

La feria de Lima

A las ferias les ha sucedido igual que a los carnavales. Si éstos que son una fiesta prehistórica, inmemorial, han dejado de celebrarse a fecha fija en las grandes ciudades más civilizadas porque en París, Londres, Nueva York, todo el año es carnaval, las ferias internacionales han dejado de reunirse a plazo fijo cuando en los grandes centros comerciales todo el año se ha hecho feria. La industrialización de la vida ha dado posibilidad a este ferial cotidiano. Ya no quedan más ferias propiamente dichas que las campestres, en la que una vez al año se compra el ganado y se contrata al campesino. Pero las grandes urbes añoran las antiguas ferias cosmopolitas, y eso son las actuales exposiciones internacionales y las ferias ciudadanas en las que se comercia, sobre todo, diversiones y delicias.

A esta última clase pertenece la feria de Lima, pero con un acento racial inconfundible. En todas partes de la sierra peruana, familias enteras hacen sus paquetes, con mucho cuidado, con mucha paja, porque se trata de objetos delicados, buenos paños, mantas bordadas, retablos de piedra pintada o pasta, cruces de madera, iglesias, toros, figuras, vasijas y pucheros de barro, que han de traer amontonados en un camión terrible despeñándose por los caminitos serranos para introducirlos, como si nada, en la capital, llegar a una plaza pública, desenvolverlos y exhibirlos con algún golpe, con algún despinte, que les da más valor.

Las familias acampan ahí mismo, entre sus mercancías. Son lo contrario de la emigración permanente que baja, con más o menos curso, como los ríos, de la sierra a la costa, pero, a diferencia de los ríos no pierde su energía en el mar, sino que se remansa y hace costeña, ciudadana, capitalina. Las familias que vienen a ven-

der a la feria traen con ellas la sierra, los rincones de la sierra en los que no han olvidado ni los aromas y los sueltan en la plaza pública de la ciudad. Por unos días y en un breve espacio, la sierra se apodera de la costa; surge entre casas de pisos, sobre terreno urbanizado, en pequeños montones, formando volcanes minúsculos que derraman sus delicias de un arte popular, sin duda no tan refinado y valioso como el de las antiguas civilizaciones muertas; al contrario, pobre, como el pueblo que actualmente lo crea, humilde, acusador, porque es un arte —y en este aspecto su valor es insuperable— vivo.

Pero, si la feria limeña resulta una de las ferias más genuinas del mundo (más que la de San Isidro de Madrid o que cualquier otra de España, y más también que la feria ambulante que está dando siempre vueltas a París), no deja por eso de tener, lo mismo que tienen todas las ferias del mundo, una parte internacional, un aire cosmopolita. Un aire que viene de lejos, más que de los confines del espacio, del fondo de los tiempos. Viene de la prehistoria. Sólo se llega a establecer la historia cuando se conocen bien los lugares donde los grupos humanos empezaron a realizar su comercio.

Los grupos humanos pasaron del nomadismo cazador a la permanencia agrícola, pero Caín mató a Abel, es decir que siguió vivo el nomadismo cainista en las invasiones y las correrías. Sin embargo, las sociedades humanas, por primitivas que fueran, no sólo entrechocaron sino que intercambiaron productos, maneras, conocimientos... No se comprendería la prehistoria si no hubiera habido estos intercambios entre países muy lejanos. En América todavía se están descubriendo y es un continente muy aislado. Entre Asia, África y Europa, con su mar interior, el Mediterráneo, las caravanas prehistóricas explican lejanos parecidos. Tan interesante como hacer el mapa religioso de los lugares donde siempre se ha rendido culto a alguna divinidad, sería establecer la geografía mercantil de los emporios donde se ha ido realizando el comercio universal entre los hombres.

Toda la historia, por ejemplo, de la poética, de la ideal Venecia, es más comercial que la de Venezuela con sus petróleos. La historia de Venecia no es otra cosa que la del comercio de los picantes que Europa necesitaba de Asia para dar gusto a sus comidas. Portugal, en la empresa ultramarina celebrada por su gran poeta

Camoens, lo que hace es llevar a Europa directamente esos pican-tes y arruinar a Venecia que se los compraba a los turcos. La des-gracia de Portugal fue que tuvo que ir a venderlos a las ferias del norte de Europa, como la desdicha de España con las riquezas que sacaba de América estuvo en perder al mismo tiempo su feria de Medina del Campo, tan famosa e importante como la de Leipzig que es, todavía hoy, una de las más importantes, siendo una de las más antiguas, de Europa. Si Medina del Campo hubiera conti-nuado teniendo la importancia comercial de Leipzig y la que ad-quirió entonces Amberes, las nuevas ideas europeas que se desa-rrollaron en Alemania y los Países Bajos hubiesen arraigado en España y en la América de habla española.

La parte internacional, cosmopolita, de la feria de Lima, igual que en todas las ferias urbanas, está constituida por las merien-das, los columpios, los tiouvivos, las ruedas, las montañas rusas, los juegos de precisión y de azar, los tiros al blanco... Todo este circo que acompaña a las ferias, este comercio de fantasías ha echado raíces, como el otro, el comercio de realidades, en las gran-des urbes. Primero fue en París, donde una exposición interna-cional dejó la torre Eiffel, que cambió el paisaje parisiense, y una gran rueda que ha durado hasta hace pocos años y tuvo que ser desmontada porque ya funcionaba mal y sólo servía para que su-bieran en sus vagones las parejas de enamorados con la espe-ranza, realizada muchas veces, de que se descompusiera el me-canismo y tuvieran que pasarse la noche en lo alto, en un nido aéreo. Hoy, las grandes ciudades tienen su Luna Park o parque de atracciones, que no es más que eso: la feria perpetua de la risa y lo raudo.

La feria de Lima es una feria pobre pero urbana. Los indios serranos que llegan de sus rincones a ofrecer su humilde y deli-cioso, su arte vivo popular, concitan el intercambio de lo que siem-pre se han trocado los hombres, en todos los países y en todos los tiempos: el comercio de humanidad. Hay que sentirse en esa hu-manidad, pueblo: gustar los buenos y fuertes manjares peruanos, tentar al azar por nada, por un objeto del que luego, si se tiene la suerte de ganarlo, no se sabe qué hacer (porque éste no pertenece al arte popular sino a la industria internacional de la pacotilla), demostrar su destreza, su tino con una escopeta o una pelota que

desfoga nuestros instintos de criminales natos, mecerse, deslizarse, agitarse la sangre, como un líquido en un frasco, en la locura inofensiva de los columpios, las ruedas, los tiiovivos y las montañas rusas. Es la feria no ya de las mantas, los toros y las iglesias, sino además de los tinos, los azares y los vértigos.

(El Nacional, 20 de septiembre de 1952)