un mínimo de sofisticación como para acceder al WhatsApp.

Otro aparato usado con mayor frecuencia es la cámara de video. Ellos graban en detalle y no quieren perderse los momentos en que los amigos celebran en el día de Chacalón, algunos de ellos también filman con sus celulares. Lo importante es capturar su presencia con sus «causas» y «baterías» (amigos) en esas fechas memorables. También están los fotógrafos, a falta de algún chichero(a) de contar con alguno de esos aparatos y dispositivos, o porque simplemente desean una foto física y al instante; entonces, ellos están para brindar sus servicios de registros fotográficos para los *fans* que los requieran y se los entregan al momento.

El servicio de fotografía, últimamente, también ha proliferado y se puede encontrar tanto en eventos especiales —el aniversario de Chacalón— como en todas las fiestas chicheras que se realizan durante la semana. Los fotógrafos usan cámaras digitales. La inmediatez de los tiempos exige la entrega inmediata del producto después de haber sido tomada la foto. Antes, con las cámaras analógicas y el rollo de película, era complicado cumplir con esta exigencia, aun así lo hacían. Hoy en día, sin embargo, eso ha sido superado con creces con el uso de la impresora de fotos portátil. Los fotógrafos se proveen además de una cámara digital, una impresora de fotos portátil que les facilita la entrega expeditiva de la foto registrada. En escasos minutos, los chicheros pueden contar con sus fotos registradas al lado de su ídolo o amigos de toda la vida. Los fotógrafos en su mayoría son varones y la presencia de mujeres es escasa. Hay una pareja de esposos que asiste a estas festividades y también va a las fiestas chacaloneras. Ella hace las veces de fotógrafa cuando el esposo aún no llega a la fiesta o al cementerio;

cuando él está presente, ella lleva la impresora de fotos portátil para la entrega inmediata de las mismas. Los chacaloneros no solo aprecian lo digital, tener las imágenes en sus propias cámaras que proveen los diversos dispositivos electrónicos, sino también la materialidad, es decir, la foto física, que después es colocada en cuadros o álbumes familiares. Por ello, no dejan de solicitar, previo pago de cinco soles (aproximadamente 1,33 dólares [1 USD = 3,78 PEN]), sus fotos a los fotógrafos, algunos de los cuales también se han dedicado a las fiestas y festividades de Chacalón, porque ellos también son chacaloneros.

El rito del acompañamiento prosigue: los *fans*-chacaloneros están al lado de su ídolo, con amigos y, en estos casos, la cerveza se vuelve el vehículo de socialización entre todos los asistentes. Los amigos y amigas saben que se van a encontrar con algunos otros con los que no pudieron verse durante un tiempo, y que tampoco ven continuamente en las fiestas porque asisten poco o ya no lo hacen porque el trabajo lo impide. La celebración de la vida es festiva; por tanto, es colectiva, no es individual. Es la razón por la que el cementerio, en esas fechas, se convierte en un espacio de socialización y de establecer o renovar los lazos de amistad, restablecer o crear nuevas redes sociales. El cementerio es el centro de reuniones y reencuentros entre chacaloneros(as) antiguos(as) (Figuras 7 y 8) y, entre ellos, la presencia de nuevas generaciones en torno a su ídolo «de toda la vida».

Los(as) chacaloneros(as) esperan esos días de abril y junio. Entre ellos se avisan, se preparan, se pasan la voz. Se comunican a los programas de radio, preguntan qué va a haber esta vez. Algunos para hacer más elocuente el recuerdo llevan al cementerio algunos juegos pirotécnicos, los «silbadores», para que en el momento más emotivo los puedan activar. La comunicación no solo es por las emisoras de radio, también es por el «fase», Facebook, que también se ha convertido en el medio de mayor uso. Antes el Hi5 «era la voz», ahora eso es historia. Las nuevas generaciones chacaloneras hacen uso de los dispositivos tecnológicos de última generación para difundir su música preferida e información con los «baterías» chacaloneros.

La pandemia y pospandemia han generado nuevas formas de organización entre los *fans*. Para ello, los dispositivos electrónicos han jugado un papel clave. Durante el tiempo de enclaustramiento obligatorio, el impedimento de reuniones públicas dio paso a formas de organización virtual, básicamente vía WhatsApp y Facebook (ver Quispe Lázaro 2021a, 2021b, 2022b). Se crearon grupos de chacaloneros(as), muchos de los cuales se llamaban «hermandad chacalonerá» (Figura 9). Se organizaban para no perder el contacto, no estar solos(as) y,

Figura 7. «Chacaloneros antiguos». *Aniversario del ídolo Papá Chacalón*



Nota. En El Ángel. Lima, 24 de junio, 2013. Foto: AQL

Figura 8. *Amigas chacaloneras*



Nota. Cementerio El Ángel. Lima, 24 de junio, 2019. Foto: AQL.

Figura 9. «Hermandad Chacalonera de Corazón» en el aniversario de su ídolo



Nota. Cementerio El Ángel. 24 de junio, 2023. Foto: AQL

conforme había mayor apertura, se ponían de acuerdo para proseguir con el homenaje a su ídolo. Se organizaban para dar limpieza a la lápida en el cementerio, para mandar a hacerse polos con imágenes alusivas a Chacalón, con frases y fotos de Lorenzo Palacios. Aportaban dinero, una cuota, para comprar torta en el día de su nacimiento, preparar comida y algunos recuerdos para el día del homenaje.

CHACALONEROS DEL SIGLO XXI. CONFIGURACIÓN DE UNA NUEVA GENERACIÓN DE *FANS*

Uno de los hechos valorados por los seguidores de Lorenzo Palacios es su disposición a tomarse fotos con ellos. Acceder tiene un significado social y simbólico señalados líneas arriba. Eso hizo Papá Chacalón en vida y, en este tiempo, pospadre, también lo hace su hijo Chacalón Jr., el «junior», como le dice la nueva generación que lo sigue. En la fiesta por su aniversario, 26 de abril de 2018, después de estar en el cementerio por la tarde, algunos de ellos se trasladaron al local de la fiesta que finiquitaría el homenaje de abril. La nueva generación se hizo presente en la fiesta en el local Sky Room del distrito de Independencia. A las 5:15 de la mañana, Chacalón Jr., después de su participación en el escenario, estuvo descansando, durmiendo, sentado en una silla, al lado de familiares en el segundo piso. Al ser

requerido por una pareja de jóvenes admiradores para tomarse una foto con ellos, él aceptó sin ninguna objeción; sus familiares, sentados en el mismo espacio, tampoco dijeron nada. En ese estado, se paró, semidormido y se tomó varias fotos con la pareja de *fans*, hecho que fue muy agradecido por ellos, por haber demostrado su cercanía y disposición. Luego, José María regresó a su silla a seguir descansando.

Entre uno y dos lustros, emerge una nueva generación que gustan de la música tropical chicha o cumbia peruana de chicheros; hombres y mujeres, que vitorean y siguen a sus agrupaciones de música chicha preferidas. Ellos no solo se encuentran en Lima, sino en todo el Perú, porque existen muchas agrupaciones chicheras en todo el país. Ellos encuentran diversos canales de expresión y también de reunión. Los podemos escuchar cuando se comunican a través de la línea telefónica a los programas de radio del grupo chichero favorito que se irradia durante la semana. También se concentran en varios espacios de la ciudad: básicamente en las fiestas chicheras, los chichódromos y otros espacios destinados para la realización de las fiestas de música tropical; también en los mercados escuchando radios que transmiten música chicha, en algunas unidades de transporte público y en algunos mototaxis, muy usado en algunos distritos de la capital.

Dentro de todos ellos, también encontramos a los chacaloneros en fiestas donde Chacalón Jr., José María Palacios, se presenta con su Grupo Internacional La Nueva Crema. También están presentes en las festividades en honor a Papá Chacalón (Figura 10). De forma diseminada y dispersa, los encontramos en los barrios populares de la ciudad de Lima. Todos ellos recrean el circuito musical de la chicha.

El referente inmediato del joven y la nueva generación chacalonera es el chacalonero antiguo. Este puede ser un familiar o amigo: padres, madres, hermanos, hermanas, tíos, cuñados, o cualquier otro familiar o amigos de barrio que vivieron la época dorada del Faraón, que estuvieron en los bailes, las fiestas y se tomaron fotos con Chacalón. Serán ellos los que contarán el legado del *Faraón de la chicha* a las nuevas generaciones. La transferencia de la información al futuro chacalonero(a) está en función a su socialización dentro y fuera de la casa. Por ello, se da de manera informal, en la vida cotidiana; familiar o barrial, en las fiestas familiares o actividades que se organizan en los barrios; del mismo modo, cuando son llevados por sus padres o familiares a fiestas u homenajes a Chacalón. Esa transmisión se realiza en varios niveles: i) a nivel auditivo, a través de las canciones que se escuchan en las casas, en el barrio, en las fiestas; ii) a nivel oral, las nuevas generaciones escuchan las historias que los chacaloneros antiguos cuentan cuando conversan entre sus pares y los hijos,

Figura 10. Aniversario del ídolo Lorenzo Palacios



Nota. Cementerio El Ángel. Lima. 26 de abril, 2011. Foto: AQL

hijas, aún infantes, que participan de los mismos espacios y reuniones, asimilan las experiencias vividas, los lugares donde fueron, las fotos que se tomaron, lo que fue y significó para cada uno de ellos la presencia de Lorenzo Palacios; iii) en la participación en actividades sociales y familiares, pues muchos niños(as) a su temprana edad participan de las fiestas chacaloneras al lado de sus padres y, también, en las festividades de aniversario visitando a su cantante preferido en el cementerio. Es así como, en la primera y segunda socialización de esta nueva generación (Figura 11), Chacalón está presente. De esta forma, se transfiere el legado que dejó Lorenzo Palacios a las nuevas generaciones.

Juan en el cementerio El Ángel comenta:

Yo empecé a escuchar a Chacalón por mi cuñado mayor, quien fue el me inculcó bastante esta música. Yo escuchaba desde pequeño, desde la etapa de la adolescencia entré de lleno a la música chacalonera. Eso pasó cuando yo fui a vivir por un tiempo a la casa de mi hermana mayor. A mi cuñado le gustaba la música chacalonera. Yo también escuchaba a Chacalón. Fue él que hizo que yo entrara de lleno a la música chacalonera. Recuerdo que mi cuñado tenía su tocadisco y ponía su *long play* de 33 creo, [33 rpm], esos grandes. Inclusive veía la foto que venía en el *long play*. Él compraba los discos y se ponía a escuchar, a mí también me fue gustando. (Juan, 49 años.)

Juan, se convirtió un ferviente seguidor de Chacalón por su cuñado.

Figura 11. *Familiares de Lorenzo Palacios*

Nota. Cementerio El Ángel. Lima. 24 de junio, 2018. Foto: AQL

Una vez que la inquietud se anida en el nuevo seguidor, ellos, por cuenta propia, indagan más sobre su ídolo. En tiempos actuales, la nueva generación chacalonera también es cibernética. Ellos hacen uso de instrumentos propios que la época les provee: internet, YouTube, redes sociales, Instagram, TikTok, así como las cabinas de internet, muy difundidas desde hace varias décadas y accesibles en todos los distritos, se convierten en sus herramientas predilectas. A través de estos dispositivos modernos, la nueva generación chacalonera (Figura 12) vivifica la imagen del Faraón. Ellos disfrutan escuchando y viendo a través de las pantallas de la computadora a su ídolo que fue grabado en plena fiesta chichera. Además, los chacaloneros daban uso a otros formatos para escuchar música que, en su momento, fue de uso generalizado, como los CD, DVD; también programas de radio, televisión y los diarios de circulación nacional que seguían difundiendo el papel que tiene el Chacalón para la música chicha. El día de hoy, dan uso de redes sociales, Facebook, YouTube, TikTok, Instagram, WhatsApp, etc. Todos los medios son posibles para escuchar y difundir los videos de Lorenzo Palacios cantando en plena fiesta o solo las canciones en audio.

Figura 12. Escolares chacaloneros



Nota. Aniversario de Chacalón. Cementerio El Ángel. 26 de abril, 2011. Foto: AQL

Soy chacalonera(o) de corazón, de nacimiento

Soy una hinchita más de José María [el hijo]. No llegué a conocer a Papá Chacalón, pero soy hinchita de José María por los temas de su papá. Las canciones son pulentas, te llegan al corazón. Te hacen recordar las penas que hay. Me gustan todas las canciones del Papá y del hijo. (Chacalonera, 17 años)

Soy chacalonera 100 %. Le soy sincera, desde que empezó a cantar José María. No llegué a conocer a Papá Chacalón. Desde su muerte me empezó a gustar sus canciones. Ahora le sigo a su hijo. La canción que más me gusta es *Dime la verdad*, me gusta por sus letras. Nada personal, solo sus letras. Otra canción que me gusta es *Su foto*. Todo el tiempo llego al aniversario de Chacalón, a las fiestas, pero por el trabajo a veces no puedo ir. (Doris, 22 años)

Hay una fuerte identificación entre el *fan* y el ídolo, incluso entre las nuevas generaciones —que no han llegado a conocer a Chacalón—, pero lo siguen a través del hijo, José María, Chacalón Jr. Se produce a partir de la empatía que el ídolo establece con sus seguidores, la cual se da a dos niveles. El primero es a nivel personal —mencionado líneas arriba—, referido a la experiencia de vida del personaje, vinculada al sufrimiento, las carencias y penurias por las que Chacalón vivió durante su vida y que sus seguidores también lo experimentan,

viven y sienten cotidianamente. Estas características generan un sentimiento de cercanía e igualdad entre los *fans* con su ídolo «de toda la vida».

El segundo se da a través de sus canciones por el sentimiento que estas producen. La capacidad del ídolo de recoger en sus canciones las situaciones por las que el *fan* transcurre durante su vida, en su cotidianidad; los avatares de sus vidas; las dificultades no solo materiales, económicas, sino también afectivas; el abandono que sufrieron de niños; los modos de conseguir los medios de vida; los problemas sentimentales con la pareja; los errores que ellos cometen en la vida; las situaciones que, en algunos casos, los coloca al filo de la legalidad; los problemas que por esta causa afectan a la madre; entre otros. Todo ello convertido en canción es «puro sentimiento» para sus *fans*. Sus seguidores encuentran en las canciones de Chacalón una suerte de narración de sus propias vidas. Ellos al confrontarse cara a cara con las canciones/con sus vidas, les aflora un gran sentimiento. En ese instante, se establece una fuerte conexión con el ídolo. Ellos sienten que su realidad se transmite en cada canción. Las letras les rememoran sus vidas y el recuerdo hace que el sentimiento emerja a flor de piel, cualidad que se le atribuye a Chacalón: el cantar con sentimiento. Esto ha sido así desde un inicio. Así lo recuerda José Luis Carvallo, músico y compositor; fue él, según su propio relato, el que delineó la música de Lorenzo Palacios: «Pone un gran sentimiento cuando canta». Eso fue en los inicios de La Nueva Crema.

David, chacalonero desde hace más de 20 años, afrodescendiente, tiene una gran identificación con Chacalón. Asiste todo el tiempo a las romerías a Lorenzo Palacios.

La canción que más me gusta es *Niño pobre* porque desde chiquillo he sido sufrido. Cuando yo era chibolo, Chacalón me dio un plato de comida, eso fue en la Carpa Grau, yo vendía cigarros. Ahora uno se agradece *pe*, con el esfuerzo uno tiene lo que quiere. (David, el *batería*, chacalonero desde chibolo.)

Yo soy chacalonera de corazón, de nacimiento. Soy chacalonera por sus canciones [de Chacalón, ahora de Chacalón Jr.], por su vida, por todo. Soy chacalonera desde los siete años, ahora tengo 18 años. Las canciones de Papá Chacalón que más me gustan son *Viento*, *Triste y solitario*, *Triste y abandonado*, *Llanto de un niño*. (La coqueta del «Rico Meche», una joven de 18 años de edad, hinchada de Papá Chacalón. No conoció en vida a su ídolo).

William es un chacalonero antiguo, el 2019 tenía 54 años, empezó a gustar de las canciones de Chacalón desde los 17 años de edad. Se formó como docente en la Universidad Enrique Guzmán y Valle, La Cantuta. Es profesor de matemáticas

Figura 13. Henry y David, bandera del club Alianza Lima con imagen de Chacalón



Nota. 24 de junio, 2019. Foto: AQL

del nivel secundario en el distrito de Villa el Salvador, al sur de Lima, un barrio popular. William asistió a la romería de Chacalón el 24 junio, 2019, ese día él cumplía años y, antes de festejar con sus familiares, quiso asistir al cementerio y pasarla con Chacalón. Su ídolo. Fue la primera vez que asistía, hace mucho tiempo lo quiso hacer. Ese día llegó solo, algo perdido por desconocer el lugar, se puso a tomar cerveza solo. No conocía a nadie, se quedó sorprendido por la cantidad de asistentes chacaloneros. Conversamos y quedó agradecido porque él solo quería ser escuchado. William también tiene motivos por los cuales le gustan las canciones de Lorenzo Palacios.

Yo me hice chacalonero a los 17 años, en Villa el Salvador. En ese tiempo era chibolo, venían Los Ecos y por el mercado llegaba Chacalón, dos, tres veces, yo vendía mis cigarritos y ya más joven iba a la Carpa Grau escuchaba esa música. A mí me gustaba, pero no se trata de ser chacalonero, se trata de querer, gustar esa música. Aparte, por su letra, Chacalón es Chacalón. La letra es buena, es puro sentimiento. Yo de muchacho, personalmente la letra y la música me llegaba al bobo [corazón], ¿sabes por qué? En un momento dado nos han abandonado, nos maltrató alguien, algo pasó. Personalmente, a mí, mi padre nos abandonó. Yo y mis hermanos la luchamos, yo era el mayor, la logré por mi madre [sacó adelante a su familia]. (Williams, 54 años, profesor, 24 junio de 2019)

El sentimiento, la emoción, es otro factor importante que interconecta el *fan* con su ídolo, y se hace a través de las canciones. El sentimiento de identificación aflora al establecer un vínculo entre las vivencias por las que atravesó el seguidor, por lo general de carencias o penurias, y las letras de las canciones. Por ello, las manifestaciones emocionales que exteriorizan los(las) jóvenes chacaloneros(as), aun los antiguos, que se enuncian como sentimiento, hay que leerlas en clave social, porque se refieren a una emocionalidad que se interconecta con la realidad cotidiana, personal, familiar, en este caso, de múltiples carencias de los seguidores de Chacalón. El sentimiento, las emociones están vinculadas a la vida cotidiana de las personas, a su realidad social, a la materialidad de su existencia. Por ello, canciones que expresan realidades duras son las que generan un hondo sentimiento en los seguidores que las experimentaron.

El sentimiento y las emociones como tema de estudio, con frecuencia, fueron ubicados dentro del campo de las subjetividades desligado de lo social. Sin embargo, aproximaciones teóricas desde inicios del siglo XX con Marcel Mauss y Norbert Elías, más tarde desde los años 60 en adelante con Pierre Bourdieu, Michael Foucault y otros, abordaron la relación que existe entre la estructura social y la estructura emotiva e individual, como dice Bolaños (2016). De ahí que «las acciones de los individuos no responden de manera exclusiva a sus voluntades, sino a las redes de dependencias en la cual se encuentran inscritos. A su vez, esta observación sugiere que, aunque los sentimientos son aspectos del ámbito interno, ellos no florecen al margen de los condicionamientos sociales e históricos» (Bolaños, 2016, p. 181). Por ello, esa conexión entre letra y realidad hace que aflore sentimientos que estremecen a los seguidores de Chacalón, se convierten en narraciones de sus propias vidas, de chicheros chacaloneros, que los identifican con su narrador, en este caso con Lorenzo Palacios, el ídolo a su medida y a su imagen que se condolió con ellos cuando más lo necesitaban.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Lorenzo Palacios Quispe, denominado Papá Chacalón, como ídolo popular expresa la jerarquía y diferencias sociales en Lima, las desigualdades y la discriminación que se ejerce explícita o veladamente en contra de un sector de la población con muchas carencias materiales y emocionales. Chacalón se convirtió en el catalizador de las expectativas sociales y personales que sus seguidores quieren encontrar en la sociedad mayor: el reconocimiento social, el sentido de igualdad, la comprensión de sus realidades; todo lo cual les hace confraternizar

con quienes los ven sin recelo, con desprendimiento y como «buenas personas». Lorenzo Palacios representa todo eso para ellos. No solo es un artista con buena tonalidad de voz, con carisma, sino un igual, tratado como un igual, sin resquemor ni miramientos. Ese sentimiento de cariño y reconocimiento se transmutó en ser considerado un ídolo.

La idea de igualdad es muy importante porque establece una relación de reconocimiento entre personas con el mismo valor de ser por sí mismas y que comparten con alguien a quien consideran cercano o un amigo. Es la razón por la cual no es bien visto que el artista favorito tenga actitudes arrogantes, se crea un divo o considere que su popularidad lo coloca en un pedestal que los diferencia y desiguala de sus seguidores porque es leído como desprecio y discriminación hacia ellos.

La idea de «sentimiento» que despierta las canciones de Chacalón en sus *fans* se debe leer en clave social, pues es una categoría relacional que establece una conexión entre las emociones y las realidades concretas, en este caso, del seguidor chacalonero. Las canciones los vinculan con su experiencia de vida, las cantan y son muy sentidas; detrás de cada composición hay una historia cercana a ellos, por lo general, de carencias y penurias, que les genera identificación y una gran emoción de tristeza.

La nueva generación de *fans* del *Faraón* de la chicha surgió del mismo espacio de socialización de familiares y amigos, quienes transmitieron, a través de una comunicación indirecta, las vivencias que experimentaron con su ídolo en las fiestas de Lima. Hoy siguen al hijo José María y, a través de él, al padre. Aún falta saber si el hijo, José María Palacios, denominado Chacalón Jr., reeditará el pedestal de ídolo que tiene su padre, Papá Chacalón, para saber, como indican otros, si la historia continúa y cómo lo hace.

REFERENCIAS

- Bolaños, L. (2016). El estudio socio-histórico de las emociones y los sentimientos en las Ciencias Sociales del siglo XX. *Revista de Estudios Sociales*, 1(55), 178-191. <https://doi.org/10.7440/res55.2016.12>
- Bourdieu, P. (2011). Algunas propiedades de los campos. En Bourdieu, P. *Cuestiones de sociología*. España, Ediciones Itsmo, S.A.
- Fraser, N. (2006). La justicia social en la era de la política de la identidad: Redistribución, reconocimiento y participación. En Fraser, Nancy & Honneth, Axel (Eds.), *¿Redistribución o reconocimiento?* (pp. 17-88). España, Ediciones Morata, Fundación Paideia Galiza.

- Quispe Lázaro, A. (8 de marzo de 2021a). *Chicha y pandemia: hecatombe en la música tropical peruana*. Working in music. International Research Network. <https://wim.hypotheses.org/1614>
- Quispe Lázaro, A. (30 de diciembre de 2021b). *Música chicha a la carta: nuevas formas de organización musical en/post pandemia*. Working in music. International Research Network. <https://wim.hypotheses.org/1851>
- Quispe Lázaro, A. (17-19 de octubre de 2022a). *¿Música chicha o cumbia peruana?: Identidad cultural y discriminación racial y de clase en la definición de un género musical* [Ponencia]. Seminario Internacional de Musicología peruana y peruanista. PUCP, Lima, Perú.
- Quispe Lázaro, A. (2022b). Música chicha virtual en tiempos de pandemia en el Perú. Dossier: Música y sonidos de la pandemia. *Revista Argentina de Musicología*, 23(1), 34-56. <https://ojs.aamusicologia.ar/index.php/ram/article/view/395>
- Vela, A. (2018). La cumbia Mili. *Revista h*. <http://revistah.pe/2018/03/08/la-cumbia-de-mili/>
- Zárate, A. (2010). *Pintura Roja 25 años de historia*. Lima, Ediciones Inkarito.