



Como hace frío, el atuendo se completa con una camperita ajustada marca Adidas y por encima un saco negro de pana a cuadros. Me cuelgo una cartera hindú y Alex me pone un collar que es un medallón de chapa plateada con dos elefantes.

Antes de salir, me miro al espejo. Tengo puesta la peluca sintética de 15 euros que compré en un negocio de cotillón de Halloween. Estoy loco, pienso, cuando ya en la vereda me monto en el asiento de atrás de la bicicleta de mi amiga. Por suerte, ya es tarde para arrepentirme.

¿Qué debería hacer para que esta sea realmente una experiencia transformadora? Entrar en contacto con la gente, me respondo. Vamos en la bici detrás de un tranvía, camino a un mercadito de ropa a cielo abierto –¿en el barrio Diamantbuurt?– en el que Alexandra me dejará. Tengo miedo de ser agredido. También pienso que sería demasiado ridículo conservar una voz varonil. En Buenos Aires, hago teatro; leí algunas notas sobre la moda del *cross-dressing* entre hombres héteros. Todo eso me da ánimo. Será una *mis-en-scène*, me digo. En realidad, será una puesta en escena de ese poema de Olga Orozco con el que tanto me identifico: “yo me tiendo a roer los huesecitos de tantos sueños muertos entre celestes pastizales”. ¿La peluca me hace parecer una bestia? Soy una travesti pobre a la que no le alcanzó la guita para comprarse una cabellera postiza de verdad. Soy un sueño trunco intentando salir del pantano.

En un puestito del mercado, el dueño, que es chino, no se decide a atenderme. ¿No hablará inglés? ¿Le daré asco? Al final, accede a venderme guantes de cuero para un amigo. Sigo caminando. Me sorprende un hombre de unos 65 años que me saluda y me habla de mi cabello como con piedad. Se hace el simpático. “Puedo adivinar de dónde es usted”, me dice, con un mohín de coquetería: “Del Medio Oriente”. Le digo que no, que mi abuelo paterno sí, pero que yo nací en Argentina. No le hablo de lo que le dije a Richart cuando me tiró las cartas: que ese abuelo al que no conocí solía castigar a sus hijos –entre ellos, mi padre– dando cinturonzos mojados en las plantas de sus pies. Hablamos un rato,

me parece que intenta seducirme. Me apuro a despedirlo.

Salgo del mercado decidido a caminar lejos del gentío. Paso cerca del Vondelpark y tomo por una calle, creo que la Overtoom. Pienso: cualquier lugar adonde vaya, aunque esté desolado, no importa, el acto sirve igual, se trata de hacer aflorar esa mujer que habita en mí, a Saturno devorando a su hijo. Debería concentrarme en la femineidad más que en la mirada de los otros, me digo. Y sigo caminando. Hasta que me agarran ganas de mear. ¿En dónde?

“Tengo miedo de ser agredido. También pienso que sería demasiado ridículo conservar una voz varonil”.

En el bar uso el baño de mujeres sin importarme el reparo de la camarera. Luego, leo la carta, es un lugar caro. Elijo para almorzar una sopa de tomates. Cuando escucho mi cuchara rascar el plato me detengo: puedo parecer patético, pero un patético haciendo cosas patéticas, no. Me sigue doliendo la mirada de la camarera y me voy.

Al salir, camino por calles más tranquilas. Emulo una mujer: bamboleo las caderas, desato los hombros. Intento “adelgazar” el tranco caminando sobre una línea imaginaria, como en un curso de *mannequin*. Cada vez me sale mejor. Cuando empieza a ano-

cheer me animo un poco más, me parece descubrir el truco. Imito el andar de una compañera de trabajo que tiene un modo de moverse a base de pasitos cortos, como de gueisha, aunque tenga un look rolinga.

Así paso la tarde. Inauguro una nueva tipología de *flâneur*: el que camina para ocultarse. Ya tarde, tomando fotos de la caída del sol sobre un puente que cruza un canal, dos hombres me preguntan haciéndome notar su violencia: “*How much?!?*”. Entonces decido emprender el camino de vuelta. Ya en el barrio Jordans, paso frente a la Casa de

Anna Frank, luego por el bar donde hace unos días tomé té de menta y me sentí triste. Cuando estoy pensando en entrar, me llama Alexandra. “Estoy en un bar con amigos. Venite”. Ya van a ser las 8, hora de convertirme de nuevo en lo que soy –¿de nuevo?– en este cuento de Ceniciento al revés. Camino bordeando los canales de Ámsterdam con una sensación de satisfacción, de victoria. El primer acto psicomágico está cumplido.

A la noche, vuelvo al Diva’s con Marieke, la antropóloga. En su casa, nos besamos, tomamos aguardiente. A las 6 de la mañana me voy corriendo: estoy a punto de perder el tren de regreso a París.

Más de siete años después, cuando en Playboy me preguntan qué crónica de viajes quisiera escribir, yo digo “Ámsterdam, 2009”. Un sábado me levanto pensando que aquel cuaderno de bitácora debería estar entre los cuarenta blocs de trabajo que aún guardo en un placard. Busco en cada tapa, pero las fechas no coinciden. Justo cuando pensé que había sacado

todos, veo un cuaderno violeta escondido al fondo del cajón, marca Estrada, cuadriculado y con anillos. Son los rastros de ese viaje. Lo leo entero. Lo devoro. En Google Maps vuelvo a la Eemsstraat número 34. Vuelvo al llanto. Vuelvo al miedo. Vuelvo a la calle. Y al final de la noche, con sus labios.

Un cuaderno de trabajo es también una lista de sueños. De sueños liberadores, de sueños trunco. En la última entrada del viaje a Europa, leo una anotación posterior, ya en Buenos Aires, que dice: “Club Eros, 19 de noviembre de 2009. En Ezeiza me esperaba mi vieja”. ■





Piel paísa

En Medellín todo se ve desde arriba: sobre las colinas hacia el valle o desde el Metro, por encima de la ciudad. Pero es imposible ver a María Fernanda Muriel y no sentirse por debajo de ella: toda Colombia está en su piel.

MODELO **MARÍA FERNANDA MURIEL** FOTOS **MELISSA CARTAGENA**













Daniel Hendler

Se hizo conocido en el papel de un joven de los 80 depositado en los 2000 para una publicidad de Telefónica. El simpático Walter tuvo una suerte de reencarnación en la tira de Telefe Graduados, replicando su popularidad en la piel de otro joven quedado en el tiempo. En el medio, se consolidó como uno de los mejores actores de comedia –y no tanto– de la Argentina. En marzo estrenará su segunda película como director, El candidato, una sátira de la idiosincrasia marketinera de la política moderna.

Hace rato que la política es, sobre todo, un asunto de marketing. La preparación de un candidato exige una disciplina seriable que se ajuste a los volátiles preceptos del *management*, ese mandamiento inviolable del ambiguo universo de los “recursos humanos” que ha evolucionado hasta ingresar con autoridad en los ámbitos menos sospechados. En *El candidato*, Daniel Hendler trabaja con esa perspectiva en mente. Un grupo de colaboradores intenta ser servicial y efectivo para que un aspirante a un cargo político de envergadura pueda alcanzar el objetivo. Pero los preceptos que circulan entre ellos como fórmulas no son del todo sólidos. Y las relaciones se empiezan a agrietar cuando las dudas arrecian. Hendler narra ese resquebrajamiento con un humor muy sutil, más confiado en los detalles y su acumulación que en el efectismo y la estridencia espasmódica.

Es inevitable asociar la figura de Martín Marchand (interpretado brillantemente por Diego de Paula) a la de Mauricio Macri. Y no sólo por sus iniciales y por el juego de sombras con los nombres de sus partidos. Pero Hendler prefiere desmarcarse muy rápido de la cuestión y proyectar su película hacia un espacio que exceda las referencias puntuales. Es cierto que la trabajosa construcción mediática de un futuro líder no se inventó en Argentina. Él mismo enunciará en esta entrevista los casos equivalentes que se sucedieron en América Latina en los últimos años. Pero también queda en evidencia que Marchand se parece mucho a la imagen del presidente argentino que agitan sus detractores: una personalidad titubeante y acomplexada, agobiada por la constante adulación de su “equipo”, débil ante los desafíos más pedestres y acechado por una conflictiva relación con su padre. Martín es

Marchand. ¿O es Macri?

“El disparador es el período de angustia que atravesé con la vida política argentina en los últimos años, está claro”, señala Hendler, uruguayo, 41 años, famoso a partir de una eficaz campaña publicitaria de una compañía telefónica creada a principios de la década pasada y hoy consolidado como actor con prestigio y popularidad.

Hendler también es director de cine. Debutó con una comedia atípica e inspirada, *Norberto apenas tarde* (2010), en la que el protagonista, un personaje naturalmente desangelado, también recibe el consejo de tomar alguna vez un curso de “reafirmación personal”. En sintonía con ese precedente, el atribulado empresario de *El candidato* se somete a las leyes del *coaching*, consciente de que su supremacía –muy apuntalada por los axiomas del *new age* que también han fortalecido a muchos cultos religiosos– se ha

