

Medidas, modales y actuación

Los usos sociales del cuerpo en el Mundo del Modelaje

Autor:

Guerschman, Bárbara

Tutor:

Guebel, Claudia F.

2003

Tesis presentada con el fin de cumplimentar con los requisitos finales para la obtención del título Licenciatura de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires en Ciencias Antropológicas

Grado

TESIS 10-3-12

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS	
Nº 810.158	MES
29 OCT 2003	
Agr.	ENTRADA

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ANTROPOLÓGICAS**

TESIS DE LICENCIATURA

**"Medidas, modales y actuación"
Los usos sociales del cuerpo en el Mundo del Modelaje**

Tesista: Bárbara Guerschman

Directora: Mgtr. Claudia F. Guebel

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
Dirección de Bibliotecas**

Buenos Aires, NOVIEMBRE 2003

"Para los niños, el mundo -y todo lo que hay en él- es algo nuevo, algo que provoca su asombro. No es así para todos los adultos. La mayor parte de los adultos ve el mundo como algo muy normal"

Jostein Gaarder

El mundo de Sofía

Agradecimientos

A todas las personas que, amable y desinteresadamente, me brindaron parte de su tiempo permitiéndome conocer su mundo y, consecuentemente, realizar este trabajo.

A Claudia Guebel por hacerme ejercitar continuamente el asombro y por su confianza en mí.

A mis padres, mi familia y mis amigos.

A Marcelo.

INDICE

AGRADECIMIENTOS	1
INTRODUCCION	5
1. Objetivos del trabajo	5
2. Contexto de Descubrimiento	7
3. Proceso de construcción del trabajo	10
4. Metodología utilizada	13
5. Consideraciones acerca de la escritura	19
CAPÍTULO I: "EDUCANDO" A LA FUTURA MODELO	20
1. El Mundo del Modelaje	20
2. El proceso de "socialización" de la modelo	22
3. Los requisitos para ser modelo	24
3.1. Los requisitos inmodificables	24
3.1.1. Altura	24
3.1.2. Edad	26
3.2. Los requisitos modificables	28
3.2.1. El "pulido"	28
3.2.2. Las medidas corporales	32
- Las medidas corporales y la alimentación	34
3.2.3. Clases de Pasarela	36
3.2.4. Clases de Maquillaje	38
3.2.5. Clases de Peinado	39
3.2.6. Clases de "Comportamiento Social"	41
- "Ceremonial y Protocolo"	41
- Transformación y ascenso social: "My fair lady"	43
3.2.7. El "estilo personal"	45
4. Comentarios finales del Capítulo	47

CAPÍTULO II: EL MUNDO LABORAL DE LA MODELO	49
1. La "conciencia práctica" laboral	49
2. El cuerpo como empresa	50
2.1. El cuerpo como herramienta	50
2.2. Las medidas corporales	53
3. La "ética del trabajo"	56
3.1. El tiempo laboral: la puntualidad	57
3.2. La exposición corporal	59
3.3. El ascenso en el Modelaje	60
3.4. La moral en el Modelaje: el honor y la vergüenza	62
3.5. El tiempo de la niñez y el tiempo del trabajo	63
4. El trabajo de la modelo	66
4.1. "Llamar la atención"	67
4.2. "Dar"	69
5. Comentarios finales del Capítulo	71
CAPÍTULO III: LAS REPRESENTACIONES COLECTIVAS	73
1. Las Representaciones Colectivas	73
1.1. El concepto de Representación Colectiva	74
1.2. Las Representaciones Colectivas sobre la mujer a través del tiempo	75
1.3. Aproximaciones al concepto de "sexy" en el Modelaje	75
2. Las Representaciones colectivas en el discurso	77
2.1. Los pares de oposiciones: "Sexy" o "Nena"	77
2.2. Los pares de oposiciones: "Sexy" o "vulgar"	80
2.2.1. La "vulgaridad"	80
2.2.2. La Sensualidad: "Mostrar" o "Insinuar"	82
2.2.3. El Erotismo: ¿Pornografía o Erotismo?	83
- El erotismo, la pornografía y el gusto	85
2.2.4. El Pudor: "Pudor" o "Seducción"	85
- El pudor	86
2.3. Los pares de oposiciones: "Sexy" o "Gato"	88

3. Las Representaciones Colectivas en la práctica..... 89

 3.1. El rol del fotógrafo: "dirección" de la "actuación"..... 90

 3.1.1. La clase de Fotografía..... 91

5. Comentarios finales del capítulo..... 92

CONCLUSIÓN..... 93

ANEXO..... 98

BIBLIOGRAFÍA GENERAL..... 99

INTRODUCCION

1. OBJETIVOS DEL TRABAJO

El presente trabajo trata acerca de la "construcción social" de la modelo en el ámbito del Modelaje en la Ciudad de Buenos Aires. En este sentido, se analizará el "entrenamiento educativo" que la misma recibe para estar en condiciones de trabajar en el ámbito citado. Asimismo, se desarrollará la concepción de trabajo que impera en éste. Finalmente, se tratarán las "representaciones sociales" acerca de la mujer imperantes en este mundo.

En el primer capítulo, se describirá y analizará, utilizando el aporte teórico de Rodriguez (1983: 33)¹, el proceso de "socialización" que las modelos atraviesan para insertarse y trabajar en el ámbito del Modelaje. Con el término "socialización", el autor se refiere al proceso por el cual una persona incorpora progresivamente valores y reglas, las cuales orientan su comportamiento en sociedad.

Este capítulo constará, en primer lugar, de una breve descripción del "Mundo del Modelaje". Seguidamente, se describirán y analizarán los requisitos que las modelos deben cumplir para ingresar a este mundo, así como las "Técnicas corporales" (1979: 328)² que éstas deben adquirir en su entrenamiento. Serán utilizados los aportes teóricos de diferentes autores: la noción de "destreza" de Hertz (1990: 110)³, "Hábitus" de Bourdieu (1998: 169)⁴ y "género" de Judith Butler (1998:10)⁵.

La "destreza" alude, según Hertz, al ideal de conducta al cual una persona debe ajustarse. La noción es utilizada en el marco de su trabajo (acerca de la preeminencia dada a la mano derecha por sobre la mano izquierda) en el cual da cuenta de la

¹ Rodriguez, J.: *Tabú do corpo*. Editorial Achiamé. Río de Janeiro. 1983. Pág. 33

² El concepto "Técnica Corporal" hace referencia a la forma en la que los hombres, de acuerdo a la sociedad a la cual pertenecen, emplean su cuerpo en forma aprendida. Ésto último implica que estas técnicas son transmitidas de generación en generación.

Mauss, M.: *Sociología y Antropología*. Editorial Tecnos. Madrid. 1979. Pagina 328

³ Hertz, R.: *La preeminencia de la mano derecha. Estudio sobre la polaridad religiosa en La muerte y la mano derecha*. Alianza Universidad. Madrid. 1990. Pág. 110

⁴ El concepto de Hábitus de este autor está explicado en en el primer capítulo.

Bourdieu, P.: *La distinción*. Taurus. Buenos Aires. 1998. Pág. 169

⁵ Butler, J.: *Sexo y género en El Segundo sexo de Simone de Beauvoir*. En Mora. Revista del instituto interdisciplinario de Género. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires. N° 4. octubre de 1998. Pág. 10

vinculación entre la preferencia por esa extremidad con valoraciones sociales que asocian este lado con lo "bueno", "justo", "recto", etc.

El concepto de "género" es entendido por la autora mencionada, como el modo en el cual los sujetos interpretan las normas culturales presentes y anteriores. Asumir tales normas supone interpretar una realidad cultural compuesta de sanciones, tabúes y prescripciones relativas a lo que se concibe como "ser mujer".

En el segundo capítulo, se describirá y analizará el mundo laboral de la modelo en el contexto de la sociedad de consumo actual, en vinculación con el "proceso de socialización" tratado en el capítulo anterior.

Se abordarán temáticas relativas a la vida cotidiana laboral de la modelo tales como la importancia de las medidas corporales de la modelo, la función que ésta cumple en el mundo del Modelaje, la "exposición" que hace de su cuerpo y el concepto de "*profesionalidad*" imperante en este mundo.

A fines de desarrollar estos temas, se utilizará material teórico de diferentes autores como, por ejemplo, el análisis hecho por Lipovetsky (1999: 123)⁶ sobre la creciente generalización de las actividades físicas en relación al ideal de cuerpo imperante; la descripción que realiza Thompson (1979: 246)⁷ acerca de la influencia de la introducción del reloj en la modificación de los hábitos horarios de los trabajadores en el contexto de la Revolución Industrial; la relación entre las necesidades del sistema industrial y la producción de vestimentas tratada por Saulquin (1999: 123)⁸ y la noción de "cuerpo útil y productivo" desarrollado por Foucault (1976: 32)⁹.

En el tercer capítulo se analizarán, con el fin de identificar valores propios del Mundo que estamos estudiando, las "categorías nativas" presentes en el discurso de los entrevistados que los mismos utilizan para referirse a los "*estilos de mujer*" que se transmiten en el Modelaje.

Para el tratamiento de las categorías mencionadas, se utilizará el aporte teórico de Emile Durkheim (1993: 53)¹⁰, especialmente el concepto de "representación colectiva" formulado por este autor; el cual supone la existencia de representaciones de carácter social, relativas a formas de pensar comunes al conjunto de una sociedad. Serán

⁶Lipovetsky, G.: *La tercera mujer*. Editorial Anagrama. Barcelona. 1999. Pág. 123

⁷Thompson, E.: *Tradición, revuelta y conciencia de clase*. Editorial Crítica. Barcelona. 1979. Pág. 246

⁸Saulquin, S.: *La Moda, después*. Instituto de Sociología de la Moda. Buenos Aires. 1999. Pág. 123

⁹Foucault, M.: *Vigilar y castigar*. Siglo XXI Editores. México. 1976. Pág. 32

¹⁰Durkheim, E.: *Las formas elementales de la vida religiosa*. Alianza editorial. Madrid. 1993. Pág. 53

utilizados, asimismo, aportes teóricos de otros autores: las representaciones femeninas imperantes a lo largo de la historia tratadas por Lipovetsky (1999: 159)¹¹, el análisis histórico hecho por Elías (1993: 209)¹² y Foucault (1976: 10)¹³, en relación a la reserva mantenida frente a los niños sobre temas concernientes a la sexualidad; el concepto de "erotismo" formulado por Bataille (1992: 152)¹⁴ y el de "coquetería" formulado por Simmel (1999: 116)¹⁵; el análisis de la noción de pornografía que hace Arcand (1993: 187)¹⁶ y la relación que Squiccarino establece entre las manifestaciones de pudor y la superficie corporal exhibida (1970: 113)¹⁷, entre otros.

2. CONTEXTO DE DESCUBRIMIENTO

En esta parte de la Introducción se describirán las circunstancias personales que llevaron a interesarme en la temática del "Modelaje" y convertir a ésta en problema de investigación.

Según Klimovsky, G, e Hidalgo, C. (1998: 17)¹⁸, las cuestiones relativas a la producción, validación y aplicación del conocimiento científico presentan características diferentes, lo que ha llevado a algunos autores a establecer una división entre Contexto de Descubrimiento, Justificación y Validación. En el primero se discute lo concerniente al carácter histórico, práctico y psico-sociológico de la producción del conocimiento. Se trata, así, todo lo relativo a la manera en cómo los científicos arriban al conocimiento.

No podría describir el Contexto de Descubrimiento referente a mi propio trabajo, sin describir antes las circunstancias personales que me llevaron a elegir el Modelaje como problema de investigación.

Desde mis primeros años, estuve atraída por la temática de la moda. Siendo niña, dibujaba constantemente figuras humanas femeninas sobre las cuales diseñaba prendas de vestir. Tenía la ambición de ser Diseñadora de Modas por lo que decidí

¹¹Lipovetsky, G.: *La tercera mujer*. Editorial Anagrama. Barcelona. 1999. Pág. 159

¹²Elías, N.: *El proceso de civilización*. Fondo de cultura económica. Buenos Aires. 1993. Pág. 209

¹³Foucault, M.: *Historia de la Sexualidad. La voluntad de saber*. Siglo XXI Editores. México. 1976. Pág. 10

¹⁴Bataille, G.: *El erotismo*. Tusquets Editores. Barcelona. 1992. Pág. 152

¹⁵Simmel, G.: *La coquetería*. En *Cultura femenina y otros ensayos*. Alba Editorial. Barcelona. 1999. Pág. 116

¹⁶Arcand, B.: *El jaguar y el oso hormiguero. Antropología de la pornografía*. Editorial Nueva Visión. Buenos Aires. 1993. Pág. 187

¹⁷Squiccarino, N.: *El vestido habla. Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Ediciones Cátedra. Madrid. 1970. Pág. 113

¹⁸Klimovsky, G. Hidalgo, C.: *La inexplicable sociedad. Cuestiones de epistemología en las ciencias sociales*. Editorial AZ. Buenos Aires. 1998. Pág. 17

realizar -finalizada la cursada del Colegio Secundario- el Ciclo Básico Común para la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil dictada por la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de La Universidad de Buenos Aires. Posteriormente, debido a mi creciente atracción por temáticas antropológicas, cambié de rumbo "profesional": opté por seguir la carrera de Antropología, aunque es necesario aclarar que mi interés por la moda no disminuyó; por el contrario, aún sigue presente.

El interés por el Modelaje comenzó a generarse a partir de un hecho personal vivido en el Colegio Secundario: una compañera del Colegio al cual asistía enfermó de bulimia en los últimos años de cursada. La recuerdo leyendo incansablemente revistas femeninas admirando a las delgadas mujeres exhibidas en esas publicaciones. Cuanto más delgada era la modelo que observaba, más "hermosa" le parecía. A partir de esta situación, comencé a preguntarme si la lectura de esas revistas no influía, en parte, en el desarrollo de tal enfermedad.

En muchas ocasiones me pregunté, cuando iba a los negocios a comprarme ropa, porque el "tipo ideal" de "cuerpo delgado o anoréxico" resulta tan hegemónico. Me probaba prendas, cuya etiqueta ostentaba un tamaño "Grande" y, sorprendentemente, esas prendas no cabían en mi cuerpo como tampoco en el de otras muchas mujeres. En una ocasión, la vendedora de la tienda llegó a decirme que tal vez estaba "gordita" y que debía bajar de peso (tomándose una atribución que no le correspondía), como si el hecho de que la prenda no me entrara fuese "culpa" mía como cliente y no de las marcas que confeccionan ropa para talles pequeños. Siendo adolescente, "culpaba" a las modelos del hecho de que las vestimentas no cupiesen en mi cuerpo: creía que sus delgados cuerpos exhibidos en las revistas eran la causa de que se fabricase prendas tan diminuta y que tantas mujeres se sintiesen mal acerca de su cuerpo.

Para Wainerman, C y Sautu, R (1997: 17)¹⁹, la formulación de un tema de investigación es producto de intereses, conocimientos y circunstancias histórico-político-económicas e institucionales. En mi caso personal, fue la atracción por cuestiones relativas al Modelaje y la Moda, la preocupación que me causaba la enfermedad de mi compañera y las situaciones observadas al ir a comprarme ropa, las que orientaron mi elección del tema de Investigación para la Tesis de Licenciatura.

Durante el transcurso de la carrera de Antropología, mas específicamente en la materia "Metodología y Técnicas de la investigación de campo", realicé una primera exploración del "Mundo del modelaje". El objetivo del trabajo de la materia consistía en

¹⁹Wainerman, C. Sautu, R: *La trastienda de la investigación*. Editorial de Belgrano. Buenos Aires. 1997. Pág. 17

identificar si existía una "concepción de belleza" generalizada en éste y, en caso afirmativo, cuál era ésta.

El análisis de las entrevistas realizadas y la revisión de la bibliografía me hizo dar cuenta del hecho de que la búsqueda de material teórico acerca de "la belleza" me llevaba a bibliografía relativa a temáticas sobre "el cuerpo". Me pareció así que tales temáticas eran mucho más abarcativas que las de "la belleza" por lo que decidí orientar mi investigación hacia tal dirección. Me propuse explorar el "Mundo del Modelaje" en relación con la temática referida al "cuerpo" en cuanto tuviese la oportunidad, la cual se presentó al momento de elegir un tema para la Tesis de Licenciatura. Para ese momento, mi objeto de estudio consistía en el análisis de los "Modelos Ideales" de cuerpo transmitidos desde el Mundo del Modelaje.

En relación al Contexto de Descubrimiento que he venido tratando, debo decir que, desde el comienzo del trabajo estuve influida por los fuertes estereotipos que, a mi entender, circulan sobre el Mundo del Modelaje en general y las modelos en particular. Varias veces, al comentarle a algunas personas que yo estaba haciendo un trabajo sobre las modelos, la pregunta constante que me hacían era: *"Así que estás estudiando a las modelos ¿Son tontas, no?"*.

La imagen del Modelaje como un Mundo "frívolo" y de las modelos como "tontas", e, incluso, "prostitutas" estuvieron presentes en mí, a lo largo de todo el proceso de elaboración de la Tesis. Sin embargo, gracias al trabajo de campo realizado, pude alejarme gradualmente de esas imágenes preconcebidas.

La razón por la cual realizo este trabajo radica en la idea de que la exploración de este mundo no solamente permitiría entender ciertos valores presentes en la manera en cómo se concibe al cuerpo en nuestra sociedad, sino también aspectos de la sociedad misma. El uso de las herramientas metodológicas y teóricas que la Antropología brinda posibilitaría tanto explorar categorías propias del Modelaje como desnaturalizarlas, es decir, mostrar cómo al estar éstas insertas en un contexto particular no son universales ni absolutas.

3. PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL TRABAJO

En esta parte de la Introducción, describiré el proceso de construcción de la Tesis, desde la realización de las primeras entrevistas hasta la elaboración de las diferentes versiones del trabajo. El objetivo de esta descripción es mostrar cómo se fueron vinculando entre sí las teorías utilizadas y los datos resultantes del trabajo de campo.

Este proceso puede ser dividido en tres diferentes etapas. En la primera -a lo largo del año 2000- comencé a realizar las primeras entrevistas a personas vinculadas al mundo del Modelaje: modelos o ex modelos y fotógrafos principalmente al tiempo que, invitada por éstos, asistí como observadora a algunas sesiones de fotos. Paralelamente, inicié la búsqueda de bibliografía relacionada con la temática del Modelaje.

Utilizando la denominación de Da Matta (1978: 24)²⁰, llamaré a esta etapa como "teórica-intelectual". Según el autor, se trata de una instancia en la cual existe un exceso de conocimiento teórico, universal, mediatizado por lo abstracto y no vivenciado, lo que implica que el investigador no ha establecido aún un real contacto con el grupo en el cual va a desarrollar su investigación. Si bien en la primera etapa, había comenzado a realizar entrevistas, no había conseguido vincular realmente el material teórico leído con los datos que surgían de las entrevistas. A medida que fue aumentando el número de encuentros con los actores, advertí en su discurso la presencia de un cierto número de "categorías nativas" a las cuales aludí al principio de esta Introducción.

En "Las Reglas del Método Sociológico", Durkheim (1982: 66)²¹ sugiere al investigador descartar sistemáticamente todas las prenociones -pertenecientes al sentido común- que tenga al momento de definir un problema de investigación. Asimismo, señala que son esas mismas prenociones las que constituyen indicadores de un fenómeno:

"No es en modo alguno que el concepto vulgar sea inútil para el sabio; sirve de indicador. Gracias a él, somos informados de que existe en alguna parte un conjunto de fenómenos que son reunidos bajo una misma denominación y que, por consiguiente, deben tener probablemente caracteres comunes; incluso, como no

²⁰Da Matta, R.: *O ofício de Etnólogo, ou como Ter "Anthropological Blues"*. En *A Aventura Sociológica. Objetividade, Paixao, Improviso y Metodo na Pesquisa Social*. De Oliveira Nunes, Eason (compilador). Zahar Edicoes. Rio de Janeiro. 1978. Pág. 24

²¹Durkheim, E.: *Las reglas del Método Sociológico*. Ediciones Orbis. Buenos Aires. 1982. Pág. 66

existe jamás sin haber tenido algún contacto con los fenómenos, nos indica a veces, a grandes rasgos, en qué dirección deben ser investigados"

En base a las indicaciones brindadas por mi directora de tesis, Claudia Guebel²², las "categorías nativas" mencionadas fueron tomadas como indicadores de concepciones acerca de la mujer imperantes en el Modelaje.

A medida que fui reparando en la importancia de estas categorías, las preguntas que les hacía a los entrevistados en nuevos encuentros -a veces consciente y a veces inconscientemente- eran orientadas hacia la indagación del significado de los mismos. Esta indagación se convirtió en el objetivo principal del trabajo hacia los comienzos del año 2002. En base a este objetivo, inicié una nueva etapa en la realización del trabajo, caracterizada por una continua realización de esquemas, en los cuales la información recolectada era organizada en base a las "categorías nativas". Al mismo tiempo, volví a entrevistarme con personas con las cuales ya había establecido un contacto previo con el objetivo de ampliar temas tratados anteriormente.

La tercera etapa corresponde al inicio del trabajo de campo realizado en La Escuela de Modelos de Anamá Ferreira a mediados del año 2002. Conjuntamente con la recolección de datos -utilizando la técnica de participación con observación- comencé a escribir las primeras versiones del trabajo. Roberto da Matta (1978: 25)²³ considera a la etapa final de una investigación como "personal o existencial", una fase del trabajo globalizadora e integradora:

"De este modo, mientras que el plano teórico-intelectual es medido por la competencia académica y el plano práctico por la perturbación de una realidad que se va tornando cada vez más inmediata, el plano existencial de la investigación en Etnología habla más de las lecciones que debo extraer de mi propio caso. Es por causa de eso que la considero como esencialmente globalizadora e integradora: ella debe sintetizar la biografía con la teoría, y la práctica del mundo con la del oficio"

La experiencia en la Escuela de Modelos resultó decisiva al momento de adquirir una "práctica vivencial" de las categorías que había venido analizando. Con esto quiero decir que podía indagar horas enteras acerca del significado de la categoría "sexy"; pero fue "posando" frente a la cámara de los fotógrafos en la clase de

²²Claudia Guebel es la Profesora Adjunta Regular a cargo de la materia "Teoría Sociológica". En esta materia, se trabaja principalmente con los aportes teóricos y metodológicos de tres autores considerados "clásicos" de la Sociología: Emile Durkheim, Max Weber y Karl Marx. Esta manera de trabajar me atrajo e hizo decidir requerir la dirección de la citada adjunta.

²³Da Matta, R.: Op. Cit. 1978. Pág. 25 (La traducción del fragmento es mía)

Fotografía dictada en la Escuela donde adquirí un conocimiento práctico del concepto. Del mismo modo, podía preguntarle repetidamente a una modelo el sentido de la categoría "pulido", pero fue la experiencia de seis meses en la mencionada institución la que me hizo entender el sentido del término, al experimentarlo en "carne propia": "aprendiendo" a caminar, maquillarme, posar frente a las fotos, etc.

Describir el proceso de elaboración de un trabajo implica dar cuenta de la construcción teórica y metodológica de los contenidos y conceptos. Al principio del trabajo de campo estaba interesada -o, al menos, eso creía- en los "modelos ideales de cuerpo" transmitidos desde el Mundo del Modelaje. Durante un tiempo, me sentí bastante desorientada respecto al objeto de investigación del trabajo: no sabía cual o cuales aspectos de este mundo me atraían realmente. Este confuso panorama se fue aclarando a medida que fui realizando entrevistas: fue la aparición de las "categorías nativas" las que finalmente orientaron mi interés.

Otro momento de confusión, de constante ensayo y error fue el de la elaboración de las primeras versiones de la tesis, durante la tercera etapa del trabajo de campo.

La primera versión realizada constaba de tres capítulos. El primer capítulo, basándome principalmente en el concepto desarrollado por Marcel Mauss (1979: 328)²⁴, estaba concebido como una presentación y análisis de las "Técnicas Corporales" que los modelos incorporaban al ingresar al "Mundo del Modelaje". En el segundo capítulo se trataban las temáticas del Consumo y la Moda en relación a las mencionadas "Técnicas Corporales". Mi objetivo principal, al momento de elaboración de ese capítulo, era analizar a la modelo en tanto objeto de consumo y actor importante del Mundo de la Moda. En el tercer capítulo, mi objetivo consistía principalmente en analizar las "categorías nativas", los indicadores de los que iban dando cuenta los entrevistados.

Posteriormente y en base a las sugerencias de mi Directora de Tesis, me percaté de que en la primera versión no había logrado aún una verdadera articulación entre los aportes teóricos de estos autores y el material de campo recolectado, por lo que dediqué unas semanas a la elaboración de fichas de lectura²⁵, esfuerzo que se evidenció en la segunda versión de la tesis.

²⁴ Mauss, M.: *Sociología y Antropología*. Editorial Tecnos. Madrid. 1979. Pagina 328.

²⁵ El objetivo de estas Fichas consistía en vincular los conceptos teóricos y metodológicos de cada uno de los autores con las situaciones relativas a mi trabajo de campo. Pretendía alcanzar la instancia "globalizadora e integradora" de la cual da cuenta Da Matta.

Al mismo tiempo y gradualmente, comencé a incluir en el nuevo escrito la información resultante de las observaciones del trabajo de campo en la "Escuela de Modelos Anamá Ferreira". Si bien la estructura original de los tres capítulos se conservó, el contenido de éstos fue reformulado casi en su totalidad. En el primer capítulo, el concepto central de "técnica corporal" de Mauss fue reemplazado por el de "socialización" de Rodríguez partiendo de la idea de que este concepto daba mejor cuenta del proceso de aprendizaje experimentado por los modelos que el de Mauss. El segundo capítulo fue destinado al análisis de algunos puntos relativos al mundo laboral de la modelo. El tercer capítulo se mantuvo relativamente igual en su estructura y, para abordar las categorías nativas, utilicé el concepto de "representación colectiva" de Durkheim.

La construcción de la tesis implicó dos procesos que fueron desarrollándose simultáneamente. El primero consistió en la interacción entre los datos brindados por el trabajo de campo y los conceptos teóricos -principalmente, el de indicador- con los cuales interpretaba tales datos. El otro fue el de construcción de las distintas versiones de la tesis, las decisiones respecto a cómo organizar los capítulos, cuáles criterios elegir para disponer tal organización y cuáles conceptos seleccionar para trabajar los contenidos.

4. METODOLOGÍA UTILIZADA

La metodología utilizada en la elaboración de este trabajo consta de las siguientes técnicas: entrevistas, observación, participación con observación y el uso de fuentes secundarias. El uso de estas fuentes -revistas de circulación general- se debe al hecho de que en éstas aparecen un número importante de entrevistas a modelos. Fueron revisados, tanto los números de la Revista Gente en el intervalo de los años 1999, 2000, 2001 y parte de lo publicado en el año 2002, como también los números de la Revista Noticias en el mismo lapso de tiempo.

Las entrevistas, no estructuradas, fueron realizadas a diversos actores pertenecientes al Modelaje: modelos, fotógrafos y personal encargado de instruir a las modelos en lo relativo a las prácticas que éstas deben incorporar para trabajar como profesionales en este mundo.

En determinado momento, advertí que la entrevista no estructurada, utilizada mayormente en la primera etapa del trabajo de campo -durante los 2000 y 2001-,

comenzó a resultar insuficiente para recolectar datos puesto que, en numerosos casos, los entrevistados tenían dificultades para explicarme los usos dados a su cuerpo que habían aprendido mediante la práctica. Este problema me hizo considerar la idea de abordar esos usos a partir de reproducir o vivenciar la misma práctica que ellos experimentaban. Al darme cuenta de que ciertos conceptos sólo podían ser abordados observándolos y aplicándolos, decidí inscribirme en una Escuela de Modelos como si fuera una alumna.

Durante el primer año de trabajo de campo -2001- fui invitada por fotógrafos a participar como observadora en algunas sesiones de fotos. Algunos, si bien permitieron -amablemente- mi acceso a tales sesiones, también limitaron con moderación mi contacto con las modelos, fotógrafos, maquilladores y el resto del personal que trabajaba en la sesión. "*Acercate a las modelos sólo cuando no están posando, es decir, trabajando*" era la consigna para permanecer ahí. Decidí hacer el curso de modelo implementando la técnica de observación participante, al creer que tendría mayor acceso al Mundo del Modelaje de ésta manera que mediante la sola observación.

Holy²⁶ rescata de algunos autores algunas concepciones acerca de la observación participante:

"Para Florence Kluckhorn (1940), implica un 'consciente y sistemático compartir, de acuerdo a las circunstancias, las actividades y, en ocasiones, los intereses y afectos del grupo'. Para Wax (1971), la participación significa asociarse con las personas que se estudian en todas sus actividades. Para ella, significa involucrarse 'en los distintos tipos de relaciones sociales humanas' y 'establecer algunas relaciones recíprocas' con las personas que se estudian. Para Mc. Call y Simmons (1969), participación significa 'una repetida y genuina interacción social, en el lugar, con los sujetos mismos'"

Participar como alumna en la Escuela me permitió establecer con facilidad, lo que Wax denomina "relaciones recíprocas con mis compañeras". Para Velazco (1997: 23)²⁷ la originalidad metodológica del trabajo de campo radica en la "auto instrumentalización" del propio investigador en su trabajo, es decir, su implicación personal en el mismo, la cual supone asumir riesgos, contraer enfermedades así como experimentar sentimientos de desazón, desorientación, etc.

²⁶Holy, L.: *Teoría, metodología y proceso de investigación*. En Ellen, R.F. de., Sin fecha. Texto traducido por la Cátedra de la materia Metodología y Técnicas de Investigación Social de la carrera de Ciencias Antropológicas. FfyL. UBA.

²⁷Velazco, H.. Díaz de Rada: *El trabajo de campo y la etnografía*. En La lógica de la investigación etnográfica. Trotta. Madrid. 1997. Pág. 23

Como alumna en la Escuela, necesariamente tuve que participar de los ejercicios propuestos por los profesores en las diferentes clases dadas. Para realizar esos ejercicios, debía utilizar indefectiblemente el cuerpo: caminando sobre la pasarela, maquillándome en una clase o posando frente a la cámara vestida con ropa "provocativa". Al igual que el resto de las alumnas inscriptas, incorporaba el conocimiento a partir de la práctica e imitación de lo que los profesores de la Escuela hacían. Debo aclarar, sin embargo, que realizar trabajo de campo de este modo no siempre me resultó fácil: en muchas ocasiones, me sentí perturbada, sentí "pudor y vergüenza" -especialmente, al tener que exponerme frente a mis compañeros en bikini o con ropa ceñida al cuerpo-.

La Escuela de Modelos está ubicada en el departamento de un antiguo edificio, próximo a la intersección de las Avenidas Córdoba y Nueve de Julio, en pleno centro de la Ciudad. El departamento consta de 6 ambientes. Uno de éstos está destinado a la recepción; otro a las clases de Pasarela -sobre el piso, hay una alfombra azul de forma rectangular por donde desfilan los alumnos-, otro está destinado a las clases de Maquillaje -en el cual hay distribuidas banquetas alrededor de las paredes, sobre las cuales hay espejos-. Otro pequeño ambiente es la secretaria donde se abona la clase del día. Existe, además, otro cuarto que tiene múltiples usos -por ejemplo, para clases de "*Comportamiento Social*"- y hay una pequeña habitación destinada para que los alumnos se cambien de ropa aunque, en muchas ocasiones, los alumnos se cambian en el cuarto de Maquillaje.

Las clases a las cuales yo asistía se daban cada sábado de 14 a 16 horas. Antes de finalizar la clase del día, la secretaria nos hacía saber que tipo de clase tendríamos el siguiente sábado y cuáles eran los elementos debíamos llevar para ésta²⁸. El costo del curso era de 100 pesos por mes y la modalidad de pago podía ser elegida por los alumnos: pagando 25 pesos cada sábado o abonando el mes completo.

Me inscribí el 18 de septiembre del 2002, era un día martes y acababa de hacerle una entrevista a una alumna de la Escuela. Luego de despedirme de esta alumna, le dije a la secretaria de la Escuela que iba a hacer el curso debido a una investigación que estaba haciendo para un trabajo de la Facultad y que lo iba a pagar al igual que el

²⁸ Así, por ejemplo, si teníamos lección de Pasarela, debíamos llevar indefectiblemente zapatos de taco alto y falda corta; si teníamos lección de Maquillaje, debíamos llevar los cosméticos correspondientes.

resto de las alumnas. El viernes de la misma semana me llamó una persona de la Escuela para avisarme que, para la primera clase, debía llevar falda corta y zapatos de taco alto ya que tendría clase de Pasarela.

El curso lo comencé a hacer a partir del mes de Octubre del año 2002. En la primera clase, el número de alumnas era de aproximadamente 40 chicas. Con el paso de los meses, este número fue reduciéndose. El promedio de edad de las alumnas oscilaba entre los 13 y 18 años. Algunas acudían a la Escuela acompañadas por sus madres; de hecho, era una constante observar a madres sentadas en las escaleras del edificio esperando a que sus hijas terminaran el curso.

Según Rosana Guber (1995: 31)²⁹, el concepto de "reflexividad" refiere a la intención de la Etnometodología -una corriente de las Ciencias Sociales- de poner fin a las pretensiones de "invisibilidad" de la figura del investigador en el trabajo de campo y a las garantías de "verdad" y "neutralidad" en la obtención de información. La subjetividad del investigador, tal como lo expresan Guebel, C. y Zuleta, M (1995: 94)³⁰ se "pone en juego" constantemente en las situaciones del trabajo de campo.

Este tipo de situaciones, presentes a lo largo de mi trabajo de campo, me llevaron a evaluar continuamente cómo mi propia subjetividad intervenía en la recolección de los datos, lo cual sucedió en muchas ocasiones: sintiéndome "tonta" por hacer un trabajo acerca de las modelos; "creyéndome" modelo al desfilas por la pasarela en un desfile organizado por la Escuela; experimentando "vergüenza" y, al mismo tiempo, una agradable sensación de "vértigo" exhibiéndome frente a una cámara vestida con ropa ceñida al cuerpo, etc.

Es necesario destacar la importancia del momento de la "presentación", puesto que es cuando el investigador da cuenta de quién es frente a determinado grupo. Asimismo constituye una instancia decisiva a la hora de crear una relación con ese mismo grupo. Esta importancia es destacada por Guebel (1995: 48)³¹, tomando en consideración el escrito de Foot-Whyte, "Street corner society" donde se tratan

²⁹Guber, R.: *Antropólogos nativos en la Argentina. Análisis reflexivo de un incidente de campo*. Revista Publicar. En Antropología y Ciencias Sociales. Revista del Colegio de Graduados en Antropología. Buenos Aires. Nº 5. 1995. Pág. 31

³⁰ Guebel, C, Zuleta, M.: *Yo hablaba y no me miraban a los ojos. Reflexiones metodológicas acerca del trabajo de campo y la condición de género*. Revista Publicar. En Antropología y Ciencias Sociales. Revista del Colegio de Graduados en Antropología. Buenos Aires. Año 4. Nº 5. 1995. Pág. 94

³¹Guebel, C.: "*El mundo de Tita: Redes sociales, política y bar*". En Cuadernos de Antropología social. Buenos Aires. Año 4. Nº 8. 1995. Pag. 48

temáticas inherentes a todo trabajo de campo: la adaptación del antropólogo al grupo con el cual está interactuando, su aceptación por parte del mismo, la confianza, etc.

Teniendo en cuenta estos temas, pensé varias veces acerca de cómo presentarme yo misma ante mis compañeras del curso. Comenzada la clase, el profesor de teatro nos pidió que dijésemos nuestros nombres y el motivo por el cual estábamos ahí. Mi respuesta fue: *"Estoy estudiando la carrera de Antropología, tengo que hacer un trabajo final para recibirme y mi venida a la escuela tiene que ver con este trabajo"*. Una vez hecha tal "confesión" y aclarada la razón de mi presencia en el curso, comencé a sentirme bastante cómoda entre mis compañeras de curso y profesores: las razones por las que había llegado a ese lugar para mí estaban claras.

En cierta ocasión, al pedirle a una profesora una entrevista personal, me percaté de que ésta se estaba enterando al momento de que estaba haciendo un trabajo, lo cual hizo preguntarme hasta que punto el personal de la Escuela había tomado en cuenta mi status de investigadora. Durante un tiempo, creí que la razón de tal "desconocimiento" acerca de mi trabajo de campo por los profesores de la Escuela radicaba en que, por el hecho de haber pagado el curso, mi condición más importante era la de "cliente".

Sin embargo, pude percatarme más adelante de que era la misma técnica -participación con observación- la que permitía que mi condición de investigadora quedara "opacada" por la de alumna: no se trataba de una cuestión de dinero sino del mismo método utilizado para recolectar datos. Asimismo, pude darme cuenta que era yo misma la más interesada en que se me reconociera como investigadora en el contexto de la misma escuela.

Desde el principio del curso, influenciada por los comentarios que hacía la gente respecto a los modelos (a los cuales aludí anteriormente), experimenté sentimientos contradictorios acerca de la investigación que estaba realizando y los sujetos con los cuales interactuaba en la Escuela. De hecho, evité lo más posible mencionar en mi entorno -familiar y de la universidad- que estaba haciendo un Curso de modelos, aún cuando fuera el trabajo de campo, por temor a que se me catalogara de "tonta" a mí también. Esa sensación se acentuó fuertemente en el contexto de un "desfile" organizado por la Escuela en diciembre del 2002, donde -al igual que todos los alumnos- debí participar.

En un principio, dudé en participar o no en este evento debido a la perspectiva de exponerme ante tanta gente. Decidí, finalmente, hacerlo al considerar los beneficios de

vivir, junto con mis compañeras del curso, un día de ansiedad y nervios esperando ser maquillada, peinada y ensayando las "pasadas"³².

Desplazándome por la pasarela, tuve una ambigua sensación. Por un lado, estaba satisfecha por el hecho de experimentar -o pretender experimentar- lo que una modelo siente en la misma situación. Por el otro, sentía más que nunca el peso de los estereotipos acerca de las modelos mencionados antes. Mi posición como "investigadora" estaba reñida con mi ansiedad como "aspirante a modelo" de que mi "pasada" saliese bien.

Rosana Guber (1995: 26)³³ afirma:

"Sostendré aquí que los investigadores podemos transformar episodios en apariencia anecdóticos y personales en instancias de conocimiento, aplicando a ellos el mismo tratamiento que daríamos a materiales más convencionales"

En mi caso personal, requirió un proceso aprender a transformar las experiencias surgidas en el campo en "instancias de conocimiento". Al participar como alumna en el curso de modelos -condición inherente de la técnica utilizada- olvidaba, en ocasiones, que estaba haciendo un trabajo³⁴. Afortunadamente, gracias a la ayuda de mi directora de tesis Claudia Guebel, pude superar tales dificultades. Es decir, aprendí a interpretar las experiencias que iban surgiendo de las observaciones como "datos" y no como acontecimientos que me sucedían a mí como persona.

En la observación del Diario de Campo correspondiente al día 28 de septiembre del 2002, el día que tuve la primera clase en la Escuela de Modelos, escribí:

"Llegué a la escuela a las dos menos cuarto bastante intrigada acerca de lo que me iba a encontrar: qué personas iba a conocer, que actividades iba a hacer. Me sentía como una niña en su primer día de escuela primaria. Tenía la sensación de ir hacia la dimensión desconocida, es decir, no tenía ninguna referencia a partir de la cual poder inferir qué tipo de lugar sería la Escuela"

La sensación descrita en este fragmento puede ser extendida al trabajo de campo en su conjunto. Tal como ocurre al enfrentarse con algo desconocido -en este caso, la tesis- experimenté ansiedad, miedo, confusión, alegría, etc. Hubo momentos en los

³² Para una definición de "pasada", dirigirse a la sección "El mundo del Modelaje" del primer capítulo.

³³ Guber, R.: Op. Cit. 1995. Pág. 26

³⁴ Esto lo percibí más que nunca el sábado previo al desfile, en el cual me sentí "relegada" por no haber sido elegida para participar en las "pasadas" más importantes.

que creía no haber avanzado ni siquiera un paso, mientras que hubo otros en los cuales me daba cuenta que había superado un pequeño obstáculo. Así como el Mundo del Modelaje resultó algo nuevo para mí, del mismo modo lo fue el aprender a construir la tesis.

5. CONSIDERACIONES RESPECTO A LA ESCRITURA

A fin de hacer más clara la lectura de este escrito, se establecerán las siguientes convenciones respecto a la tipografía utilizada en la redacción: serán escritos en *itálica* los fragmentos pertenecientes a entrevistas -tanto las realizadas por quien escribe este trabajo como las extraídas de las publicaciones mencionadas- y las observaciones realizadas a lo largo del trabajo de campo en la Escuela de Modelos. Asimismo, las categorías utilizadas por los actores serán escritas en *comillas e itálica* al tiempo que las categorías utilizadas por la autora de este trabajo serán escritas en letra común y en *comillas* también.

CAPÍTULO 1: "EDUCANDO" A LA FUTURA MODELO

"Me cambiaron todo"

Mariela

1. EL MUNDO DEL MODELAJE

Muchas de las temáticas tratadas en este capítulo y en los siguientes, no pueden ser comprendidas sin una previa explicación de ciertas prácticas que operan en el mundo del Modelaje; las cuales permiten, a quienes pertenecen a este mundo, manejarse en el mismo. La siguiente descripción tiene por fin ofrecer al lector tal explicación.

En el Mundo de la Moda, según Patricia Soley (2000: 216)³⁵ pueden distinguirse diferentes protagonistas: además de los mismos modelos -hombres o mujeres-, se encuentran los agentes de modelos, los dueños de escuelas y agencias, los clientes de estas mismas agencias -empresarios o sus representantes- y las/os editoras de publicaciones especializadas o no, estilistas, fotógrafos/as.

Es necesario señalar las diferencias existentes entre las Escuelas y Agencias de modelos, diferencias a las que los mismos entrevistados se refirieron, como, por ejemplo, Ingrid, modelo:

"(...) lo que pasa es que una cosa es las agencias y otra la escuela de modelos. La escuela de modelos no sólo te enseña a caminar, enseña a la gente que quiere corregir la postura, que quiere aprender a maquillarse, a vestirse mejor, a pararse mejor"

Cristina, profesora de una escuela de modelos, señala:

"(...) cuando una chica entra [en el mundo del Modelaje] en general, la que se siente segura y se siente "mona", siente que quiere ser modelo y tiene como cierta audacia, no va a una escuela de modelos, va a una agencia directo. Que la agencia la tome o no, va a hacer que ella venga o no a una escuela de modelos"

En la entrevista realizada a esta profesora, ésta agregó que las Escuelas de Modelos se dedican a la "formación" de una futura modelo, instruyéndola en lo referente a los usos corporales mencionados anteriormente. Por otro lado, las Agencias de Modelos trabajan con -lo que ella denomina- el "producto terminado", es

³⁵ En Esteban, M.: *Promoción social y exhibición del cuerpo*. En Perspectivas feministas de Antropología social. Ariel. Barcelona. 2000. Pág. 216

decir, la modelo que ha adquirido ya esa "formación" por lo que no cree necesario recurrir al conocimiento que brinda la escuela.

En suma, la Escuela se dedica a brindar "formación" a la modelo y la Agencia a "conseguirle contratos". Sin embargo, esto no excluye la posibilidad de que una Escuela -como, por ejemplo, la de Anamá Ferreira- funcione al mismo tiempo como Agencia.

Cuando una modelo busca trabajo, generalmente concurre a "un casting". En muchas ocasiones, es el mismo agente quien le informa a la modelo de la futura realización de uno. Con el término de "casting" se alude al proceso por el cual, de un cierto número de modelos, se selecciona una o varias para realizar un determinado trabajo: un comercial, un desfile, una sesión de fotos, etc.

La modelo debe contar -elemento necesario para concurrir a los castings- con el "book". El "book"³⁶ es una carpeta que incluye principalmente fotos y datos de la modelo. La persona que, en una agencia o en un casting, se encarga de recibir el "book" es llamada "booker". Asimismo, también se denomina "booker" a la persona designada por una agencia para buscar nuevas chicas -en playas, discotecas, bares, colegios, clubes, etc.- que quieran ingresar al mundo del Modelaje mediante la entrada a una agencia. Esta búsqueda recibe el nombre de "Scouting"³⁷.

Según algunos entrevistados, "el book" funciona como un "Currículum" que brinda información de la modelo al personal del casting que potencialmente puede contratarla. Así lo expresa Giselle, ex modelo:

"Sí, [El book] es tu carta de presentación. Es como tu currículum"

En términos de "carta de presentación", también es utilizado el "composé",³⁸ tarjeta en la que tanto se exhiben fotos de la modelo, como sus "datos", los cuales consisten en medidas: altura, busto, cintura, caderas, talle de la ropa que usa y color de ojos y cabello.

Dentro del Mundo del Modelaje, existen dos ámbitos diferentes en los cuales la modelo puede trabajar: "Pasarela" y "Publicidad", división que es establecida por

³⁶El término "Book", palabra del idioma inglés, quiere decir libro.

³⁷El término "Scouting", palabra del idioma inglés derivada del verbo "scout", remita a la búsqueda de información.

³⁸En el Anexo de este trabajo, pueden observarse dos "composés".

quienes trabajan en éste. El término "*Publicidad*" remite tanto a fotografías hechas para medios gráficos como a comerciales para televisión. Con el término "*Pasarela*" se alude al ámbito de los desfiles. En éstos, las modelos se desplazan durante pocos minutos a lo largo de un sendero –llamado pasarela- exhibiendo prendas de diferentes diseñadores de ropa. La recorrida de este pequeño trayecto se denomina "*pasada*".

En el primer capítulo de este trabajo, se analizará la "educación" impartida a la modelo, necesaria para trabajar en el ámbito de la Pasarela mientras que, en el tercer capítulo, se tratará la "educación" para trabajar en el ámbito de la Publicidad.

Dentro del ámbito de la "*Pasarela*", debe mencionarse dos tipos característicos de desfiles: "*Alta Costura*" y "*Pret-a-porter*", división que corresponde a una particular organización del sistema de la moda actual denominada por Lipovetsky (1990: 119)³⁹ como de "Moda abierta". Este sistema implica, por un lado, la subsistencia de una producción limitada de vestidos de lujo hechos por diseñadores exclusivos y a la exacta medida de clientes exclusivos -Alta Costura- y, por otro lado, una producción industrial y masiva de prendas para la mayor cantidad de clientes posibles inspirada por las tendencias del momento⁴⁰.

2. EL PROCESO DE SOCIALIZACIÓN DE LA MODELO

El contenido de este capítulo está basado principalmente en la información recolectada a través de las experiencias vividas a lo largo de mi trabajo de campo, en especial, las que tuvieron lugar en el curso de modelos al cual asistí en calidad de alumna. Durante seis meses, fui "entrenada" en diversas áreas referentes a las prácticas cotidianas de la modelo: Clases de Pasarela -para aprender a "caminar"- Fotografía -para aprender a "posar" frente a la cámara de un fotógrafo-, Maquillaje, "Comportamiento Social" -para aprender reglas de protocolo y etiqueta-, etc⁴¹.

³⁹Lipovetsky, G.: *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Editorial Anagrama. Barcelona. 1990. Pág. 119

⁴⁰Mientras que, en un momento, era la Alta Costura la que imponía las tendencias y las novedades en el sistema de la moda, hoy día se mantiene como un reducto de lujo para un determinado número de clientes pero ha perdido su protagonismo en el sistema mencionado, siendo el pret-a-porter el que ha asumido el papel de imponer las novedades.

⁴¹Varios de los nombres con los cuales se denominan a estas clases serán utilizados como subtítulos para algunos de los contenidos del presente capítulo.

Rodriguez (1983: 33)⁴² -basándose en los aportes teóricos de Emile Durkheim y Sigmund Freud- entiende el concepto de "socialización" como el proceso por el cual una persona, desde su infancia, va convirtiéndose progresivamente en miembro de la sociedad, comportándose de manera similar a otras personas al seguir rutinas culturales ya establecidas. Mediante este proceso, la persona es "educada" aprehendiendo principios comunes a todos los miembros de una sociedad⁴³. Para Rodriguez, este proceso implica un "entrenamiento educativo":

"En suma, el entrenamiento educativo consiste en introyectar en los individuos determinados valores y determinadas reglas que orientarán sus comportamientos en sus relaciones con el mundo y con la sociedad"

En este capítulo, se describirán las enseñanzas recibidas por la futura modelo, cómo es "socializada"; lo que, como señala Rodriguez, consiste en un "proceso" pues tales enseñanzas no pueden ser incorporadas de un día para el otro, sino que conllevan un tiempo de aprendizaje.

Se describirán las "técnicas corporales" que la modelo aprende para así ser parte de la "sociedad" del modelaje. Este concepto, formulado por Marcel Mauss (1979: 328)⁴⁴, alude al modo en cómo se utiliza al cuerpo en forma tradicional, lo cual implica que tales técnicas se transmiten de generación en generación.

Según Teresa del Valle (2000: 208)⁴⁵ la "socialización" es un proceso que abarca toda la vida de una persona, a partir del cual su cuerpo es modelado y construido de acuerdo a exigencias y normativas de la sociedad en la cual vive. La modelo recibe un "entrenamiento educativo" para aprender a trabajar como profesional. Sin embargo, ciertas magnitudes corporales no pueden ser modificadas o alteradas por la "socialización". De ellas hablaremos a continuación, refiriéndonos después a las prácticas aprendidas.

⁴²Rodriguez, J.: Op. Cit. 1983. Pág. 33

⁴³Para desarrollar el concepto de "socialización", Rodriguez se basa en los aportes teóricos de Emile Durkheim y Sigmund Freud. Mientras que, para el primero, la "socialización" es el proceso que imprime en los individuos el ideal pedagógico de la sociedad -ideal de lo que el hombre debe o no ser-; para el segundo, la "socialización" implica el triunfo del "principio de realidad" por sobre el "principio del placer". Según Rodriguez, ambos aportes comparten el hecho de concebir a la educación como un proceso represor, a través del cual se transmiten determinados principios comunes a los miembros de una sociedad. Ver: Rodriguez, J.: Op. Cit. 1983. Pág. 33

⁴⁴Mauss, M.: Op. Cit. 1979. Pagina 328

⁴⁵En Esteban, M.: Op. Cit. 2000. Pág. 208

3. LOS REQUISITOS PARA SER MODELO

3.1 LOS REQUISITOS INMODIFICABLES

3.1.1. ALTURA

Las clases de Pasarela, dictadas en la Escuela de Modelos, tienen por fin enseñar a las alumnas a caminar exhibiendo diferentes tipos de vestimenta. Para asistir a estas clases es obligatorio llevar zapatos de taco alto -aproximadamente diez centímetros- y una falda o vestido corto que deje ver las piernas al caminar.

En cierta ocasión, cuando asistía a una de estas clases, la profesora le hizo notar a una de las alumnas que había traído zapatos de taco muy bajo, en comparación con los de las demás. A continuación le preguntó si, por el hecho de ser ella muy alta, tendía a evitar usar tacos altos y si su estatura la avergonzaba. La chica, sonriendo, respondió afirmativamente. La profesora le contestó: "*¿Por qué la vergüenza? Cuanto más alta seas, mejor*".

La altura -que no puede ser modificada- es una característica muy apreciada en el ámbito del modelaje. De hecho, esta magnitud junto con el poseer un cuerpo magro, constituye la puerta de acceso a la profesión. La estatura de una modelo debe superar, en principio, el metro setenta. A medida que la modelo supera esta marca, aumentan sus probabilidades de poder insertarse en el Modelaje y trabajar especialmente en el ámbito de la Pasarela.

Carmen Vrljicak-Espain (1992: 101)⁴⁶ explica porqué es tan apreciada la altura:

"La falta de formas en las modelos, las piernas largas y muy finas de los 60 tienen la ventaja de poder pasar cualquier prenda, por estrafalaria que sea, sin abandonar el aire de elegancia (...) En tiempos pasados era usual que la modelo tuviese un metro sesenta y ocho más o menos. Lo corriente en estos momentos es una estatura de un metro ochenta y hasta un metro noventa y cinco. Por supuesto que la modelo publicitaria puede tener una altura mucho menor, y las hay realmente menudas"

Entrevistando a una fotógrafa, le pregunté si yo podría ser modelo. Su respuesta fue:

"Pasarela no, porque el tipo de ropa que hay hoy en el mercado es para gente 90-60-90 pesando 40 kilos con un metro ochenta (...) No quiero decir que seas gorda pero lo que buscan hoy de una modelo es que pese 40 con un metro ochenta (...)"

⁴⁶Vrljicak-Espain, C.: *Mujeres de la imagen*. Editorial Planeta. Buenos Aires. 1992. Pág. 101

Preguntar acerca del porqué del requisito de la altura fue una constante en la mayoría de las entrevistas realizadas. Respecto al tema, Giselle, ex modelo, comentó:

"(...) El porqué de la altura es porque hay un ideal de estética que implica que la ropa le va a quedar a esa mujer, a la mujer que mide más de un metro setenta y dos, uno setenta"

En una ocasión, entrevistando a una psicóloga⁴⁷, ésta dio cuenta de la explicación de un modisto respecto de la importancia de la altura:

"(...) yo recuerdo que el modisto dijo que, como modistos, ellos necesitaban una modelo que fuera como una "percha" en donde todo le pudiese caer bien. Es una facilidad para el modisto que la modelo tenga altura y poco peso"

Lorena, fotógrafa, aportó una respuesta a la pregunta:

"Va a caerle mejor una prenda, un vestido a una chica que mide un metro ochenta que un metro cincuenta y cinco, un metro sesenta (...)"

El análisis de estos fragmentos de entrevistas, muestran que la búsqueda de un cuerpo de tipo "nórdico" -elevada estatura, poco peso y medidas estandarizadas- responde a las necesidades de quienes integran la industria de la moda, más específicamente, el mundo de los desfiles⁴⁸.

El requisito de la estatura permite realizar la clasificación de dos espacios. En el primer espacio, "ajeno" al ámbito del modelaje, no son imperantes los parámetros antes mencionados. Utilizaré mi caso como ejemplo: mido un metro con sesenta y seis centímetros de altura. En mi entorno soy considerada "alta". Ahora bien, al interiorizarme con los patrones imperantes en el mundo que estoy investigando, me dí cuenta de que en éste, mi altura es "insuficiente". Este segundo espacio, el del Modelaje, está a su vez dividido en dos sub-espacios. El primero -el de la "Publicidad"- es el más "flexible" en relación a la altura puesto que una "baja estatura" -entendiendo este término en relación a los parámetros de la "Pasarela"- es "tolerada" puesto que son otros los intereses que gobiernan la elección de una modelo. El segundo espacio -el de la "Pasarela"- es más "estricto". En éste, la modelo -considerada "una percha"- debe tener una estatura cercana al metro ochenta.

⁴⁷Esta analista había previamente tratado a una paciente que había participado en un concurso de modelos. Invitada por ésta, la psicóloga asistió al evento.

⁴⁸En el capítulo siguiente será retomada y analizada la temática de las magnitudes.

En la "cotidaneidad" del primer espacio, la estatura no tiene el valor que impera en la "cotidaneidad" del otro. Metros y centímetros no tienen gran relevancia en el primero, pero son vitales para ingresar o no al segundo

3.1.2. EDAD⁴⁹

La edad es otra condición para ingresar al modelaje, que no puede ser modificada. A este respecto, Lorena, fotógrafa, señala:

"(...) La carrera de modelo para mí es corta, o sea, si lo pueden hacer perfecto, pero no es para vivir toda la vida. La carrera de modelo es de los 15 a los 30, 40 años. Carmen Yazalde, bueno, con 20 cirugías arriba, pero mañana, tuviste un accidente, tuviste un tajo en la cara y dejás de ser modelo"

Mariela, modelo, expresa:

"(...) Vos tenés que ponerte a pensar que no es para toda la vida. Vos madurás, crecés, se te pasan los años y llegás a tener 22, 23, 24 años, la edad cúspide de ser modelo y después empezás a bajar porque vienen entrando un montón de chicas atrás tuyo. Digamos, a vos te miran los fotógrafos, te prueban la ropa, pero no con tanta publicidad, te prueban la ropa pero no como cuando tenías 22, 23 años, cuando eras jovencita"

En un medio gráfico, la revista Noticias⁵⁰, una modelo llamada Yamila Arballo comenta:

"Aparte de ser modelo tengo pensado estudiar periodismo. Porque la carrera de modelo es muy corta y es fundamental tener una base de estudios"

La presencia de la edad parece determinar el inicio, apogeo o decadencia de la carrera laboral de la modelo, así como su ingreso o egreso de este trabajo. A esto debe agregarse la afluencia en el mercado de futuras "competidoras". Con el objeto de "engañar" las marcas que indican el paso del tiempo, es frecuente el intento de modificar artificialmente el cuerpo aplicando varios métodos como, por ejemplo, cirugías plásticas, masajes, etc.

En este sentido, la edad y la altura son requisitos imprescindibles para ingresar a un "concurso de modelos" donde se exige que la persona tenga entre 14 y 22 años de

⁴⁹El tema de la edad -relacionado con el del tiempo- será retomado y tratado en el siguiente capítulo.

⁵⁰Canale, F.: "Lo mío no es el rating" Revista Noticias. 25-5-2001. Sección personajes. Pág. 68

edad y que no mida menos de 1,69 metros de altura⁵¹. Este concurso está organizado por una de las agencias de modelos más conocidas del país cuyo dueño es Pancho Dotto. El concurso cuenta, además, con el apoyo de la revista Para Ti – publicación de modas muy conocida en Argentina que lleva varios años de circulación- y la marca de ropa para jóvenes Kosiuko, la cual en los últimos años ha venido aumentando su número de clientes y facturación. Este evento se denomina “*Scouting 2000*”⁵².

La brevedad de la carrera de modelo de la cual dan cuenta los fragmentos anteriores, implica tratar la temática del tiempo, más específicamente, la percepción que se tiene de su transcurrir: como es valorado el paso del tiempo en la sociedad actual. Tal brevedad está relacionada, asimismo, con nociones tales como “vejez”, “juventud”, “obsolescencia” y “actualidad”.

Lipovetsky (1999: 124)⁵³, señala dos normas que dominan actualmente el mundo femenino de la belleza: el antipeso y el antienvjecimiento. Según Le Bretón (1995: 144)⁵⁴, la vejez es un proceso irreversible que va desarrollándose imperceptiblemente. En la sociedad occidental, no obstante, se considera a este proceso de manera negativa por estar contrapuesto a la juventud, un valor positivo. En este sentido, Morin (1966: 187)⁵⁵, señala que existe una industria del rejuvenecimiento orientada a reparar las “heridas del tiempo”, a mantener o resucitar la apariencia de juventud, industria que está organizada en base a una concepción acerca de la edad⁵⁶:

“La vejez está devaluada. La edad adulta se juveniliza. La juventud, por su parte, no es ya, hablando con propiedad, la juventud: es la adolescencia. La adolescencia surge como clase de edad en la civilización del siglo XX”

Para Le Bretón (1995: 150)⁵⁷ no es el tiempo el que determina a la vejez sino como aquel es experimentado. La percepción del tiempo que tenga un sujeto estará sujeta a

⁵¹¿Querés ser una top model?”. Concurso cuyas bases se encuentran en el sitio web: www.parati.com.ar. Palabra clave: modelos. De acuerdo a la clasificación de los espacios en relación a la estatura, puede observarse cómo el concurso introduce a las postulantes en el universo del segundo imponiendo a la altura como requisito de entrada al concurso.

⁵²Como se recordará, el término “*Scouting*” refiere a la búsqueda de jóvenes que las agencias de modelos realizan para aumentar su número de modelos disponibles.

⁵³Lipovetsky, G.: Op. Cit. 1999. Pág. 124

⁵⁴Le Bretón, D.: Op. Cit. 1995. Pág. 144

⁵⁵Morin, E.: *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas*. Editorial Taurus. Madrid. 1966. Pág. 187

⁵⁶Morin, E.: Op. Cit. 1966. Pág. 187

⁵⁷Le Bretón, D.: Op. Cit. 1995. Pág. 150

su historia personal y la clase social a la cual pertenece (1995: 146)⁵⁸. Puede decirse que un individuo se sentirá "viejo" al interiorizar la mirada del otro como referencia.

Si bien es cierto que hay modelos "maduras" trabajando como tales, debe destacarse el hecho de que -tal como lo afirma Lorena- su permanencia en el Modelaje se debe a que recurren a técnicas tales como la cirugía estética para conservar su apariencia "juvenil". Pueden trabajar, pero bajo la condición de lucir de menor edad.

Esto ocurre debido a que, tanto en el espacio del modelaje como en otros espacios, la juventud está valorada sobremanera. El "ser joven" como valor impera en la sociedad a tal punto que se deja afuera del mercado laboral a sujetos en función de la edad y no de sus capacidades para cumplir un trabajo. Tanto en el mundo del modelaje como en otros⁵⁹, donde el cuerpo es la herramienta central de trabajo, estas condiciones se exacerban al existir la creencia de que tal herramienta, con el paso del tiempo, se va "desgastando".

No se puede entender el esfuerzo que hacen los individuos -modelos incluidos- para disimular el paso del tiempo si no se conoce el valor que la juventud tiene actualmente: ésta es considerada la etapa de la vida más valiosa en la existencia de una persona en nuestra sociedad.

3.2. LOS REQUISITOS MODIFICABLES

3.2.1. "EL PULIDO"

Tal como fue planteado anteriormente, existen requisitos para ingresar al modelaje que no pueden ser modificados por efecto de la "socialización": la estatura y la edad.

En esta parte del trabajo, se tratará acerca de lo que sí puede ser modificado: el comportamiento que las modelos aprenden para desempeñarse en tanto "*profesionales*".

⁵⁸Le Bretón, D.: Op. Cit. 1995. Pág. 146

⁵⁹En ciertas áreas del mundo del deporte y de la danza, por mencionar otros ejemplos, a cierta edad hay un "retiro voluntario forzoso" para quienes se desempeñan en ellas.

A partir del análisis de numerosas entrevistas y observaciones realizadas en las clases de la Escuela de Modelos, me percaté de la existencia de un término que sintetiza la enseñanza recibida por la modelo: *"el pulido"*.

Mariela, modelo, explica en qué consiste:

"Cuando vos empezá [sic.] te empiezan a comenzar a pulir, en tus imperfecciones, en tu forma de hablar, mi forma de hablar todavía no la pudieron pulir pero lo están intentando. Las eses, me las como porque (...) recorriendo las provincias, me quedaron los acentos pegados (...) te enseñan a expresarte"

Para Mariela, *"pulirse"* implica aprender a expresarse en la forma de hablar -por ejemplo, en una entrevista de trabajo-, sentarse *"más derecha"*, combinar la ropa, cuidar el cabello – peinarlo o teñirlo-, maquillarse, etc. En definitiva -según esta entrevistada- mediante el pulido, se convirtió en una mujer y persona *"completamente distinta"*.

Ingrid -modelo- explica lo que es el *"pulido"* del siguiente modo:

"Por lo general ellos siempre te dicen lo que te queda mejor. Te van puliendo, te van diciendo si es necesario que adelgaces un poco más. Imaginate, yo adelgacé 9 kilos (...) tuve que adelgazar un poco para hacer esto y si te dicen: sería conveniente que adelgaces un poco, que te cortes el pelo, que te dejes el color así o que te cuides más la piel. Te van recomendando, de ahí está en vos si vos lo querés hacer o no"

En la entrevista que tuve con Mariela -modelo-, ésta afirmó que, en la Escuela de Modelos a la cual concurrí, *"la cambiaron totalmente"*. Antes de atravesar este proceso de *"enseñanza"*, no se maquillaba nunca, se vestía solamente con Jeans, caminaba encorvada -le avergonzaba su estatura⁶⁰- y era muy tímida.

Gabriela Creciente⁶¹, modelo también, comenta en la revista Noticias que hizo un curso de modelos para ser *"más femenina"*, lo que implicó aprender a maquillarse y peinarse; rutinas que, según ella, son *"típicas"* de una mujer.

El *"pulido"*, del cual dan cuenta los fragmentos anteriores, está relacionado con el criterio de *"perfección"* que se le transmite a la modelo. En este sentido, Mariela -modelo- señala que las modelos son presionadas para ser *"perfectas"*. Esta *"perfección"* estética y física implica:

⁶⁰ El ejemplo de Mariela permite observar, cómo en un espacio -el de la vida cotidiana- tener una elevada estatura constituye motivo para sentir vergüenza mientras que, en el espacio del modelaje, constituye una ventaja para ingresar a éste.

⁶¹ Hierro, G.: *"Yo no hago de tonta"*. Revista Noticias. 11-11-2000. Sección personajes. Pág. 72

"Que no tengas celulitis, que no tengas estrías. A una modelo no se le permite la celulitis (...) vos fijate que una modelo tiene la cola perfecta, redondita, paradita. Tenés que tener las piernas duritas, bien marcadas, no podés tener varices, la piel tiene que estar bien cuidada, tanto de la cara como de las manos. No podés tener granitos o puntos negros. Todo lo que es imperfección, el pelo tiene que estar en condiciones, bien teñido, bien peinado. Digamos que vivís para tu cuerpo y tu estética"

Aún cuando Mariela destaca la importancia de cumplir con los requisitos propios de su trabajo, también manifiesta su deseo de tener un momento de relajación sin estas exigencias:

"(...) es como que llega un momento en que decís, necesitás ese rélax. Necesitás decir: quiero estar todo un día a cara limpia, sin gimnasia, relajarme un poco, ser libre, estar disfrutando un poco de otras cosas..."

Para Mariela, la modelo es la mujer que "da el ejemplo":

"La modelo es la mujer que da el ejemplo. Vos vas a marcar una moda, vas a ser el ejemplo (...) Vos fijate que son perfectas [las modelos], altas, el pelo es perfecto, bien peinado, no tienen raíces, a la chica no la vas a ver con el diente torcido, las uñas mal cortadas, entonces son perfectas "

Amaya, fotógrafa, señala:

" (...) la actitud de las modelos de tener que estar depiladas todo el tiempo, las manos hechas, las cejas depiladas, la tintura, gimnasia todo el tiempo. Tengo amigas modelos que me dicen: "tengo de 6 a 10 gimnasia" y se matan (...)"

En otra parte de la entrevista realizada a esta fotógrafa, ésta afirmó que las modelos están obligadas a estar "espléndidas" todo el tiempo. Asimismo, agregó que, si bien existe la creencia de que son "perfectas"; como cualquier mujer, éstas tienen estrías, celulitis, cicatrices, etc.

El criterio de "perfección", del cual dan cuenta estos fragmentos, supone la eliminación de rasgos corporales no deseados: estrías, celulitis, varices, puntos negros en el rostro, la evidencia de raíces en el cabello que indiquen que éste ha sido tratado químicamente para ser teñido, etc. Lo que es considerado "perfección" coincide con el producto final del "pulido": la modificación del cuerpo y comportamiento de la modelo.

Marcel Mauss (1979: 342)⁶² señala que el cuerpo es el primer instrumento utilizado por el hombre. Para la modelo, su cuerpo constituye un instrumento, un medio y una herramienta de trabajo por lo que debe prestarle una gran atención, eliminando los rasgos corporales que no conciben con los criterios de "perfección" ya señalados.

El proceso de "pulido" puede ser concebido como un pasaje entre un "antes" y un "después". El "antes" implica hábitos que deben ser eliminados: caminar encorvada, prescindir del maquillaje y el cuidado del cabello, descuidar el peso, etc. La aspirante a modelo debe reparar en aspectos a los que "antes", en el espacio de la vida cotidiana, prestaba poca o ninguna atención pero son los que deberá tener en consideración "después", en su nueva cotidaneidad.

Podría considerarse a este pasaje como un "Rito de pasaje". Turner (1999: 103)⁶³, basado en Van Gennep, afirma que estos ritos implican un pasaje entre estados distintos de la vida de la persona, es decir, una transición entre una situación relativamente fija y estable a otra del mismo tipo. El cambio de status legal, de profesión, oficio, rango, etc., corresponde a estos tipos de ritos. Asimismo, el término puede ser aplicado a situaciones en las que la persona alcanza un grado de madurez socialmente reconocido así como a situaciones físicas, mentales, emocionales en las que una persona o un grupo se encuentran. Estos cambios de estado implican procesos de destrucción, disolución y descomposición así como de crecimiento, transformación y reformulación de viejos elementos.

La persona que pretende ser modelo se ve forzada a dejar de lado costumbres arraigadas, relativas a la atención que le presta a su cuerpo así como también maneras de comportarse. Se integra a un mundo en el cual el cuidado extremo del cuerpo es la regla imperante. Puede ocurrir que este cuidado corporal sea tenido en cuenta antes de entrar al "nuevo mundo", pero, una vez en éste, el mismo debe ser elevado a su máxima expresión. Tal vez antes se maquillaba o se hacía manicura ocasionalmente porque tenía ganas; después lo hará por ser condición necesaria para trabajar como modelo. Puede sentirse tentada de abandonar tales prácticas pero seguir tal actitud pone en riesgo su continuidad laboral. Del mismo modo, las concepciones que tenía sobre la exposición corporal deben ser reformuladas: la "vergüenza" o "pudor" que ocasiona la exhibición de partes de su cuerpo debe ser dejada de lado en el contexto del modelaje⁶⁴.

⁶²Mauss, M.: Op. Cit. 1979. Pag. 342

⁶³Turner, V.: *La selva de los símbolos. Aspectos del ritual Ndembu*. Siglo XXI Editores. México. 1999. Pág. 103

⁶⁴La temática de la exposición corporal será tratada en los siguientes capítulos.

El rito de pasaje, expresado en la afirmación de Mariela -“Me cambiaron todo” - no alude solamente a la modificación del aspecto (acorde a lo que se entiende por “perfección”) sino a una nueva manera de encarar el cuidado del cuerpo, cuidado que será parte de la práctica “profesional”⁶⁵.

3.2.2. LAS MEDIDAS CORPORALES

El requisito inmodificable de la estatura está asociado a uno modificable: el peso. Giselle, ex modelo, explica cómo se combinan estas dos condiciones físicas:

“Una restricción a nivel físico sería la altura, bueno, el peso, tenías que tener un peso que sea acorde con la altura”

Este ítem es significativo, dada la coincidencia en el reclamo entre diferentes entrevistadas ante el excesivo énfasis puesto en el peso que deben tener y mantener. De hecho, varias de ellas tuvieron que bajar varios kilos para estar “acordes” con la altura, reducción que las ha llevado a sentirse “débiles” o “lánguidas”

¿Cómo se obtienen las formas corporales requeridas? La respuesta dada por Lorena -fotógrafa- es categórica: *“Dieta, gimnasio; dieta, gimnasio; dieta, gimnasio”*. Se puede recurrir, como de hecho sucede, a la ayuda de masajes para “reducir todo”. Otra condición necesaria es *“alimentarse bien”* y tener *“un cuerpo magro”*.

En el curso al cual asistí, se nos instó constantemente a practicar ejercicio físico, evitar el “sedentarismo”. Las observaciones del Diario de Campo respecto a este tipo de cuidado corporal físico son las siguientes:

“En la clase del 26 de Octubre del 2002, luego de realizar algunos ejercicios sobre la Pasarela, una alumna le preguntó a la profesora cuál era el peso debíamos tener, a lo que ésta respondió que eso depende de la contextura que tuviésemos. Nos recomendó hacer deportes y no beber gaseosas azucaradas, sino mucha agua -dos litros por día mínimo- ya que es útil para hidratar la piel. Sugirió, dirigiéndose a las alumnas que estaban en pleno proceso de crecimiento, no dejar de comer sino comer “sano”. No hay que ser un “esqueleto” sino mantenernos en el peso que nos corresponde. Después de todo, afirmó jocosamente: “un esqueleto tampoco gusta a los hombres”. Algunas clases después, otra profesora de Pasarela igualmente modelo, recomendó también hacer ejercicio: ella no lo hacía y eso estaba “mal”. No necesitábamos pagar un gimnasio, podíamos caminar. Respecto al tema de las medidas, afirmó que tener 44 centímetros de espalda era lo ideal, pero tampoco hay que ser un ‘palito’”

⁶⁵El concepto de “profesionalidad” será analizado en el siguiente capítulo.

Respecto al tema, Mariela, modelo, expresa:

"(..) tenía que trabajar para tener las medidas que ellos me exigían, si me vieras, soy hiper flaca y ahora estoy como más gorda, engordé, en ese momento era piel y hueso (...) es como que muchas veces perdés la forma de mujer, pasas a ser un maniquí todo flaquito, todo huesito"

Al preguntarle el significado del término "forma de mujer", Mariela aclaró:

"(...) yo me refiero, a formas de mujer cuando vos tenés un poco más de cola, un poco más de 'lolas'"

Giselle -ex modelo de la Escuela de Anamá Ferreira- comentó que no trabajó como modelo durante un año ya que, según el personal de la escuela, estaba "gorda". Pero, para ella:

" (...) una mujer estética no puede ser una mujer que es bulímica porque no es "natural", no es "normal" (...) no puede ser una figura desgarrada (...) una mujer realmente estética y femenina debe tener curvas, tiene que ser "bien argentina", no digo caderas impresionantes, però debe tener una silueta marcada, porque tiene que tener unas buenas "lolas", buena 'cola'"

Mari Luiz Esteban (2000: 232)⁶⁶ plantea que los éxitos y fracasos de la modelo están determinados por los cambios que su cuerpo experimenta y el mantenimiento que se hace de éste. En este sentido, hemos visto cómo su desempeño laboral depende de la omnipresencia de magnitudes: unas relativas a la temporalidad -la edad- y otras al espacio -busto, cintura, cadera, peso, etc.-. En tanto la modelo se adecue a estas magnitudes, podrá ingresar al modelaje.

Se plantea, así, la existencia de dos tipos de dimensiones: "legítimas"⁶⁷ para ingresar al Modelaje y trabajar en éste y no "legítimas" que implican ser excluida. La regla imperante consiste en ajustarse a la triada 90-60-90. Al igual que ocurre con la restricción de la estatura, estas tres medidas corporales separan en dos grupos a los individuos: los que acceden al mundo del modelaje y los que no pueden ingresar a éste.

Al observar el "composé" de las modelos, se percibe la importancia de las magnitudes: realizando un promedio de las medidas exhibidas en varios "composés",

⁶⁶ Esteban, M.: Op. Cit. 2000. Pág. 232

⁶⁷ El término "legitimidad" será utilizado, a lo largo del trabajo, de acuerdo al aporte teórico de Max Weber, quien entiende la legitimidad como la existencia de validez de un orden, acatado no sólo por su carácter de obligatoriedad sino porque aparece como un modelo de conducta a seguir. Ver: Weber, M.: *Conceptos sociológicos fundamentales*. En Economía y Sociedad. Fondo de Cultura Económica. México. 1999. Pág. 25

se advierte que la altura de la modelo está por arriba del metro setenta y las magnitudes de busto, cintura y cadera oscilan alrededor del consabido y famoso "90-60-90". Si recordamos que tanto el "composé" como el "book" son considerados el "currículum" de la modelo; puede advertirse que los datos más valiosos que ésta debe presentar corresponden a las magnitudes de su cuerpo.

LAS MEDIDAS Y LA ALIMENTACIÓN

El análisis de las medidas corporales, supone tener en cuenta las concepciones imperantes acerca de la alimentación.

Rodriguez, J. (1983: 65)⁶⁸, sostiene que las convenciones sociales son las que determinan cuáles son los alimentos que se deben comer y los que se deben evitar, es decir, la alimentación es una práctica social. En relación al mismo tema, Valiente, E. (1998: 74)⁶⁹ afirma que el acto de alimentarse está atravesado por regulaciones supra individuales: determinaciones estéticas, de estilo, distinción, poder, etc.

El "rito de pasaje" que las modelos experimentan implica el ingreso a una estricta disciplina, en la cual los alimentos son clasificados en función del efecto que ocasionan en el cuerpo, especialmente, el mantenimiento de las formas. Los alimentos "legítimos" son los dietéticos, al tiempo que es rechazada la ingesta de los que contienen hidratos de carbono y grasas⁷⁰

Mari Luiz Esteban (2000: 230)⁷¹ señala los problemas de anorexia y bulimia que las modelos padecen a raíz del control estricto de alimentos ingeridos a fin de no engordar. Asimismo da cuenta de una especie de censura respecto al tema: mientras que en público se dice que se puede comer todo lo que se desea, en privado se admite la existencia de una disciplina, una restricción en la alimentación. Sin embargo, si bien es cierto que algunas modelos insisten en el "como todo lo que quiero", otras admiten que es un tema presente en el medio.

⁶⁸Rodriguez, J.: Op. Cit. 1983. Pág. 65

⁶⁹Valiente, E.: *Anorexia y bulimia: El corsé de la auto disciplina*. En jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades, Bogotá, Siglo del Hombre, 1998. Pág. 74

⁷⁰La clasificación de los alimentos en "legítimos" e "ilegítimos" podría ser concebida como un "tabú alimenticio", entendiéndose por este concepto y en base al aporte de Rodriguez, las convenciones sociales que determinan lo que constituye o no alimento, lo que se puede comer o no, quien lo puede hacer y en qué circunstancias. Es necesario, sin embargo, destacar la diferencia entre la noción de "tabú alimenticio" tal como ha sido históricamente entendida -referida a reglamentaciones relativas al parentesco- y cómo es entendida en el caso que estamos -relacionada con reglamentaciones referentes a modelos estéticos corporales imperantes. Ver: Rodriguez, J.: Op. Cit. 1983. Pág. 65

⁷¹Esteban, M.: Op. Cit. 2000. Pág. 230

En este sentido, la modelo Catalina Rautemberg⁷², afirma en una entrevista realizada en la Revista Noticias:

"Las críticas que uno recibe son peligrosas porque uno se puede llegar a "enroscar" con el propio cuerpo. Vendemos cuerpo, imagen. Y si nos critican, podemos ponernos mal. Ahí empiezan, por ejemplo, los problemas de alimentación"

A estos problemas de alimentación, aludió una profesora de Pasarela del curso de Modelos⁷³:

"A las alumnas que estaban en proceso de crecimiento, la profesora les recomendó no dejar de comer ya que se puede caer en la bulimia o anorexia. Dejó entrever que ella había estado enferma de anorexia: estuvo hospitalizada, con suero y que, a partir de esa experiencia, se había "relajado" más, es decir, había dejado de comer una manzana por día. Le pregunté si ese régimen de alimentación lo seguía ella de motu propio o se lo imponían y respondió que se lo imponían"

La alimentación de la modelo constituye un asunto colectivo que beneficia o perjudica a todo un conjunto de personas insertas en el medio. Dado que la modelo "tiene que caber" en la prenda que desfila, sus medidas e, indirectamente, su alimentación contribuyen, como expresa Esteban (2000: 232)⁷⁴, a su éxito o fracaso como trabajadora.

Los fragmentos anteriores, plantean dos modelos corporales alternativos. Uno incita a ser un "maniquí", "piel y huesos" o "esqueleto" al tiempo que el otro promueve el conservar las "formas". El intento de cumplir el primer modelo (ser una "percha") implica seguir un severo régimen dietético, lo cual puede generar problemas de alimentación. La modelo debe así observar una pauta contradictoria: mantener un delicado equilibrio entre conservarse extremadamente delgada para responder a las necesidades de los diseñadores y, al mismo tiempo, tener algo de "formas" para "gustar a los hombres" y mantener la salud. En el ámbito de la "Pasarela", tiende más a imponerse el primer modelo corporal mientras que en la "Publicidad", se promueve más el segundo.

Más allá de las diferencias entre estos dos ámbitos, puede afirmarse que el ingreso al modelaje implica someterse a ser medida, examinada en todas las dimensiones, ser catalogada en función de centímetros, implica en definitiva ser vista como un conjunto

⁷²Milberg, A.: "Veo drogas por todos lados". Revista Noticias. 5-2-2000. Sección personajes. Pág. 60

⁷³ Observación perteneciente al Diario de Campo.

⁷⁴Esteban, M.: Op. Cit. 2000. Pág. 232

de magnitudes y organizar la vida -especialmente la alimentación- en función de tal situación.

3.2.3. CLASES DE PASARELA

En cierta oportunidad pregunté a una alumna de la escuela de Anamá Ferreira qué significaba para ella caminar *"bien derecha"*. Daniela -así se llamaba la alumna-, intentó infructuosamente mediante movimientos corporales, explicarme el término.

Caminar *"bien derecha"*, para ella, implica cuidar la postura, es decir, evitar estar *"toda encorvada"*, con los hombros caídos, ya que de esa manera, la prenda que la modelo exhibe no se luce y, consiguientemente, tampoco se vende.

En las clases de pasarela a las cuales asistí entendí (mediante la práctica) lo que significa caminar *"bien derecha"*. Estas clases -impartidas por modelos- tienen por objeto el que una futura modelo aprenda a desfilarse, desenvolverse y exhibir vestimentas en un desfile, prendas creadas por uno o más diseñadores que exhiben sus creaciones a través de las modelos que las lucen en este tipo de evento. La siguiente es una descripción de las indicaciones recibidas en una de estas clases⁷⁵:

"En una de las clases dadas por la propia Anamá, un sábado 19 de octubre del 2002, ésta nos dijo que, al término de curso, terminaríamos caminando "bien". En un principio, nos pidió a las alumnas presentes que caminásemos "normalmente", "como lo hacemos por la vida", es decir, caminando como si fuésemos por la calle. Después de observar nuestro andar, comenzaron sus correcciones: "Estás encorvada", "Tenés el hombro derecho más alto que el izquierdo", "Te olvidaste de mover los brazos" o "Los movés demasiado", "No hagas muecas con la boca cuando caminás", "No te muerdas los labios", "No mires para abajo sino para el frente como si estuvieses mirando al público".

Teniendo en cuenta las indicaciones recibidas en las clases de Pasarela puede decirse que la forma "correcta" de caminar es la siguiente:

Se debe comenzar a caminar desde un extremo de la pasarela desplazando, en primer lugar, el pie derecho acompañándolo con un suave balanceo del brazo izquierdo. Seguidamente, se adelanta el pie izquierdo combinándolo con el balanceo del brazo derecho y así sucesivamente. Los pies deben colocarse uno delante del otro al tiempo que los brazos apenas deben estar apenas separados del cuerpo moviéndolos levemente y cuidando de que uno no se mueva más que el otro. A las alumnas consideradas "altas", se les indica que deben dar pasos largos. Para ésto, se

⁷⁵ Esta descripción corresponde a las observaciones realizadas en el Diario de Campo.

debe mover la cadera: si se adelanta el pie derecho, se gira el lado derecho de la cadera hacia el mismo lado y así sucesivamente.

Los hombros deben estar a la misma altura, el torso erguido al igual que la cabeza. Desplazándose de esta manera, uno advierte que su abdomen se contrae. Incluso, estando sentadas se nos indica estar "*derechas*".

Podríamos considerar a la clase de Pasarela -en la cual se enseña a "*caminar bien*"- como un espacio en el cual se transmiten nociones de "urbanidad". Respecto a esto, Georges Vigarello (1989: 176)⁷⁶ describe cómo, con el objeto de brindar elementos de distinción para que las clases acomodadas se diferenciaron de las demás, fue conformándose una concepción de "urbanidad" en el contexto de la sociedad cortesana del siglo XVII, la cual implicaba un "auto control corporal": movimientos medidos, rectitud y control físico. El porte corporal se convierte en un elemento "escénico": el prestigio va unido a la postura, el cuerpo es un cuadro que está a la vista de todos. Es por esto que los movimientos espontáneos del cuerpo se reprimen en favor de una actitud y un comportamiento corporal controlado, lo cual constituye la esencia de las reglas de etiqueta: "llevar bien el cuerpo".

Podemos advertir, en la "*pasada*" que la modelo realiza en la Pasarela, el componente "escénico" mencionado. Su andar está orientado a causar una impresión en el público que asiste al desfile y, consecuentemente, que éste compre la ropa que la modelo desfila.

Es un andar, asimismo, condicionado por la brevedad: la modelo debe, a lo largo de pocos metros y en pocos minutos, lograr exhibir una prenda y, más aún, lograr que ésta se venda. Esta venta debe hacerse transmitiendo un andar "*elegante*" y "*femenino*", es decir, respondiendo a los ideales de "urbanidad" imperantes. En un desfile de "*pret-a-porter*", esta vigilancia puede relajarse un poco -hay más espacio para la espontaneidad-; en un desfile de "*alta costura*" se exagera: se debe desfilarse controlando que los movimientos sean lo más medidos y lentos posibles.

Este ideal de "medida" y "elegancia" transmitido desde la Pasarela -semejante al que Vigarello describe- está presente en las clases de "*Comportamiento Social*", las cuales serán tratadas posteriormente en este capítulo.

⁷⁶Vigarello, G.: *El adiestramiento del cuerpo desde la edad de la caballería hasta la urbanidad cortesana*. En Fragmentos para la historia del cuerpo humano. Editorial Taurus. 1989. Pág. 176

3.2.4. CLASES DE MAQUILLAJE

El curso de modelo de la Escuela dedica cuatro clases a la enseñanza de maquillaje. El análisis de los cosméticos que las alumnas deben llevar y el modo en el cual éstos deben ser utilizados, constituye un medio para entender valores relativos a los patrones de belleza y estética imperantes en el modelaje. A continuación, se describirán los cosméticos que la profesora de la clase -maquilladora a su vez- indicó llevar y las funciones de éstos⁷⁷:

"Corrector de ojeras: sustancia cuya función consiste, justamente, en disimular la presencia de ojeras. Esta crema también se aplica en los párpados, laterales de la nariz y comisuras labiales. Asimismo, se utiliza para disimular la presencia de acné o cicatrices en la piel.

Base líquida o cremosa: líquido del color de nuestra piel para ser aplicado en todo el rostro utilizando una esponja de látex de forma triangular.

Rimel negro: para ser aplicado en las pestañas.

Sombras: debe llevarse tanto una sombra oscura de color chocolate como una sombra clara de color blanco que serán aplicadas en los párpados, utilizando pinceles de cerda pequeña.

Polvo compacto o volátil: su función es fijar el corrector de ojeras a la piel. En la clase utilizamos dos tipos de polvos: uno más claro para los párpados, ojeras, nariz, mentón y el espacio entre la nariz y la boca llamado bozo mientras que el otro, más oscuro, es para el resto del rostro. Ambos tipos de polvos se aplican con un "cisne", un círculo de tela que cabe en nuestra mano, de textura muy suave.

Rubor: polvo para darle color principalmente a las mejillas. Se esparce utilizando una brocha, un cepillo de cerda algo mayor que la de los pinceles para las sombras.

Peine para delinear las cejas y pinza para depilar éstas"

Según Squiccarino (1970: 61)⁷⁸, el maquillaje constituye un medio de seducción utilizado por las mujeres:

"El arte de la cosmética, cuya raíz griega significa adorno, decoración, ha representado ya desde la antigüedad un modo de mostrar la propia individualidad y de comunicar mensajes. La cosmética ha sido empleada como lenguaje de seducción prevalecientemente por las mujeres y se remonta a la época en que éstas tenían que hacerse notar para que las eligieran como esposas y recurrían a uno de los pocos medios de atracción que les estaba permitido: captar las miradas y la atención del hombre con señales visuales llamativas"

⁷⁷ Esta descripción está basada en observaciones pertenecientes al Diario de Campo.

⁷⁸ Squiccarino, N.: *El vestido habla: consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Ediciones Cátedra. Madrid. 1970. Pág. 61

Para Baudrillard (1997: 96)⁷⁹, el maquillaje es funcional a los intereses de la moda y la creación de modelos de belleza. Tanto esta práctica como otras, tienen por fin disimular lo que de "salvaje" tiene el cuerpo e insertar sobre éste el "orden cultural":

"Tatuajes, labios distendidos, pies contrahechos de las chinas, sombreador de párpados, base de maquillaje, depilación, rimmel, a más de brazaletes, collares, joyas, accesorios: todo es bueno para reescribir sobre el cuerpo el orden cultural, y esto es lo que surte efecto de belleza"

El análisis de los cosméticos antes descritos muestran dos tendencias que funcionan conjuntamente. En una tendencia, la función del cosmético -por ejemplo, rimmel o rubor- consiste en otorgar color al rostro y destacar ciertos rasgos - ojos, labios, etc.- considerados objeto de seducción. En este caso, según Squiccarino, el maquillaje es concebido como adorno, ornamento facial para atraer miradas ajenas.

En la otra tendencia, la función del cosmético -por ejemplo, pinza para depilar o corrector de ojeras- es disimular rasgos concebidos como contrarios al modelo de belleza imperante actual⁸⁰: acné, manchas en la piel, los pequeños pelos de las cejas, etc.

En suma, una tendencia está dirigida a realzar rasgos faciales "legítimos", al tiempo que la otra trata de ocultar marcas faciales "ilegítimas".

3.2.5. CLASES DE PEINADO

El cabello de la cabeza debe estar bien cuidado, peinado y teñido. Esto último quiere decir que no deben advertirse "*raíces*" que muestren que ha sido tratado anteriormente con químicos con el fin de ser teñido⁸¹. Según Cristina, instructora de modelos, el pelo debe "*brillar*". Las señales que evidencian un cabello teñido, fue motivo para que una modelo, Catalina Rautemberg, fuese echada de un desfile por Roberto Giordano⁸². Del mismo modo, una de mis entrevistadas relató que fue echada de un desfile por un diseñador debido a que tenía una cicatriz en el brazo. La razón de

⁷⁹Baudrillard, J.: *Crítica de la Economía Política del signo*. Siglo XXI Editores. México- 1997. Pág. 96

⁸⁰Menciono modelo de belleza actual pues las cejas tupidas eran un rasgo apreciado en los años 80'. Recordemos la modelo Raquel Mancini y sus gruesas cejas que ostentaba orgullosamente.

⁸¹A pesar de que el color de pelo fue obtenido mediante químicos, éste debe parecer "natural".

⁸²Millberg, A.: "*Veo droga en todos lados*". Revista Noticias. Sección Personajes. 5-2-2000. Pág. 61. Roberto Giordano es un afamado peluquero argentino que, con frecuencia, realiza desfiles contratando a modelos argentinas conocidas.

la exclusión radicaba, según Mariela, en que el diseñador opinaba que su brazo era *"un espanto"*.

El cabello ha sido relacionado históricamente con "lo animal". De hecho, es uno de los varios elementos que tenemos en común con el resto de los animales. En este sentido, siguiendo la tesis de Baudrillard expuesta anteriormente, depilar tanto las cejas como otras partes del cuerpo supone eliminar rasgos de "salvajismo" presentes en el cuerpo.

Para Squiccarino (1970: 69)⁸³, el corte de las uñas o el pelo, la depilación o el peinado constituyen un tipo de "mutilación" o "deformación", eliminación forzada o modificación artificial de determinadas partes corporales. Lo que es considerado digno de ser "mutilado" varía a lo largo de las sociedades: en algunas partes del mundo se concibe como símbolo de "belleza" la extirpación de falanges o dientes.

En nuestra sociedad, el cabello que crece en nuestras piernas, axilas o ingle se opone al modelo de belleza vigente, por lo cual es extirpado. Lo contrario ocurre con la cabellera de la cabeza: ésta sí es digna de ser exhibida. En el caso de la Clase de Peinado impartida en el curso de la Escuela de Modelos, la cabellera constituye un elemento importante en la apariencia estética de la modelo. Así lo explica el peluquero que nos dio la clase correspondiente:

"Los peluqueros que dieron la clase señalaron que la modelo vende moda continuamente y, por este motivo, debe estar actualizada acerca de las últimas tendencias. Asimismo, comentaron que los peluqueros son los que imponen la moda y las modelos las que la exhiben y venden"

Los profesores de la clase insistieron en que debíamos animarnos a cambiar de *"estilo"*: teñirnos el cabello de una tonalidad diferente a la nuestra -preferentemente colores cobrizos- y cortarnos el cabello en pequeñas mechas irregulares, para otorgarle *"más movimiento"* a éste. Su justificación para tal sugerencia fue: *"Es lo que se usa"*. Recordemos la explicación del peluquero: éste impone la moda, las modelos la exhiben y venden por lo que debe exhibirse lo que *"se usa"*, lo que está de moda.

⁸³ Squiccarino, N.: Op. Cit. 1970. Pág. 69

3.2.6.CLASES DE "COMPORTAMIENTO SOCIAL"

"CEREMONIAL Y PROTOCOLO"

El concepto de "pulido" no se aplica solamente al cambio en el aspecto corporal, sino también al comportamiento. Las consignas recibidas en la Escuela de Modelos no pretenden sólo reglamentar cómo la modelo debe lucir sino también sus "modales" y fue en la última clase del curso, la dedicada a la enseñanza de lo que se llama "Ceremonial y protocolo", la que exploró especialmente este último aspecto. Según el profesor de esa clase:

"El término "Ceremonial" se debe, valga la redundancia, a la presencia de ceremonias y rituales presentes en la vida diaria. En nuestras sociedades muchos rituales -comunes en el pasado- han desaparecido -aunque subsisten algunos como, por ejemplo, el izamiento de la bandera-. Por el contrario, otras sociedades, en comparación con la nuestra, están llenas de éstos. A este respecto, mencionó el ejemplo de la película "El último emperador" donde se muestra cómo la sociedad china está repleta de rituales. La palabra protocolo viene del griego y hace referencia a la primera hoja de un escrito. Todavía se sigue usando esta palabra en el mundo legal. Asimismo, el protocolo es muy importante en el ámbito de la diplomacia"

En esta clase, el profesor enseñó varias reglas de etiqueta que deben ser implementadas al concurrir u organizar eventos. Asimismo, indicó normas a observar en la vida diaria relativas al modo de caminar por la calle, dirigirse a un mozo en un restaurant, vestirse para una cena formal o entrevista laboral y saludar en diferentes situaciones. Todas estas reglas varían de acuerdo al contexto y la compañía. Tal como la expresa el profesor:

"Al ir por la calle un hombre y una mujer, ésta debe ir del lado más cercano a la pared. Esta norma se remonta a la época en donde transitaban carros por la vía pública y la mujer debía ser protegida de las salpicadoras que éstos ocasionaban. Otra explicación posible se debe a que, como en épocas anteriores no habían cloacas, la gente arrojaba los desechos por los balcones por lo que la mujer debía ser guarecida de estos "peligros". Si van dos hombres y una mujer, ésta debe ir en el medio de los dos y si van mujeres, la mayor debe ir del lado de la pared.

Otra norma del mismo tipo es la que rige al estar en una fiesta: una mujer no debe pararse nunca para saludar a un hombre a menos de que éste sea un anciano. Es notorio el hecho de que el comportamiento de la mujer esté supeditado a la presencia del hombre: en un restaurant, la mujer nunca debe dirigirse al mozo para hacer el

pedido de la comida ella misma, sino que debe comunicarse con éste a través de su acompañante. En relación a estas normas, el profesor comentó:

"A pesar de todo el movimiento de liberación femenina, las mujeres todavía aprecian estos gestos de caballerosidad".

Teniendo en cuenta el concepto de "socialización" expuesto al comienzo del trabajo, puede afirmarse que las Escuelas de Modelos constituyen un espacio en donde este proceso se "pone en acción". En este sentido, Mari Luiz Esteban (2000: 223)⁸⁴ señala:

"Las agencias y escuelas de modelos y centros afines, así como las revistas especializadas o dirigidas sobre todo a las mujeres tienen una función muy importante de socialización y aprendizaje para las mujeres: son espacios donde ellas aprenden a "comportarse y presentarse en sociedad"; el equivalente moderno de las antiguas "escuelas de señoritas", pero dirigidas en nuestro caso a todo tipo de mujeres y condiciones sociales"

Las Agencias y Escuelas de modelos, en tanto espacio de "socialización", suponen la incorporación de la modelo en un nuevo estilo de vida. Adoptar un estilo de vida, según Bourdieu (1998: 172)⁸⁵, implica percibir el mundo circundante de acuerdo a sistemas de signos socialmente calificados. Los estilos de vida son, según este autor (1998: 169)⁸⁶, productos del "hábitus"; definido como la relación entre las prácticas u obras propias de una cierta clase social y el sistema por el cual estas prácticas u obras se ubican en esa misma clase. El hábitus incluye tanto los objetos u acciones que generan individuos de una misma clase social así como la apreciación y clasificación de esos mismos objetos u acciones de acuerdo a esa clase. Así, la elección de vestuario, los espectáculos a los cuáles se asiste, los gastos que se hacen para modificar el aspecto físico, los alimentos que se ingieren, el modo de comerlos y otros tantos actos de la vida cotidiana están -según Bourdieu- determinados por la adscripción a la clase social.

Las antiguas "escuelas de señoritas" mencionadas por Esteban consistían en instituciones que brindaban una especial educación para mujeres en lo relativo a "tareas domésticas": lectura y escritura de la doctrina cristiana, costura y bordado así como también, en ocasiones, clases de urbanidad. El términos generales, la

⁸⁴Esteban, M.: Op. Cit. 2000. Pág. 223

⁸⁵Bourdieu, P.: Op. Cit. 1998. Pág. 172

⁸⁶Bourdieu, P.: Op. Cit. 1998. Pág. 169

"enseñanza" impartida en estas instituciones apuntaba a preparar a la mujer en lo relativo a sus funciones como futura ama de casa: cuidar a los futuros hijos, aprender a administrar la economía del hogar, etc.

Si bien existen diferencias entre los objetivos de estas instituciones y el de las escuelas o agencias de modelos -las primeras pretendían que la mujer se desempeñe lo mejor posible en el marco del hogar mientras que las segundas, aggiornadas a los tiempos actuales, apuntan a que ésta lo haga en el mundo laboral-; las emparenta el hecho de "socializar" a la mujer, de dictar normas en lo referente a roles de género. En el caso del Modelaje, el ideal de "femineidad" que se transmite supone tanto tener un cuerpo "percha" -un cuerpo con pocas "formas" en el cual las prendas quepan sin problemas- como el observar ciertas reglas de comportamiento.

En el libro escrito por Sara Montes⁸⁷, "El código social Argentino" publicado en 1918, se describen numerosas reglas de urbanidad, entendida ésta como la educación que un individuo necesita para ejecutar el "trato social" o "comercio de la vida educada". Para esta autora, el desacato a las reglas de protocolo implica conspirar contra la existencia de la sociedad. Cabe destacar que muchas de las reglas protocolares formuladas en este libro son semejantes a las impartidas por el profesor de la Escuela. Puede afirmarse, así, que se enseñan pautas de conducta de inicios de siglo XX a adolescentes de inicios del siglo XXI.

Enseñar a una futura modelo normas de "urbanidad" implica, pues, transmitirle un conjunto de reglas legitimado por una clase social, concebidas como la "educación" excluyendo comportamientos que no se corresponden con el estilo de vida que esa clase propone⁸⁸.

"TRANSFORMACIÓN" Y "ASCENSO SOCIAL"

"MY FAIR LADY"

Elisa, profesora de Pasarela, constantemente insistía en sus clases sobre el "ser *femenina*". Preguntándole acerca del significado de este término, respondió:

⁸⁷Montes, S.: *Código Social Argentino*. Cabaut y Cia. Editores. Buenos Aires. 1918. Pág. 117

⁸⁸En una clase de pasarela, la profesora comentó que, en el caso que lo deseáramos, en la próxima clase podíamos llevar música para desfilar. Cuando algunas alumnas preguntaron que tipo podíamos llevar, aquella contestó: "Cualquiera, no importa, tampoco se les ocurra traer Ráfaga". Ráfaga es el nombre de un grupo musical que interpreta Cumbia. Esta aclaración muestra cómo opera, incluso en la elección de la música, la discriminación entre gustos y estilos de vida "legítimos" e "ilegítimos" acorde a la concepción de una clase social determinada.

" (...) Es bueno que hagan al curso ahora, en este momento que son adolescentes, porque las chicas se copian mucho de los varones, entonces, su forma de hablar, "che boluda", eso ya no es femenino o de empujarlo cuando hablan, claro, obviamente eso es propio de la edad pero si vos, en tu casa, tu madre te dice: sentate bien, cruzá las piernas, no te abras de piernas por más que tengas pantalones, podés tener los pies cruzados que eso es femenino"

Varios entrevistados describieron el proceso de "transformación" que sufren las modelos en su aprendizaje, utilizando diferentes expresiones: "pulido", "metamorfosis", etc. Javier -fotógrafo- hizo uso de esta última, refiriéndose al caso de una chica que, al principio de su transformación, *"se comía las eses, vestía la camiseta de Boca⁸⁹ y hablaba como un camionero"*. En relación al proceso mencionado, Javier señaló:

"(...)Tenés chicas que vienen de Córdoba y terminan hablando como una abuela retardada de Avenida Alvear⁹⁰"

Giselle, ex modelo, comentó asimismo el caso de una compañera de la Escuela de Modelos quien, en su opinión, era un "arado", es decir, *"una bestia hablando"*, lo cual ocasionaba las burlas de sus pares. Al asistir a reuniones sociales, sus compañeras le pedían: *"Por favor hacenos quedar bien..."*. Para Giselle existía una contradicción entre la belleza de esta chica y su manera de dirigirse a la gente:

" (...) Vos la veías y no era acorde con su figura y era súper fina, súper mona, te la imaginabas sentada toda linda y de repente te hablaba y te pegaba un sopapón"

El proceso de "transformación" o "pulido" implica el pasaje de un estado "bestial" a uno de "refinamiento". Los fragmentos anteriores permiten concebir al Modelaje como un medio para "ascender socialmente"⁹¹ incorporando prácticas consideradas propias de la clase alta.

En ciertos aspectos, la "transformación" que las modelos experimentan es semejante a la que describe Bernard Shaw⁹² en su obra teatral "Pygmalión". En este libro se trata la "instrucción en buenos modales" que recibe Eliza Doolittle, una florista de la clase baja inglesa en manos de Mr. Higgins, un caballero de la clase alta inglesa del siglo XIX quien pretende transformar a Eliza en una "dama de sociedad".

⁸⁹ Club Deportivo de Fútbol ubicado en el barrio porteño de Boca, al sur de la Ciudad de Buenos Aires.

⁹⁰ Avenida ubicada en un barrio de alto poder adquisitivo de la ciudad de Buenos Aires.

⁹¹ El concepto de "ascenso social" está desarrollado en el siguiente capítulo.

⁹² Shaw, G. B.: *Pygmalión*. Centro Editor de América Latina. Buenos Aires. 1980. Pág. 22

La primera tarea de Mrs. Pearce, ama de llaves de Mr. Higgins, será bañar a Eliza ya que, según ésta⁹³, se es una "dama" cuando se está "limpia", "pulcra" y "decente". Durante el baño, Mrs. Pearce quema las prendas que la chica llevaba al momento de presentarse en esa casa -vestimenta que indica su "sucio pasado"- con el objeto de que la "nueva Eliza" no sienta la tentación de volver a vestirlas.

Varias expresiones en la obra de Shaw describen el proceso de "*pulido*" que Eliza experimenta. Antes de éste, es una muchacha "descuidada", "vulgar" y "sucia". Luego de seis meses de duro entrenamiento en manos de su profesor, aprende a comportarse como una "dama", "duquesa". Es una joven "respetable y limpia" que puede tratar perfectamente con personas de la clase alta si así se lo propone.

Al igual que sucede con Eliza, la alumna que acude a la Escuela de Modelos atraviesa un proceso de "*transformación*", en el cual su pasado "*descuidado*" es "eliminado"; haciéndole conocer el "ideal de mujer" imperante (ser "*femenina*"). Esto supone aprender un conjunto de reglas para hablar, comer, saludar, etc.; consideradas imprescindibles para conducirse en situaciones en las cuales debe interactuar "socialmente".

El "rito de pasaje", que media entre el "antes" y el "después" del proceso de "socialización", implica tanto modificar medidas y marcas corporales -reducir centímetros, depilar cejas, teñir cabellos, etc.- como el comportamiento, mediante la enseñanza de reglas de urbanidad necesarias para alternar con personas ya conocedoras de esas reglas. En suma, se "educa" a la modelo para que sea una "dama", capacitada para tratar con otras "damas" y "caballeros".

3.2.7. EL "ESTILO PERSONAL"

Tal como lo hizo el profesor de la Clase de Peinado, Elisa -profesora de Pasarela, recomendó también en una clase "*cambiar de estilo*" señalando a una alumna como ejemplo de tal "*cambio*":

"Elisa nos comentó que debíamos elaborar nuestro propio "estilo", cortándonos el cabello o de cualquier otro modo. A modo de ejemplo, señaló el caso de una chica de la clase que se había teñido el pelo de color zanahoria. Elisa dijo a modo de elogio: 'Esta chica antes era una "nada" y ahora es completamente diferente'"

⁹³Shaw, G. B.: Op. Cit. 1980. Pág. 28

La categoría "estilo" es continuamente utilizada en el Modelaje. Es norma imperante crear el "estilo personal". En este sentido, Giselle -ex modelo quien, en cierto momento trabajó dando clases en la Escuela de Anamá Ferreira- señaló las indicaciones que se les daban a las alumnas:

"(...) lo que motivábamos a las chicas era a que buscaran su propio estilo (...) que puedan sacar de ellas lo que a ellas les gusta y lo que a ellas les parece que les queda bien (...) creo que una agencia, una escuela de modelos no te a enseñar nada nuevo que vos no tengas, creo que esto de encontrar tu estilo tiene que ver con sacar lo más femenino tuyo que tengas, encontrar tu veta, tu propio estilo, tu propia mujer"

Daniela -modelo y alumna de la agencia de Anamá Ferreira- comentó respecto del "estilo":

" (...) lo que cada una tiene que hacer es tener su estilo y manejarse con ello (...) cada una sabe como vestirse y con lo que se siente bien, o sea, no tenés necesidad de vestirte de tal manera sino de que cada una se maneje como es"

La mayoría de los entrevistados conciben al "estilo" como algo "propio" de la modelo, es decir, es ésta misma quien lo va elaborando. En las clases de Pasarela, cuando alguna alumna, caminaba de una manera que se consideraba "diferente" a la del resto de las chicas pero que no discordara con lo considerado "elegante", se le hacía notar que tenía un "estilo personal" de caminar y estimulaba a desarrollarlo.

La noción de "estilo" puede ser abordada teóricamente, utilizando el concepto de consumo formulado por Jean Baudrillard (1999: 224)⁹⁴. El consumo supone una manipulación constante de signos. Algo se convierte en objeto de consumo al volverse signo, en el contexto de una relación en la cual adquiere carácter de significante. El objeto adquiere su valor en relación a otros objetos signos, es consumido en función de su diferencia respecto a otros objetos.

Según Baudrillard, la diferencia constituye el medio para determinar la valía de un objeto en la sociedad actual. De esta manera, puede entenderse a la formación del "estilo" de la modelo como elemento esencial para diferenciarse del resto de sus pares y, consecuentemente, ser valorada.

Dado que existe en la actualidad una gran cantidad de modelos a ser seleccionadas, diferenciarse se convierte en una estrategia para "destacarse" del resto. La formación del "estilo" constituye, en el marco del modelaje, un recurso para

⁹⁴Baudrillard, J: *El sistema de los objetos*. Siglo XXI Editores. México. 1999. Pág. 224.

"llamar la atención" y ser "consumida"⁹⁵. La modelo, como profesional, es consciente de la existencia de un público que la está observando continuamente -en un desfile, comprando publicaciones donde aparecen sus fotos, etc.- por lo que debe exhibirse continuamente. Es, de hecho, una profesional cuyo trabajo se basa en atraer la mirada ajena. Tiene que lograr que el público la "identifique" y considere "diferente" del resto de sus pares. Debe, en definitiva, evitar pasar desapercibida por todos los medios pero sin alejarse de los parámetros de "elegancia" que se manejan en el Modelaje: caminando de una cierta manera, cortándose el cabello de una cierta manera, tiñéndoselo de un color distinto, etc. La regla implícita, pues, es ser diferente, no ser una "nada".

La presión por tener un "estilo" puede ser considerada un aspecto más del proceso de "socialización" que se ha venido tratando a lo largo de este capítulo. La insistencia en ser "diferente" de los otros forma parte así del conjunto de normas relativas a la "educación" que la futura modelo recibe.

4. COMENTARIOS FINALES DEL CAPÍTULO

El objetivo propuesto en este primer capítulo consistía en describir las prácticas que las alumnas de la Escuela incorporan con el fin de ser modelos, el proceso de "socialización" que atraviesan.

Esta "socialización" supone, en primer lugar, conocer el valor que tienen las medidas en el Modelaje. Magnitudes como la altura, el peso, la cintura, busto o caderas adquieren relevancia pues constituyen parámetros para trabajar en este Mundo. La joven "socializada", consciente de que su cuerpo es una herramienta que debe ser en extremo cuidada, incorpora un nuevo estilo de vida, el cual implica conocer determinados criterios dietéticos y practicar sistemáticamente ejercicio físico para adecuarse a las magnitudes solicitadas.

En segundo lugar, se aprenden las implicancias de ser una "figura pública" lo que significa darse cuenta de que se es continuamente mirada, juzgada o evaluada por un público. Tanto en el espacio de la pasarela donde el público está presente al momento de la exhibición como en el espacio de la publicidad donde el público es virtual pero, igualmente, está ahí, toda su persona será observada por ojos ajenos. Es en

⁹⁵ La categoría "llamar la atención" en relación con la temática del consumo será tratada en el siguiente capítulo.

razón de este público, que se desarrolla un "*estilo propio*" para ser diferente de sus pares y así ser solicitada en tanto trabajadora.

En tercer lugar y en relación con esta predominancia de lo visual, aprenderá que deberá ser -antes o después- "*pulida*". Esto quiere decir que no sólo sus medidas corporales sino también sus rasgos faciales y su comportamiento serán pasibles de ser "*perfeccionados*" en relación a la existencia de criterios estéticos imperantes que dictaminan lo que debe ser una mujer. Asimismo, se adecua el aspecto y comportamiento de la modelo en función de un determinado estilo de vida acorde a los gustos impuestos por una cierta clase social como "legítimos".

En síntesis, la modelo en tanto "construcción social" constituye una figura "medible", "perfectible" y "observable" y es el proceso de "*pulido*" o "rito de pasaje" descrito en el capítulo el que posibilita tal "construcción".

CAPÍTULO 2: EL MUNDO LABORAL DE LA MODELO

"Mi cuerpo es mi empresa"

Natalia Graciano

1. LA "CONCIENCIA PRÁCTICA" LABORAL

En el capítulo anterior, se trató sobre el "entrenamiento educativo" recibido por las alumnas de una escuela de modelos, el cual tiene por fin "educar" a éstas para que puedan trabajar en el Modelaje. Cabe aclarar, sin embargo, que este no es el único medio de ingreso a este mundo: algunas jóvenes están en condiciones de insertarse en el ámbito laboral, sin necesidad de acudir a una Escuela, sino directamente a una Agencia de Modelos.

El objetivo de este capítulo es analizar la "lógica" que gobierna las prácticas laborales de las modelos, tanto con respecto al cuidado de su cuerpo como a sus conductas en el contexto de su vida cotidiana. Es decir, se intentará comprender, retomando el término de Giddens (citado por Lins Ribeiro (1989: 68)⁹⁶), la "conciencia práctica" con la cual las modelos operan en su vida cotidiana. Este término implica:

"Lo que los agentes saben sobre lo que ellos mismos hacen, y porque lo hacen (sus conocimientos como agentes) es altamente desarrollado en conciencia práctica. La conciencia práctica es todo lo que los actores saben tácitamente como proseguir en los contextos de la vida social sin poder darle expresión discursiva directa"

Mucho se comenta acerca de la vida "glamorosa" de las modelos pero poco de su vida cotidiana como trabajadoras. En este sentido, Esteban (2000: 230)⁹⁷, señala la importancia que los medios de comunicación otorgan a los aspectos considerados "positivos" de su existencia -éxito, fama, viajes, ganancias económicas, etc- omitiendo los aspectos más duros -estres, disciplina alimentaria, etc.-.

El presente capítulo pretende aportar otra mirada acerca de la atención que la modelo presta al cuidado de su cuerpo -a primera vista, puede parecer "frivolidad", cuando en realidad es la manera de preservar la herramienta fundamental de trabajo-. A continuación, se describirán y analizarán las prácticas que realizan estas mujeres relativas al mencionado cuidado.

⁹⁶Lins Ribeiro, G.: *Descotidianizar. Extrañamiento y conciencia práctica. Un ensayo sobre la perspectiva antropológica*. En Cuadernos de Antropología social. V2 N° 1. Sección Antropología Social. Instituto de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras. UBA. 1989. Pág. 68

⁹⁷Esteban, M.: Op. Cit. 2000. Pág. 230

2. EL CUERPO COMO EMPRESA

2.1. EL CUERPO COMO HERRAMIENTA

La práctica de ejercicio físico y la selección de los alimentos constituyen uno de los elementos fundamentales de este cuidado. En este sentido, Natalia Graciano⁹⁸, quien considera a su "cuerpo como su empresa", comenta que -por lo menos una vez al año- se hace un chequeo médico, hace gimnasia y come "más sano".

Dolores Barreiro⁹⁹ señala -en una entrevista dada a la Revista Gente- que realiza gimnasia en su casa tres veces por semana, al tiempo que acude a un gimnasio a hacer aparatos. Paralelamente, dejó de comer -tal como ella las denomina- "porquerías": chocolates, helados, etc. Después de dar a luz a su hijo, su agente de modelos -Pancho Dotto- la llamaba continuamente para preguntarle si estaba haciendo gimnasia. Tal perseverancia en hacer ejercicio físico y régimen tiene una razón¹⁰⁰:

"Me dediqué a full a la gimnasia y el régimen, porque quiero estar bien. Si no laborara en esto, por ahí me hubiera relajado unos meses más. Igual estoy bien otra vez – sensual, con la cola más parada – porque me maté para estar 10 puntos"

En una nota de la Revista Gente, el periodista le pregunta a Pancho Dotto¹⁰¹, cual es el "secreto" para que una modelo llegue a ser la "número uno" a lo cual el entrevistado responde:

"Además de ser lindas y tener buen físico, la perseverancia. Todas las chicas que te nombré antes llegaron porque se matan: entrenan todos los días, se cuidan. Cualquiera puede tener las piernas de Dolores Barreiro, así de marcadas, pero tiene que sacrificarse, comer bien, entrenar, ir al dermatólogo, a la peluquería, no tomar, no fumar, porque de eso depende su trabajo. Ellas venden salud. Las que no llegan es porque no perseveran, son vagas"

Elisa, profesora de las Clases de Pasarela de la Escuela de modelos de Anamá Ferreira es, al mismo tiempo, modelo. En una ocasión, luego de asistir a su clase, le pedí que me concediera una entrevista a lo cual accedió cordialmente. En ella, le pregunté cómo era un día típico en su vida en relación a su actividad como modelo.

⁹⁸Hierro, G.: "Soy una chica que no se entrega fácilmente". Revista Noticias. Sección Personajes. 23-12-2000. Pág. 70

⁹⁹Sallas, R.: "Ahora me siento más mujer". Revista Gente. 24-07-2001.

¹⁰⁰Sallas, R.: Op. Cit. 24-07-2001.

¹⁰¹Tauro, M.: "Dotto se puso profundo". Revista Gente. 10-2-99. Pág. 78

Durante la mañana Elisa realiza las siguientes actividades: se levanta, se limpia el rostro, se lava los dientes, procura desayunar "sano" -bebiendo leche o comiendo cereales- y acude al gimnasio -aunque también comentó que hace Yoga y, en ocasiones, sale a caminar una hora-. Luego del ejercicio físico, vuelve a su casa, toma una ducha y se dispone a almorzar: por lo general come arroz, pastas o pescado hervido. Según esta modelo, la alimentación es muy importante pues: *"lo que vos comés es después la piel que tenés"*¹⁰².

Las actividades habituales de la tarde son las siguientes: acudir a alguna "prueba de ropa"¹⁰³, ir a la depiladora "para que te pula", la cosmetóloga, la pedicura o a la manicura para "hacerse" las manos.

A la noche, vuelve a su casa. Si puede, se da un baño de inmersión, cena, hace algunos llamados de teléfono e intenta acostarse "temprano".

La mayoría de las actividades descritas por esta modelo deben realizarse regularmente: la visita al gimnasio debe hacerse dos o tres veces a la semana, la visita a la manicura y a la pedicura, por lo menos una vez a la semana.

Tanto en relación con la selección de los alimentos como con el ejercicio físico, la sistematicidad adquiere una especial importancia. El cuidado otorgado al cuerpo no debe ser esporádico, sino constituir parte integral de la rutina laboral diaria de la modelo. El camino para ser una "número uno" supone esforzarse, sacrificarse, llegar incluso a "matarse" para estar "diez puntos"; lo contrario es "vagancia". La "perseverancia" implica hacer del cuidado corporal, una rutina diaria, semanal o mensual.

Implementar esta rutina significa adoptar la división de los alimentos en "sanos" o "porquerías". Los criterios de "sanidad" tienen que ver con evitar las frituras, grasas, hidratos de carbono, etc y optar por vegetales, frutas, agua, etc. Observar esta rutina -recordemos lo tratado en el capítulo anterior- influye directamente en el mantenimiento de las medidas corporales requeridas para trabajar como modelo.

¹⁰² La relación de causa-efecto entre alimentación y tipo de piel fue explicitada en la clase anterior a la entrevista. Elisa comentó que debíamos evitar las frituras así como alimentos que contengan ajo o cebolla pues, el aroma de éstos, se transmitía a la piel y, consecuentemente, a la prenda que se estaba utilizando.

¹⁰³ El término prueba de ropa refiere al momento en que la modelo, antes de realizar un desfile, se prueba las prendas que lucirá en éste.

El "mandato social" de estar delgada no está dirigido sólo a los modelos sino a todas las mujeres. En este sentido, Lipovetsky (1999: 123)¹⁰⁴ señala la creciente generalización de las actividades físicas para mantenerse en forma, que se han difundido en las sociedades occidentales. Según el autor, las mujeres en el mundo actual, rechazan la idea de tener un cuerpo flácido, buscan estar esbeltas, por lo que restringen su alimentación y practican sin descanso ejercicios corporales. No se trata solamente de evitar estar "gorda" sino de trabajar para lograr un cuerpo firme, musculoso y tonificado.

Esta concepción, según Lipovetsky (1999: 128)¹⁰⁵ se contrapone a la imperante en épocas anteriores, en las cuales la corpulencia femenina era positivamente valorada por estar asociada a la fecundidad, al destino reservado a las mujeres: tener hijos. La fobia actual a las carnes adiposas refleja el afán por disimular esa corpulencia y la búsqueda de la delgadez, refleja el rechazo a la maternidad como fin único de la mujer. Asimismo, da cuenta de un enorme deseo por mantener absoluto control sobre el cuerpo propio. El mantenimiento de la línea y la práctica de ejercicio físico que implementan sin descanso los individuos en la actualidad hacen de éstos "empresarios" de sus cuerpos (1999: 129)¹⁰⁶.

El esfuerzo que la modelo hace por auto-gestionar su aspecto físico convierten a ésta –tal como Lipovetsky lo expresa- en "empresaria" de su cuerpo. Esta auto-gestión es parte inherente de su propia profesión; la cual, de acuerdo a Naomi Wolf (1991: 34)¹⁰⁷, podría ser calificada como de "exhibición". Según esta autora, la remuneración económica que una "profesional de la exhibición" percibe está en función de su aspecto físico.

Dolores Barreiro -modelo- da cuenta de la importancia que el cuidado corporal tiene: "*Si tuviese otra profesión, podría haber relajado la auto vigilancia*". Dejar de "hacerse" la manicura, el cuidado de los pies o abandonar la dieta significa, para la modelo, desatender la propia herramienta de trabajo, su propia "empresa", implica descuidar las posibilidades de tener trabajo a futuro.

En tanto no se comprenda que el cuerpo es la herramienta de trabajo por excelencia en esta profesión, se seguirá interpretando la atención que se le presta a

¹⁰⁴Lipovetsky, G.: Op. Cit. 1999. Pág. 123

¹⁰⁵Lipovetsky, G.: Op. Cit. 1999. Pág. 128

¹⁰⁶Lipovetsky, G.: Op. Cit. 1999. Pág. 129

¹⁰⁷Wolf, N.: *El mito de la belleza*. Editorial Emecé. Barcelona. 1991. Pág. 34

ésta como "frivolidad" y no como parte del trabajo mismo. Escuchar a una modelo hablar constantemente de la atención otorgada a su cuerpo, lleva a pensar, a primera vista, que sus temas de conversación son "vacuos" pero, al introducirnos en su mundo cotidiano, advertimos que está describiendo su mundo laboral: sus exigencias, satisfacciones, desencantos, expectativas, etc.

En base a la descripción del día típico de la modelo expuesta anteriormente, pueden clasificarse dos tiempos de trabajo en la vida de la modelo: uno "visible" y otro "invisible". El primero corresponde a la jornada de trabajo -una sesión de fotos, un desfile, etc.- donde es retribuida con dinero. El segundo, "invisible", es el tiempo invertido en cuidar su aspecto físico; el cual, a pesar de no ser recompensado económicamente, es necesario para que la modelo sea requerida laboralmente. Es decir, el tiempo invisible es funcional al tiempo visible.

Es preciso aclarar que esta división no es exclusiva del trabajo de modelo. Consideremos el trabajo del intelectual: si bien percibe un salario -en el caso de que lo reciba-, necesita invertir tiempo y dinero para comprar, por ejemplo, libros necesarios para aumentar su conocimiento o asistir a cursos o seminarios, los cuáles serán útiles en su tiempo "visible".

La estricta división entre "tiempo de trabajo remunerado" y "tiempo de ocio" debería ser revisada en vista de las actividades que, si bien no son pagas, son funcionales a la jornada laboral retribuida en dinero.

2.2. LAS MEDIDAS CORPORALES

Tal como se recordará, las modelos deben cumplir con dos requisitos inmodificables, relativos a la edad y la altura, es decir, deben ser jóvenes, altas y, a la vez, tener unas proporciones lo más cercanas posibles al formato 90-60-90. La edad y la altura son el primer "filtro" para ingresar al mundo del modelaje. Tal "filtro" separa a "los que entran" de "los que se quedan afuera".

Dada la significación que adquieren las magnitudes en el contexto del Modelaje, es necesario preguntarse cuáles son los motivos por los cuales la medición corporal constituye el criterio para evaluar a la modelo, interrogante que se intentará responder a continuación.

En relación a las medidas corporales mencionadas, Susana Saulquin (1999: 117)¹⁰⁸ explica como, en la sociedad industrial, la obsesión por aumentar la producción y el consumo llevan a hacer del vestido un objeto seriado. El vestido se impone por sobre la persona que lo viste, haciendo que ésta deba adaptarse a las necesidades de quienes dirigen el sistema de la moda y no al revés. El cuerpo debe así disciplinarse forzosamente a los mandatos de la cultura de masas aplanándose, homogeneizándose y adelgazando hasta asexuarse, para conformar -subordinado al vestido- la imagen que exige la sociedad. Los intereses de la sociedad industrial, regidos por una óptica mecanicista de la naturaleza, llevan a que el cuerpo sea percibido como un objeto económico y explotado en base a esta percepción (1999: 123)¹⁰⁹.

Enrique Valiente (1998: 72)¹¹⁰ (autor que ha estudiado las enfermedades de la alimentación -bulimia y anorexia-) señala que las exigencias del proceso serial productivo y del mercado imponen esta homogeneización de los cuerpos con el fin de construir medidas, parámetros, prototipos de lo humano y escalas uniformes de lo mensurable.

Asimismo Michel Foucault (1976: 32)¹¹¹ sostiene:

“Este cerco político del cuerpo va unido, de acuerdo con unas relaciones complejas y recíprocas, a la utilización económica del cuerpo: el cuerpo; en buena parte, está imbuido de relaciones de poder y de dominación como fuerza de producción; pero en cambio, su constitución como fuerza de trabajo sólo es posible si se halla prendido en un sistema de sujeción (en el que la necesidad es también un instrumento político cuidadosamente dispuesto, calculado y utilizado). El cuerpo sólo se convierte en fuerza útil cuando es a la vez cuerpo productivo y cuerpo sometido”

El cuerpo de la modelo -requerido para exponer prendas y otros fines- es un objeto productivo, desde el momento en que su uso reporta un beneficio económico tanto para aquella como para otros integrantes del mundo del Modelaje. La modelo (en mayor medida que otras mujeres) debe adecuar sus formas corporales a las necesidades de quienes dirigen y establecen las normas vigentes en el sistema de la moda. El cuerpo -objeto productivo según Foucault- es funcional a otro objeto, la prenda y, en base a esto, precisa ser mensurable para responder a las necesidades del sistema industrial vigente.

¹⁰⁸Saulquin, S.: *La moda, después*. Instituto de Sociología de la moda. Buenos Aires. 1999. Pág. 117

¹⁰⁹Saulquin, S.: Op. Cit. 1999. Pág. 123

¹¹⁰Valiente, E.: Op. Cit. 1998. Pág. 72

¹¹¹Foucault, M.: Op. Cit. 1976. Pág. 32

Como ya fuera expuesto en el capítulo anterior, es en el mundo de la "alta costura" donde el "imperio" de las medidas -especialmente la estatura- es aún más estricto: la modelo debe medir indefectiblemente más de un metro setenta y cinco y ser lo más delgada posible. Conforme más alta sea, con más seguridad podrá insertarse en mundo de la "*Pasarela*".

Las explicaciones que los entrevistados me dieron respecto a esta preferencia por la altura recaían generalmente en la afirmación: "*La prenda le va a caer mejor a una modelo alta que a una petisa*". Es curiosa esta argumentación circular: las modelos de "*Pasarela*" deben ser altas y delgadas para exhibir prendas pero éstas están hechas justamente para tal tipo de modelos.

Así como de un objeto productivo deben conocerse sus magnitudes, también debe conocerse su duración; es decir, en que momento comenzará a desgastarse y deberá ser reemplazado por otro. Esta afirmación nos lleva a tratar nuevamente la temática de la edad de la modelo como requisito inmodificable de ingreso al Modelaje.

Manzini (1990: 185)¹¹² explica que en los países capitalistas, la duración de los objetos tiene que ver menos con la duración física del objeto en sí, que con la presencia de otros factores que determinan su "antigüedad". Se plantean dos tipos de "obsolescencia"; una relacionada con la función -un objeto es reemplazado por otro, no porque ya no funcione, sino porque no funciona a igual nivel que el nuevo- y otra con la imagen -se lanza al mercado un nuevo objeto similar a los anteriores, en lo que respecta a sus prestaciones, pero distinto en cuanto a su valor de "actualidad". Es decir, simplemente desplaza a los "viejos" porque es "nuevo". En relación a la temática que estamos tratando, hay que inclinarse por el segundo factor: la modelo y su cuerpo -el cual vimos que es un objeto económico- es reemplazado por otra "nueva" modelo con mayor valor de actualidad, independientemente del hecho de que la modelo "vieja" pueda seguir perfectamente cumpliendo su labor como modelo.

La presencia del tiempo -expresada en la edad- y el espacio -presente en las medidas corporales- determinan la "vida útil" del cuerpo de la modelo, haciendo que ésta consiga o no trabajo en ciertas áreas del Modelaje. La sociedad industrial convierte al cuerpo de la modelo en un objeto sujeto a los mandatos de medición y, a la modelo en una trabajadora, indefectiblemente sometida a las magnitudes.

¹¹²Manzini, E.: *Artefactos*. Ediciones Cetesté. Madrid. 1990. Pág. 185

3. LA "ÉTICA" DEL TRABAJO

Como *"profesional"*, la modelo no sólo debe atender al cuidado de su cuerpo, sino también responder a un "tipo ideal" de comportamiento para ser así bien conceptuada y requerida en el mercado de trabajo. Este "tipo ideal" combina varios principios a seguir en la profesión tales como responsabilidad, esfuerzo, puntualidad, etc.

El término "tipo ideal" es utilizado en base a la "construcción de los tipos ideales" formulada por Max Weber¹¹³ en su escrito "Economía y Sociedad". En relación al modo en cómo se construyen estos "tipos", Giddens (1994: 238)¹¹⁴ señala:

"Un tipo ideal se construye mediante la abstracción y la combinación de un número indefinido de elementos que, aunque se encuentran en la realidad, rara vez o nunca se descubren de esta forma específica".

A continuación, se analizará el "tipo ideal" de modelo *"profesional"* que impera en el Modelaje. En tal sentido, Susana Giménez¹¹⁵ (conductora en la actualidad de un programa de televisión) describe su conducta laboral cuando trabajaba como modelo:

"Como decía Andy Warhol, quince minutos de éxito los tiene cualquiera, pero otra cosa es toda una vida de éxitos. Es un mix de todo. Es querer, es auto disciplina. Hay algo de suerte -eso también es importante- pero también hay que ser muy profesional. Me acuerdo de modelos que trabajaban conmigo y todo el tiempo '¿A qué hora terminamos? No, tengo frío... No, esto no porque mi novio...'; Y claro, después no las llamaban nunca más. Yo, en cambio, si había que estar a las seis "en bolas", en bikini, en pleno julio, ahí estaba"

Como afirma Yamila Arballo¹¹⁶ -modelo- *"todo depende de uno"*. La modelo *"debe poner todo de sí"*, sino *"no va a pasar nada"*.

"Poner de sí" significa:

"Responsabilidad, esfuerzo. Ser puntual es re importante (sic.). El cliente eso lo tiene muy en cuenta. Cuanto más responsable y más cuidadosa sos, te ayuda más"

Las clases de fotografía de la Escuela a las cuales asistí, abundaron en indicaciones respecto a lo que se considera como *"profesionalidad"*: llegar puntual a la sesión señalada, con *"ganas de trabajar"* y cuidando la presentación personal (no ir vestido o maquillado de forma *"extravagante"*).

¹¹³ Ver: Weber, M.: *Conceptos sociológicos fundamentales*. En *Economía y Sociedad*. Op. Cit. Pág. 17

¹¹⁴ Giddens, A.: *El capitalismo y la moderna teoría social*. Editorial Labor. Barcelona. 1994. Pág. 238

¹¹⁵ Vázquez, L. Carricart, J.: Op. Cit. 2-9-2000. Pág. 10

¹¹⁶ Canale, F.: *"Lo mío no es el rating"*. Revista Noticias. Sección Personajes. 25-5-2001. Pág. 68

El siguiente fragmento pertenece a las observaciones de una de estas clases (incluidas en el Diario de Campo):

"Se nos señaló que debíamos tener "actitud". Esto significa que, frente a la cámara del fotógrafo, no debemos preguntar: "¿Qué hacemos ahora?" sino hacerlo, o sea, interpretar sin preguntar la pauta de trabajo que se nos da, lo que da cuenta de que se conoce el trabajo. En la misma clase, se nos mostró la foto de una modelo publicada en una revista femenina donde debíamos copiar, no la postura de aquella, sino su "actitud". Esto implica que si la modelo estaba en una "pose sensual", debíamos transmitir esa "sensualidad". Cuando alguna alumna, pasaba frente a la cámara no sabiendo que hacer, el profesor exclamaba ofuscado: "No me pregunten lo que tienen que hacer ¿No escucharon lo que dije antes?"

En la clase de "casting"¹⁷ de la misma Escuela, las indicaciones que dio el profesor fueron similares a las del profesor de fotografía: se insistió en llegar puntual al casting y no preguntar que se debía hacer frente a la cámara de vídeo sino actuar de acuerdo a la situación: intentando "ser expresivo y transmitir sensaciones" con el rostro. El siguiente fragmento da cuenta de esas indicaciones:

"En la primera de estas clases, el profesor nos hizo pasar al frente de una cámara de vídeo, indicándonos que bailáramos al compás de una música haciendo diferentes muecas y aclarándonos que, bajo ningún motivo, dejáramos de mirar hacia la lente de la cámara que nos estaba filmando. Para la segunda clase, nos pidió que preparásemos un comercial de algún producto. Algo que fue especialmente subrayado en ambas clases fue recordar que lo importante no es tanto "lo que se dice" frente a la cámara, sino "cómo se dice"; más importante que hablar es ser "expresivos" en nuestros gestos faciales puesto que de ese detalle depende el que seamos seleccionados o no"

Los fragmentos anteriores permiten observar el "tipo ideal" de conducta "profesional" imperante. Este se expresa en la puntualidad con la cual se asiste al trabajo, aceptando los requisitos que éste implica y dejando de lado las objeciones al mismo. Del mismo modo, implica interrogar lo menos posible sobre lo que se debe hacer o no, ya que se supone que la modelo sabe lo que debe hacer. Finalmente, como expresara Susana Giménez, ser "profesional" implica trabajar bajo cualquier circunstancia – por ejemplo, atmosférica –.

3.1. EL TIEMPO LABORAL: LA PUNTUALIDAD

La adecuación de los horarios propios a las necesidades horarias laborales, puede parecer algo obvio, asunto cotidiano que no merece la pena ser analizado. Al fin y al cabo, todo trabajador -no sólo las modelos- debe llegar puntual a su lugar de trabajo y

¹¹⁷ Estas clases tienen por fin enseñar a los alumnos a prepararse para un "Casting", el cual -tal como fue mencionado anteriormente- es el proceso por el cual se selecciona una o varias modelos para realizar un trabajo.

rendir lo más posible. Weber (1988: 111)¹¹⁸ expresa de la siguiente manera la naturalidad con la que esta disciplina laboral está internalizada en cada uno de nosotros:

“El orden económico capitalista de nuestros días es un cosmos inmenso en el que el individuo se encuentra desde que nace y que para él (al menos como individuo) está dado como una cosa de hecho inalterable en la que tiene que vivir. Este cosmos impone al individuo, en la medida en que está enredado en el nexo del mercado, las normas de su actuación económica. El industrial que actúa continuamente en contra de estas normas es eliminado económicamente, igual que el trabajador que no quiere o no puede adaptarse a ellas acaba en la calle como parado”

La internalización de esta supuesta “disciplina horaria natural” es resultado de un proceso histórico que Thompson (1979: 246)¹¹⁹ señala, al analizar cómo la presencia del reloj modificó los hábitos cotidianos de los trabajadores en los comienzos de La Revolución Industrial. Los relojes presentes en las fábricas obligaron a los individuos a dividir el tiempo en dos categorías: el tiempo de sus patrones y el suyo propio. El tiempo cuantificado, clasificado y dividido se fue convirtiendo paulatinamente en mercancía que no debía ser malgastada bajo ningún motivo (1979: 247)¹²⁰. Recordemos a este respecto la consabida frase: “El tiempo es oro”.

Luego de muchos años de imponer este tipo de disciplina, el reloj como regulador del trabajo de los obreros ya no resultó necesario, se había incorporado ya la noción de tiempo asociado a ganancia económica, tal como lo expresa Atali (1985: 200)¹²¹:

“Termina la necesidad de cronometristas y de relojeros en la fábrica, el tiempo no tiene necesidad de fijarse. El amo no es ya el patrón, sino que es la ley misma del valor la que administra el lucro del tiempo”

La insistencia acerca de la puntualidad presente en el Modelaje se debe al hecho de que no es sólo el tiempo de la modelo el que está en juego, sino varios tiempos: el del fotógrafo, el de los maquilladores, peinadores, productoras de moda, etc. No se trata solamente de que la modelo llegue puntual, sino que su tiempo de trabajo sea aprovechado al máximo, puesto que la jornada laboral implica dinero que se está gastando y dinero que se desea ganar. El comportamiento, pues, de una modelo que no se aboca a trabajar “*profesionalmente*” causa irritación puesto que no tiene

¹¹⁸ Weber, M.: *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Ediciones Istmo. Madrid. 1998. Pág. 111

¹¹⁹ Thompson, E.: *Tradicición, revuelta y conciencia de clase*. Editorial Crítica. Barcelona. 1979. Pág. 246

¹²⁰ Thompson, E.: *Op. Cit.* 1979. Pág. 247

¹²¹ Atali, J.: *Historias del tiempo*. Fondo de Cultura Económica. México. 1985. Pág. 200

internalizada la noción de que su tiempo de trabajo representa ganancias, es "oro" para ella misma y para otros. Es la misma irritación que mostraba el profesor de la Escuela al considerar molestas las preguntas de una alumna frente a la cámara quien, supuestamente, debía hacer lo que se le pedía sin requerir explicaciones.

3.2. LA EXPOSICIÓN CORPORAL

La concepción de "*profesionalidad*" con la cual se conduce la modelo en su trabajo -en especial, la puntualidad- puede ser la misma que maneja cualquier otro trabajador. No obstante, existe un rasgo distintivo que diferencia el trabajo de la modelo de otros trabajos: la exposición que ésta hace de su cuerpo.

En el fragmento citado anteriormente, Susana Giménez¹²² asegura que, en la época en la cual trabajaba como modelo, no tenía objeciones en exhibirse en bikini, aún en un clima adverso. Es necesario destacar, sin embargo, que no todas las modelos aceptan trabajar de la misma forma.

Esteban, M. (2000: 218)¹²³ afirma que las modelos no aceptan sin más las condiciones de trabajo o los criterios estéticos que se les son impuestos, sino que participan en procesos de negociación y renegociación constantes, acerca de éstos.

Tal como podrá observarse en los siguientes fragmentos de entrevistas; las modelos pueden, como Esteban lo plantea, imponer (en ocasiones) sus condiciones de trabajo. En este sentido, Elisa -profesora de pasarela de la escuela de Anamá Ferreira- señaló que cualquier diseñador que la contrate sabe de antemano que ella no desfila transparencias. Al preguntarle el porqué de su actitud, respondió :

"(...) por mis hijos, no paso transparencias, no salgo en topless en ningún lado"

En una entrevista realizada en la Revista Noticias¹²⁴ a la modelo Yamila Arballo, el periodista afirma que, en los desfiles de Roberto Giordano, las modelos menos conocidas realizan las "*pasadas*" semi o completamente desnudas, mientras que las conocidas desfilan vestidas; a lo cual la modelo entrevistada agrega:

"Si, es el derecho de piso que tenés que pagar. Pero yo no, creo que desnudarme es como "quemarme" un poco y recién estoy empezando. No me daría vergüenza pasar una

¹²²Vázquez, L. Carricart, J.: Op. Cit. 2-9-2000. Pág. 10

¹²³Esteban, M.: Op. Cit. 2000. Pág. 218

¹²⁴Canale, F.: Op. Cit. 25-5-2001. Pág. 69

transparencia, pero es el respeto que les tengo a mis padres y a mí misma lo que me hace decir no"

Natalia Kriz¹²⁵, modelo, asegura en una nota de la misma Revista que ella tiene reglas muy claras, no hace desnudos. Asimismo, Geraldine Neuman, modelo¹²⁶ comenta que no desfila ni en remera transparente ni en ropa interior. Carolina Peleritii¹²⁷ señala (en una entrevista, citada en el libro de Carmen Vrljicak-Espain) cómo logró en un trabajo no ponerse una remera mojada:

"Yo digo que no a muchas cosas, porque lo mío es una pequeña empresita, y tengo que cuidarla. Siempre me acuerdo que, al empezar mi carrera, en una gráfica querían obligarme a que me ponga una remera blanca mojada. Yo era muy chica pero no me la puse... Ser modelo es todo lo que hago, pero siempre se puede decir que sí o que no"

Un aspecto importante de la negociación entre la modelo y su cliente radica en la exhibición. Los límites que la modelo impone a la exposición, están relacionados con partes del cuerpo que ésta considera que pueden mostrarse y las que deben ocultarse. Vestir una remera mojada que deje ver partes del cuerpo, una transparencia, o estar desnuda, implica traspasarlos.

En la negociación de estos límites, está implícita la presencia del entorno familiar y social de la modelo: sus padres, pareja, hijos, etc. La exhibición del cuerpo, si bien es parte de su trabajo, repercute en mayor o menor medida en las vidas de quienes integran su entorno.

Podemos afirmar así que en el cuerpo se manifiestan no sólo magnitudes, sino también límites y concesiones relativos al trabajo de la modelo; los cuales pueden ser considerados, a su vez, como expresión de relaciones sociales y de poder.

3.3. EL ASCENSO EN EL MODELAJE

Así como las modelos imponen límites en la exhibición de su cuerpo en el trabajo -negándose a vestir transparencias o hacer desnudos-, también establecen diferencias respecto a las maneras de "ascender" en la profesión

¹²⁵Castelli, L.: *"Yo no paro ni cinco minutos"*. Revista Noticias. Sección Personajes. 22-1-2000. Pág. 59

¹²⁶Castelli, L.: *"Soy una desvergonzada"*. Revista Noticias. Sección Personajes. 19-2-2000. Pág. 61

¹²⁷Vrljicak-Espain, C.: Op. Cit. 1992. Pág. 158

De acuerdo a estas diferencias, existen dos maneras de conducirse en el Modelaje: una "legítima" y otra "ilegítima". En la primera, la modelo asciende por sus propios "méritos"; mientras que en la otra, asciende por el contacto con un otro¹²⁸. Mariela, modelo, las describe:

"Para lo que hacés en este país tenés dos caminos. Vos tenés el [camino por el que] subís rápido y el que subís despacio. Y hay uno que te va a costar menos, capaz que en dos o tres semanas desde que empezaste a laburar, subiste y hay otro que no. Pasa que hay muchas "trampas", hablando mal y pronto, "gatunaje" (Esta expresión alude al término "gato", el cual remite en ciertos contextos a la figura de la prostituta), "cosa gatuna" y hay muchos intereses, entonces, hay mucha gente que accede por ganar plata, tener mas plata, es "jodido". Y ahí tenés el otro que subís despacio (...)"

En otro momento de nuestra conversación, la misma modelo definió el ambiente laboral del modelaje como "sucio" puesto que, para conseguir un trabajo, la modelo debe mantener relaciones sexuales. En contraste, las modelos que desean ascender de manera "limpia", por "derecha" u "honradamente" deben trabajar el doble para conseguirlo. Gabriela Creciente¹²⁹ concibe dos maneras de encarar el trabajo:

"Son distintas maneras de encarar una profesión. Yo no lo hice desde ese lugar, sino pagando mi derecho de piso. Pero puede ser que alguna chica, por ser la novia de alguien, haya conseguido un lugar. No te digo que no, pero no es mi caso"

Elisa, profesora de la Escuela, se describe a sí misma como "profesional", lo cual implica evitar ciertas conductas:

"(...) lo que pasa es que nunca estuve en ningún escándalo, nunca salí con ningún famoso, yo estuve 12 años casada, salía del trabajo, me volvía a mi casa, nunca participé de nada de eso, nunca salté a la fama por ese lado. Es el día de hoy que la misma gente me sigue llamando como profesional, saben que soy una excelente profesional sumamente responsable, sumamente prolija, puntual"

Mariela -modelo- comentó el caso de una compañera suya quien, en una ocasión, fue entrevistada por un periodista que le preguntó si debió pagar algún "precio" por su ascenso en el trabajo, a lo que ésta última respondió que no, pues tenía novio. Posteriormente entrevisté a una psicóloga, a quien le pregunté el porqué de la insistencia de las modelos en asegurar que tienen novios. Su respuesta fue la siguiente:

¹²⁸Por amistad o a través de favores sexuales.

¹²⁹Hierro, G.: "Yo no hago de tonta". Op. Cit. 11-11-2000. Sección personajes. Pág. 73

"(...) el novio [de las modelos] para ellas es la seguridad (...) [es el] referente de que esta postura, erótica provocativa o desnuda, es un trabajo, pero después son señoras con sus novios, señoritas con sus novios, (...) las cuidan, mantienen estabilidad"

Según la opinión de esta psicóloga, la pareja -y en ocasiones- la madre de la modelo funcionan, tanto como "sostén" de ésta frente a la turbulencia del mundo del Modelaje, como una prueba de que no se manejan en éste mediante la prostitución.

La lectura de estos fragmentos, permite observar los dos modos para ascender en la profesión, que remiten a la noción de "profesionalidad" como a la temática relativa a la sexualidad. A partir de éstos puede advertirse la contraposición entre "tener novio" o trabajar como prostituta, lo cual será analizado a continuación utilizando el concepto de "honor" formulado por Julian Pitt Rivers.

3.4. LA MORAL EN EL MODELAJE: EL HONOR Y LA VERGÜENZA

Para Julian Pitt-Rivers (1979: 18)¹³⁰ el concepto de "honor" implica el nexo entre los ideales de una sociedad y su reproducción en el individuo, a partir de la aspiración de éste último por personificarlos. El "honor" constituye el valor de una persona para sí misma y para la sociedad, la opinión de su propio valor, su reclamación de "orgullo". El derecho a éste supone el derecho a una posición, establecida a partir del reconocimiento de una identidad social determinada. En este sentido, el autor (1979: 44)¹³¹ concibe una estrecha asociación entre los conceptos de "honor" y "vergüenza". Esta última es lo que vuelve a una persona sensible a la presión ejercida por la opinión pública, así como la reputación ganada en consecuencia. La moral de una familia depende de que las mujeres de ésta mantengan su "vergüenza" (1989: 141)¹³²:

"Justo de la misma forma que las relaciones económicas y oficiales de la familia son competencia del cabeza de familia, el cual tiene la responsabilidad legal y la autoridad sobre sus miembros, así la posición moral de la familia dentro de la comunidad se deriva de la vergüenza de la mujer. La hombría del marido y la vergüenza de la mujer son complementarias. Bajo la conjunción de estos dos valores se funda la familia en cuanto unidad moral. De ella reciben los hijos sus nombres, su identidad social y su propia vergüenza"

¹³⁰Pitt-Rivers, J.: *Antropología del honor o política de los sexos. Ensayos de antropología mediterránea*. Editorial Crítica. Barcelona. 1979. Pág. 18

¹³¹Pitt-Rivers, J.: Op. Cit. 1979. Pág. 44

¹³²Pitt-Rivers, J.: *Un pueblo de la sierra: Grazaleta*, Alianza; Barcelona; 1989. Pág. 141

La presencia de la familia de la modelo se expresa en los límites que ésta establece en relación con la exposición de su cuerpo y la explicitación de los caminos recorridos en su profesión: "*limpio*" o "*sucio*". Al rehusarse la modelo a posar desnuda o semi desnuda; está cuidando su reputación y la de su familia puesto que es consciente de que su exhibición puede ser concebida como falta de "vergüenza" por la opinión pública. Del mismo modo, al establecer como valores contrapuestos la familia y el ascenso mediante el sexo, está dejando por sentado que conserva su "vergüenza" por el hecho de estar inserta en un círculo familiar. De este modo, se plantea una conexión entre la familia como unidad moral y la concepción de "*profesionalidad*": es "*profesional*" porque está casada hace tiempo y es requerida por su capacidad y no por utilizar el sexo como medio para ascender.

La modelo, pues, debe "cuidar" la moral de su familia al tiempo que es "cuidada" por la "vergüenza" de ésta. Es decir, debe resguardarse tanto la propia reputación como la familiar; pues es esta misma reputación la que constituye una prueba para demostrar de que se transita por el camino "*limpio*", de que se tiene "honra".

En verdad, es en la familia como institución en la cual la modelo se está apoyando. La institución es definida por Durkheim (1982: 29)¹³³ como las creencias y los modos de conducta instituidos por la colectividad. Según este autor, las instituciones no sólo imponen a los individuos su poder coercitivo; sino que son los mismo individuos quienes se aferran a aquellas. Esto significa que se preserva la "vergüenza" de la familia para que ésta preserve la propia: el poder que la familia ejerce no solo es coercitivo sino también sostenedor

3.5. EL TIEMPO DE LA NIÑEZ Y EL TIEMPO DEL TRABAJO

Tal como ocurre con cualquier trabajo, el modelaje trae aparejado tanto sacrificios y esfuerzos, como beneficios y gratificaciones. La retribución económica es la principal retribución, pero no la única: las modelos mencionan frecuentemente cuánto les aportó en conocimiento y experiencia los constantes viajes hechos al exterior. Mariela, modelo, describe de esta manera los aspectos "positivos" de su trabajo:

¹³³Durkheim, E.: Op. Cit. 1982. Pág. 29

Una explicación acerca del carácter sostenedor que la sociedad ejerce por sobre el individuo puede ser encontrada en otro escrito del mismo autor, "El suicidio". Ver: Durkheim, E.: *El suicidio egoísta*. En *El suicidio*. Ediciones Coyoacán. México. 1997. Pág. 175

"Viví de esto porque realmente a mí me dio para vivir y conocí mucha gente, estuve donde yo quise estar, viajé (...) en este sentido, tuve entrada a un montón de lugares que, en mi vida, había imaginado, estar con un montón de gente, entendés, que nunca había imaginado"

Mari Luiz Esteban (2000: 222)¹³⁴ señala la posibilidad de promoción social y pública que otorga para las mujeres trabajar en el Modelaje. La afirmación de esta autora se basa en lo que Soley -citado en el trabajo de Esteban- denomina como "éxito social". Este "éxito" no sólo implica un aumento de poder adquisitivo sino también el ascenso en la escala social (movilidad social ascendente). La modelo no sólo tiene la oportunidad de desplazarse físicamente sino también "socialmente": conociendo personas e ingresando a lugares que, de otra manera, no hubiera podido nunca acceder.

Para María Cersósimo¹³⁵, ser modelo le brindó una oportunidad de trabajo que le permitió viajar, conocer lugares, ganar su propio dinero y "*pasarla bien*". Dolores Moreno, modelo,¹³⁶ también destaca el hecho de poder comprarse cosas con el propio dinero y mantenerse económicamente. Susana Giménez¹³⁷ cuenta que, al empezar su carrera, su deseo era ser la número uno y ganar dinero para pagar sus cuentas. Para Nicole Neuman -modelo¹³⁸- el trabajo, en cambio, era como un juego:

"Era como un juego, una diversión. En la edad en que todas las chicas se disfrazan y se pintan como su mamá y desfilan frente al espejo, yo lo hacía frente a una cámara y encima me pagaban"

Cabe aclarar que Neuman comenzó a trabajar como modelo a los once años por lo que tal "*juego*" le hizo -en ciertas ocasiones- dejar de lado actividades consideradas propias de la niñez o adolescencia como, por ejemplo, ir a jugar a la casa de una amiga¹³⁹. Aparentemente esta modelo no lamenta haberse perdido estas actividades puesto que, gracias a su trabajo, pudo comprarse una casa y un auto¹⁴⁰.

Solange Cubillo, modelo,¹⁴¹ también experimentó esta superposición de actividades "profesionales" y "adolescentes": comenzó a trabajar como modelo a los catorce años cuando iba al colegio secundario. Según ella, tenía una "*doble vida*"

¹³⁴Esteban, M.: Op. Cit. 2000. Pág. 222

¹³⁵ Hierro, G.: "*Me divierte hacer de mala*". Revista Noticias. Sección Personajes. 13-13-2001. Pág. 66

¹³⁶Canale, F.: "*La panza me da poder*". Revista Noticias. Sección Personajes. 19-5-2001. Pág. 75

¹³⁷ Vázquez, L. Carricart, J.: "*Quise ser un fenómeno y lo logré*". Revista Gente. 2-9-2000. Pág. 10

¹³⁸Catalayud, M.: "*Soy una chica insaciable*". Revista Gente. 2-6-1999. Pág. 50

¹³⁹Catalayud, M.: Op. Cit. 2-6-1999. Pág. 50

¹⁴⁰Catalayud, M.: Op. Cit. 2-6-1999. Pág. 52

¹⁴¹Canale, F.: "*Ser modelo es hartante*". Revista Noticias. Sección Personajes. 4-8-2001. Pág. 71

Una situación observada durante mi asistencia al curso de modelos¹⁴² sirve para ejemplificar esta organización de los tiempos de la modelo adolescente:

"Varias veces, al salir de la clase en la escuela de modelos, volvía a mi casa con una compañera llamada Malena. La primera vez que lo hice, mientras estábamos esperando el colectivo en la calle, observamos por un momento a una alumna de la escuela. Malena comentó que, a causa de una incipiente vida laboral como modelo, esta alumna debió cambiarse al turno noche en la escuela secundaria. A pesar de esta contrariedad, mi compañera de viaje destacó lo emocionante que era la posibilidad de ganar mucho dinero en la profesión para poder viajar al exterior"

Mientras que algunas modelos destacan como valor positivo el hecho de ganar dinero y poder ser independientes económicamente, otras ponen el acento en la necesidad que las llevó a tener que trabajar sí o sí. Ana Paula Dutil¹⁴³ comenta que desea estudiar teatro ya que quiere ser actriz, pero sin dejar de trabajar como modelo porque *"es lo que me mantiene"*. Dolores Barreiro, modelo¹⁴⁴, considera que la gente tiene una idea distorsionada acerca de la situación económica de la gente famosa:

"Cuando uno es famoso, la gente tiende a pensar: 'Deben de estar tapados en gaita'. Y nada que ver. Si dejamos de trabajar, no comemos"

A partir de los fragmentos anteriores, puede advertirse una contradicción entre las actividades consideradas propias del "tiempo de la infancia o adolescencia" y el "tiempo del trabajo". Tal superposición hace ingresar a modelos en un mundo nuevo siendo aún bastante jóvenes y teniendo acceso a una remuneración económica que no la obtienen ni siquiera adultos ya incorporados al mundo laboral. La promesa que el Modelaje ofrece -ganancias económicas, viajes y ascenso social- "desafía" los límites establecidos entre las distintas etapas de la vida: una etapa para ir a la escuela y jugar con las amigas y otra para ser un adulto con responsabilidades.

El énfasis puesto por las entrevistadas en el hecho de poder ganar el propio dinero no es privativo de las mujeres modelos. Lipovetsky (1999: 204)¹⁴⁵ destaca que en la actualidad el trabajo, la iniciativa y la responsabilidad profesional constituyen expectativas prioritarias de las mujeres. El trabajo es visto como exigencia para el individuo, condición para conformar su propia identidad y realizarse en la vida.

¹⁴² Observación perteneciente al Diario de Campo.

¹⁴³ Brallard, M.: *"Emanuel es todo un hombre"*. Revista Gente. 2-2-00. Pág. 72

¹⁴⁴ Ibañez, L.: *"Mi cuerpo no es mérito mío. Es obra de Dios"*. Revista Gente. 2-11-2002

¹⁴⁵ Lipovetsky, G.: Op. Cit. 1999. Pág. 204

Esta independencia económica femenina, de la cual da cuenta Lipovetsky, es internalizada por las modelos. Es por esto que valoran el hecho de poder ganar dinero con su trabajo y es especialmente esta profesión la que les permite realizar tal objetivo, tal como me lo señaló una compañera del curso de modelos¹⁴⁶.

"Mientras las alumnas nos preparábamos para subir a la Pasarela, el día del desfile, me puse a conversar con una compañera del curso. Le pregunté si pensaba trabajar como modelo en el futuro. Me contestó que si se daba la posibilidad, lo iba a hacer pues quería ayudar económicamente en la casa. Asimismo, quería estudiar relaciones internacionales y, si mediante el modelaje podía pagar sus estudios, tanto mejor"

No obstante, debe señalarse que tal posibilidad no siempre es una opción sino que, por el contrario, es -como cualquier trabajo- un medio para ganarse la vida, lo cual lleva a estas trabajadoras a postergar otros proyectos personales en pos de la subsistencia tal como lo afirma Dolores Barrerio: "*Si no trabajamos, no comemos*".

Dos discursos se plantean así respecto al hecho de trabajar siendo aún niña o adolescente: uno destaca el aspecto "lúdico" -Modelaje como "juego" o "diversión"- al tiempo que el otro resalta el aspecto más ineludible de la profesión de modelo: "si no trabajo, no como". Un futuro trabajo podría indagar más en profundidad ambos discursos.

4. EL TRABAJO DE LA MODELO

Mientras realizaba el trabajo de campo, me pregunté muchas veces cuál o cuáles funciones cumple la modelo, cuál es su papel en el Mundo de la Moda. El asistir a las clases de la Escuela de Modelos y el tomar cuenta de las indicaciones que se les daban a las alumnas, me brindó elementos para responder este interrogante. Es por esta razón que comenzaré este apartado describiendo las instrucciones recibidas en dos tipos de clases: "*Pasarela*" y "*Fotografía*".

En las clases de "*Pasarela*" se enseña que el modo en el cual una modelo se desplaza por la pasarela depende de la prenda que ésta esté exhibiendo. Esto significa, por ejemplo, que si se lleva puesto un vestido de noche, se debe caminar más lentamente que si se viste un Jean. Asimismo, se enseñan diferentes maneras de

¹⁴⁶ Observación perteneciente al Diario de Campo.

desfilan accesorios: anteojos de sol, chales, etc. Otra "lección" fundamental al momento de desfilan es tener en cuenta al público que asiste al evento: la modelo debe mirar al frente mientras camina; al llegar al extremo de la pasarela, debe detenerse un instante para darle tiempo a los fotógrafos de tomarle fotos¹⁴⁷ y, recién ahí, retirarse para dejarle el lugar a la próxima modelo. No se debe caminar demasiado rápido, puesto que esto impide que la modelo luzca las prendas del diseñador que la contrata. Recordemos lo expuesto en el primer capítulo: la modelo debe tener en cuenta al público pues es éste el que comprará las prendas que está desfilando.

Las clases de "Fotografía" apuntan a que las alumnas aprendan a encarar una sesión de fotos en forma "profesional" y desarrollar una cierta "actitud" (conceptos ya tratados en este capítulo). En la entrevista realizada a dos fotógrafos -Lorena y Diego- encargados de tales clases, les pedí que ampliaran la explicación del concepto "actitud". La respuesta de Lorena fue la siguiente:

"(...) tiene que ver con transmitir (...) con tener una personalidad, con algo que tenés adentro y, en el momento que te apunta la cámara, lo podés dar, lo podés sacar, mirás de tal manera que, si uno ve la foto, dice: me transmite algo, me está comunicando algo, no es una foto carnet"

Tal como hemos visto, también el profesor de "Casting" insistió en el "transmitir", al pedirle a los alumnos que elaboraran un comercial para vender un producto para el cual era importante que "transmitiéramos sensaciones".

En suma, el objetivo primordial que la futura modelo debe cumplir es "vender", lo cual fue especialmente subrayado por los profesores que impartieron estas clases. En el caso de la Pasarela, se trata de prendas mientras que, en la fotografía o comerciales, pueden ser diversos objetos.

4.1. "LLAMAR LA ATENCIÓN"

Para Javier, fotógrafo, la belleza de una modelo es funcional a la promoción de productos, es decir, se buscan chicas "lindas" para vender éstos. Ingrid, modelo, considera que el fin último de ésta es vender vestimentas para lo cual debe esforzarse

¹⁴⁷Los fotógrafos están, generalmente, apostados al final de la pasarela.

en "llamar la atención" de la gente. Para Cristina, quien ha instruido un gran número de modelos en lo relativo al "entrenamiento educativo" para trabajar en la profesión, la modelo es una "vendedora":

"Vende un producto, vende moda (...) genera que, en el deseo, la gente desee ser ella y comprarse lo que ella tiene"

Según Vrljicak-Espain (1992: 24)¹⁴⁸, periodista y escritora de un libro acerca del modelaje, la modelo actúa como intermediaria en el circuito del consumo: ella media entre el deseo del cliente que la contrata y el público que la observa. El cliente procura sus servicios con el objetivo de que ésta transmita una "ilusión de libertad" - la ilusión de que se compra por decisión propia y sin presiones del entorno-. Se contrata una modelo para que su "gracia" al promocionar el producto lleve a los clientes a comprarlo creyendo que su elección es "libre". En relación a tal contrato, la autora (1992: 25)¹⁴⁹ señala:

"Aplicado al caso particular de las modelos, el publicitario simula ofertar una elección en libertad por la cual su cliente obtendrá un rédito, ellas simulan entregar sus gracias y ganan una plusvalía de notoriedad, y los clientes -que creyentes de que al entregar dinero adquirirán gracia y libertad- apenas conquistaron un deseo cuya insatisfacción los empujará a renovar el gesto de compra, promoviendo el consumo hasta el infinito"

El concepto "llamar la atención" resulta central al momento de generar ese deseo. Ingrid, modelo, concibe a este concepto en función de la venta de un producto:

" (...) si tenés una cara que impacte y que llame la atención, es bueno porque vende. En realidad, el trabajo de una modelo es vender, tratar de llamar la atención para que la gente mire lo que tenés puesto"

Para Javier, fotógrafo, el concepto también está asociada al objetivo de vender:

"(...) vamos a vender coches, busquemos una chica linda; vamos a vender desodorante, pongamos una chica linda ¿Por qué? Porque el sexo y la belleza venden o llaman la atención. Para poder vender, primero tenés que llamar la atención"

Para Giselle, modelo, "llamar la atención" constituye la esencia del trabajo de modelo. Si no se consigue hacerlo: "Nadie te mira, no vendés nada" en tanto que para Daniela, modelo:

¹⁴⁸Vrljicak-Espain, C.: Op. Cit. 1992. Pág. 25

¹⁴⁹Vrljicak-Espain, C.: Op. Cit. 1992. Pág. 25

"Y no necesariamente tenés que ser la más linda. Vos tenés algo que cae interesante (...) vos ves una persona y te llamó la atención, te atrajo esa persona, (...) llama la atención, tiene algo especial que atrae, o es la simpatía o es algún rasgo que vos decís: esa chica no es linda, es interesante"

Elisa, profesora de pasarela, coincide en la idea de que lo importante no es que la modelo sea "linda", sino que "transmita" una cierta "gracia" cuando desfila por la Pasarela, lo cual hace que se "venda" la ropa que lleva puesta.

La elección de una determinada modelo para "vender" un producto está supeditada a los deseos del cliente y a las características del trabajo que ésta realizará. Tal elección está vinculada a lo que, en el medio, se denomina "target". Este término refiere, según Diego -fotógrafo-, al nicho de mercado, el nivel socioeconómico del público al cual se venderá un determinado producto. Para Lorena -fotógrafa- también apunta a la edad de los futuros consumidores de éste. Respecto al tema, Vrljicak-Espain (1992: 97)¹⁵⁰, señala que, para diferentes productos, se buscan diferentes modelos:

"Si se trata de lencería se necesita un cuerpo muy formado con cintura bien marcada, al margen de si hubiera exuberancias o no. En el caso de los cosméticos, se necesita un cutis muy bueno, buen pelo y lindas manos; este rubro es especialmente complicado porque no todas las pieles reaccionan favorablemente a ciertos productos. En corsetería, el target no supera jamás los 25 años, y si bien la modelo puede tener algunos más, de ninguna manera debe representarlos. Lo mismo ocurre en cosmética capilar, facial o con los jeans"

Si bien es cierto que las modelos han adquirido un importante protagonismo en los últimos tiempos; puede observarse que, a los términos de un trabajo a realizarse, resultan tan sólo un engranaje más en la maquinaria que mueve al Modelaje. De hecho, según muchos entrevistados, puede ocurrir que en un casting se contrate a una modelo desconocida y no a una famosa, al responder la primera más a los deseos del cliente y a la campaña que se va a realizar.

4.2. "DAR"

El término, utilizado en el Modelaje para expresar la correspondencia entre la imagen de la modelo y la del trabajo, es "dar"; el cual implica para Giselle¹⁵¹, que la

¹⁵⁰Vrljicak-Espain, C.: Op. Cit. 1992. Pág. 97

¹⁵¹ Ex modelo.

modelo "transmita algo" con su mirada, gestos o postura. Según ella, ese "algo", que no puede definirse, es lo que provoca que la modelo "llame la atención". Otra acepción del término "dar" refiere a aparentar tener una edad que no es la real. Lorena, fotógrafa, lo explica de la siguiente manera:

"(...) Vos vas a un cliente y le decís: busco un target más o menos entre 18 y 20. Nos estamos refiriendo a la edad, quizás traiga una modelo de 30 pero la ves y parece 20, no es que busco el documento para ver si tiene 18 o si tiene 22. Quizás tiene 30, pero su cara y el físico da para algo de 20"

La siguiente anécdota narrada por Mariela, modelo, explica esta última acepción del concepto "dar". En cierta ocasión se presentó a un "Casting" para una campaña, en el cual la edad de la mayoría de las aspirantes era de 18 años mientras que, en ese entonces, ella tenía 23. Según Mariela, la gente tendía -y aún lo hacen- a atribuirle menos edad que la real ya que, en su opinión, tiene un rostro de "nena". Aprovechando tal "confusión", se presentó a la selección y, afortunadamente para ella, quedó elegida entre otras veinte modelos. Llegado el momento de firmar el contrato -en el cual tenía que dar su número de documento, le "confesó" a una persona encargada del casting que había "mentado" acerca de su edad. Mariela justificó su accionar bajo la afirmación de que "Necesitaba laburar, además a ellos les gusté". A pesar de que esta joven era mayor que las aspirantes, siguió participando de la campaña demostrando que, si bien uno tiene una determinada edad cronológica, puede aparentar otra y ser seleccionada más en función de lo que "se da" que de lo que "se es"

Desfile, posar para una fotografía o realizar un comercial comparten una finalidad que trasciende a estas actividades: exhibir ante potenciales clientes un producto utilizando el cuerpo de la modelo como recurso. En tanto medio de producción, este cuerpo, debe responder a parámetros mensurables -altura, peso, etc.- y a otros más cualitativos -"llamar la atención", "tener algo especial"- . En el ámbito de la "Pasarela", priman más los parámetros medibles mientras que, en el ámbito de la "Publicidad", los segundos.

5. COMENTARIOS FINALES DEL CAPÍTULO

Teniendo en cuenta la observación de Mari Luiz Esteban (200: 232)¹⁵², la cual postula que el éxito o fracaso de la modelo dependen fuertemente de las modificaciones que experimenta su cuerpo, puede entenderse la profunda influencia que éste adquiere en su carrera laboral. El cuerpo es una “*empresa*” y, como tal, implica realizar sacrificios por él -contínuos y sistemáticos ejercicios físicos y cuidados dietéticos-.

El discurso de los entrevistados transmite la idea de que es la modelo la única responsable de atender tal “*empresa*”; lo contrario constituye una prueba de “*vagancia*” o falta de “*perseverancia*”. El trabajo de la modelo implica un cuidado corporal que no finaliza nunca, es a tiempo completo. Tal cuidado está orientado a que el cuerpo se constituya en un objeto económico que se adecúe exactamente a las prendas que la modelo exhibe. El cuerpo toma pues un status de “*percha*”, de engranaje subordinado a las necesidades del sistema de la moda.

El destino profesional de la modelo está fuertemente determinado por la presencia del tiempo. En primer lugar, por el hecho de que su “*vida útil*” como trabajadora es finita, tiene una duración limitada. La modelo sabe desde un principio que será reemplazada por otras modelos, que su “*valor de actualidad*” es relativo: un día es “*actual*” al tiempo que al siguiente puede ser concebida como “*obsoleta*”. En segundo lugar, el tiempo influye en el conocimiento del valor de la puntualidad como factor importante en la conformación del concepto de “*profesionalidad*” imperante en el medio. En base al principio “*El tiempo es oro*”, la modelo reconoce el valor económico del tiempo: el suyo propio y el de los otros. Es por esta razón que debe incorporar la noción de que llegar puntual a la jornada laboral y aprovechar ésta, es el camino para estar bien conceptuada por sus pares en el modelaje. En tercer lugar, la presencia del tiempo se refleja en la superposición que existe entre el tiempo considerado propio de la niñez y el de la adultez. El análisis de la presencia de modelos adolescentes permite observar la tensión existente entre estas dos etapas.

Según el Diccionario Básico Espasa¹⁵³, la expresión “*profesionalidad*” hace referencia a la persona que ejerce alguna actividad como profesión, por lo general remunerada. Sabemos, no obstante, que esta expresión alude también a cierta

¹⁵² Esteban, M.: Op. Cit. 2000. Pág. 232

¹⁵³ Diccionario Básico Espasa. Editorial Espasa Calpe. Madrid. 1984. Pág. 3962

conducta que debe observar una persona en el ejercicio de su profesión: en el Modelaje, esta conducta está relacionada con adecuarse rigurosamente a los tiempos laborales y omitir las objeciones al momento de hacer un trabajo.

Asimismo, la "*profesionalidad*" refiere a una característica distintiva de esta profesión: la exposición corporal. En oposición a otros ámbitos, la exhibición del cuerpo es estimulada y se considera a una modelo como "*profesional*" cuando no pone objeciones a esto "quejándose" o manifestando sentimientos de "vergüenza". Tal requerimiento laboral es motivo de conflicto para algunas trabajadoras, en relación con las consecuencias que puede acarrear en su vínculo con su entorno familiar. Respecto a este punto, se ha visto cómo las modelos negocian los límites y alcances de su "exposición corporal" en función de la presencia de su familia. Los valores "familiares" opuestos a los valores "profesionales" constituyen, pues, fuentes de conflictos que las modelos resolverán o - al menos - manejarán a su manera. Dentro de la familia, es la pareja o, al menos, la presencia del sexo opuesto la que sirve como criterio para calificar los caminos que se plantean para ascender en la profesión: "legítimos" -estando casada- e "ilegítimos" -acostándose con alguien para conseguir un trabajo-.

Así como la función de la modelo radica en la venta de objetos, también radica en la venta de sí misma. Es por esta razón que el concepto de "*llamar la atención*" adquiere relevancia como medio para generar deseo de consumo. Es así que la modelo, recurso para vender un producto y producto ella misma, debe desarrollar un "estilo propio" que la haga diferente a las demás. En una sociedad, según Le Bretón (1995: 102)¹⁵⁴ caracterizada por la omnipresencia del sentido visual, la exhibición continua de la modelo y su esfuerzo por capturar la atención de los futuros consumidores resulta coherente a las necesidades del sistema de la moda.

El mundo cotidiano de la modelo se caracteriza por el hecho de que su cuerpo, considerado objeto mensurable, está determinado por rígidos cuidados sistemáticos a fin de adecuarse "exitosamente" a las necesidades de un sistema industrial. El cuerpo, herramienta principal de la modelo, exhibido y observado constantemente, es un medio para ser seleccionada en este sistema; lo que implica dejar de lado pruritos y objeciones personales, en los cuales los valores familiares y el sentimiento de "vergüenza" forman parte importante.

¹⁵⁴ Le Bretón, D.: Op. Cit. 1995. Pág. 102

CAPÍTULO 3: LAS REPRESENTACIONES COLECTIVAS

*"Se vive actuando, representando algunas veces el papel que uno desea, pero otras veces
-la mayoría- el papel que desean los demás (...)"*

Susana Saulquin

La Moda en la Argentina

1. LAS REPRESENTACIONES COLECTIVAS

Tal como fuera expuesto al inicio del primer capítulo, existen dos ámbitos diferenciados dentro del Modelaje: *"Pasarela"* y *"Publicidad"*. En el primero, la modelo realiza desfiles, en tanto que en el segundo, hace fotografías para publicaciones de moda o comerciales en televisión. Para trabajar en ambos, debe tener las medidas corporales requeridas: 90-60-90. En el caso de la Publicidad, debe adquirir además un cierto tipo de "destreza actoral" para representar o "actuar" diferentes "personajes" o "mujeres". Según lo requiera la ocasión, deberá "actuar" una mujer "sexy", "inocente", "angelical", "nena" o una "come hombres".

En relación con la mencionada "destreza actoral", debe señalarse la importancia que tiene el término "sexy". Este es utilizado constantemente en las entrevistas, en las observaciones realizadas en la Escuela de Modelos y en los reportajes en las revistas (Noticias y Gente). Conforme se lo oponga o vincule a otros términos -"vulgar", "elegante", etc- varía consecuentemente su sentido.

El objetivo de este capítulo es describir y analizar las "categorías nativas" utilizadas para referirse a los "personajes" o "mujeres" que las modelos deben representar en el ámbito de la Publicidad¹⁵⁵, teniendo en cuenta el significado que les otorgan los actores¹⁵⁶ pertenecientes al Modelaje. Para realizar tal análisis, se utilizará el concepto de "representación colectiva" formulado por Durkheim.

¹⁵⁵Si bien el análisis de las entrevistas reveló que estas prácticas se manifiestan mayormente en la publicidad, esto no excluye que también se expresen en la pasarela.

¹⁵⁶Con el fin de evitar confusiones, es necesario aclarar que el término actor es utilizado en dos sentidos. El primero refiere a sujetos pertenecientes al mundo explorado en este trabajo. El segundo alude a sujetos que interpretan una obra teatral, es decir, la acepción más conocida del término.

1.1. EL CONCEPTO DE "REPRESENTACIÓN COLECTIVA"

Para Durkheim (1993: 53)¹⁵⁷ las "representaciones colectivas" constituyen maneras de pensar comunes a la colectividad. Expresan la forma en la cual un grupo se concibe en sus relaciones con lo que lo afecta directamente (1982: 23)¹⁵⁸.

Estas representaciones no existen solamente en el plano de "lo ideal", sino que se crean y recrean continuamente en el plano de la acción, en las prácticas relativas al hacer laboral cotidiano de la modelo. Tal como este autor (1993: 683)¹⁵⁹ afirma:

"(...) una representación colectiva está necesariamente sometida a un control repetido indefinidamente: los hombres que se adhieren a ella la verifican con su propia experiencia"

Es por esta razón, que el análisis de las "categorías nativas" será realizado en dos niveles: a través del discurso de quienes adhieren a ésta -lo que las modelos dicen- y a través de sus prácticas -lo que éstas hacen-.

Tal como fuera mencionado antes, el sentido de estas categorías varía -a nivel del discurso- de acuerdo a su relación con la categoría "sexy". Estas relaciones no son fortuitas sino que responden a una determinada clasificación; la cual, según lo expresa Durkheim (1993: 690)¹⁶⁰, es condición necesaria para la existencia de la sociedad:

"La sociedad solo es posible si los individuos y cosas que la componen están repartidos en grupos diferentes, es decir, clasificados, y si también estos grupos están clasificados unos respecto a otros. Así que la sociedad supone una organización autoconsciente, que no es otra cosa que una clasificación"

Es la forma en la cual se disponen y organizan las categorías, de acuerdo a su relación con la de "sexy", la que será analizada a continuación. Esta organización que, por tratarse de "representaciones colectivas", expresa formas de pensar comunes en el Modelaje.

¹⁵⁷Durkheim, E.: Op. Cit. 1993. Pág. 53

¹⁵⁸Durkheim, E.: Op. Cit. 1982. Pág. 23

¹⁵⁹Durkheim, E.: Op. Cit. 1993. Pág. 683

¹⁶⁰Durkheim, E.: Op. Cit. 1993. Pág. 690

1.2. LAS REPRESENTACIONES COLECTIVAS SOBRE LA MUJER A TRAVÉS DEL TIEMPO

Las "representaciones sociales" sobre la mujer han variado a lo largo de la historia. Lipovetsky (1999: 159)¹⁶¹ afirma que, hasta el siglo XIX, la belleza femenina fue considerada, especialmente por las autoridades eclesiásticas, como encarnación del mal, existiendo dos representaciones dominantes acerca de la mujer:

"En el siglo pasado, las representaciones de la mujer se ordenaban principalmente en torno a la oposición de dos grandes estereotipos clásicos: la pureza y la lujuria, el ángel y el demonio, la belleza virginal y la belleza destructora"

Estas imágenes dicotómicas del bien y el mal fueron progresivamente perdiendo fuerza a partir del segundo tercio del siglo XX cuando aparece la -denominada por el autor- "pos mujer fatal". Las representaciones de la mujer en términos de oposición entre "ingenua" o "devoradora de hombres", "virginal" o "prostituta", se diluyeron, -según el autor- para crear una nueva imagen de mujer que combinaba la sensualidad con la ingenuidad desplazando a los dos grandes arquetipos de antaño (1999: 161)¹⁶².

La presencia de representaciones dualistas en el ámbito estudiado contradice la tesis de este autor. Tal como podrá observarse en las siguientes páginas, la imagen de la mujer "ingenua" contrapuesta a la de una mujer "sensual" sigue vigente en el Mundo del Modelaje.

1.3. APROXIMACIONES AL CONCEPTO "SEXY" EN EL MODELAJE

En los siguientes fragmentos -pertenecientes al diario del trabajo de campo- se describen dos situaciones ocurridas en el curso de modelo al cual asistí, los cuales permiten dar cuenta de uno de los posibles sentidos que tiene la categoría "sexy".

La primera situación corresponde al desfile realizado por la Escuela de Modelos a fines del año 2002:

"Para el desfile del 29 de diciembre del 2002 organizado por la Escuela de Modelos, las alumnas fueron divididas en diferentes grupos, los cuales realizarían diversos tipos de "pasadas" a lo largo de la pasarela. Algunas alumnas desfilaban vestidas con ropa de color blanco, otras de color negro, rojo, etc. No obstante, una pasada denominada "sexy" llamó mi atención. Reparé en que las alumnas más altas y longilíneas fueron las elegidas para

¹⁶¹Lipovetsky, G.: Op. Cit. 1999. Pág. 159

¹⁶²Lipovetsky, G.: Op. Cit. 1999. Pág. 160

participar en ella. Éstas debían atravesar la pasarela vestidas con una minúscula bikini, tacos altos y medias hasta la rodilla. Asimismo, debían vestir un sombrero semejante al que lleva Papá Noel en su reparto anual de regalos¹⁶³. Al momento de conocerse las características de tal pasada, las jóvenes destinadas a desfilarse ese tipo de vestimenta, manifestaron un cierto resquemor acerca de la poca superficie de tela que iban a exhibir, quejas que tuvieron poco eco entre los organizadores del desfile”

La segunda situación, ocurrida meses después del desfile, corresponde a una clase de Fotografía dictada en la misma Escuela de Modelos:

“El día 22 de marzo del 2003 encontré un mensaje de la secretaria de la Escuela en mi contestador pidiéndome que la llamase. Al hacerlo, me comentó que el sábado siguiente íbamos a hacer una “Producción de moda”¹⁶⁴ en un estudio fotográfico y que, para hacer tal producción, debía llevarse “ropa sexy”. Al preguntarle qué entendía ella por este tipo de ropa, me respondió que tenía que llevar prendas de color negro, medias red, botas de taco alto aparte de cosméticos para maquillarme y spray para el cabello.

Ya en el estudio, mientras las alumnas nos estábamos preparando para la sesión, la mujer encargada de supervisarla vino a controlar nuestro vestuario. A una joven -a mi entender, bastante “deshinibida”- le sugirió vestir un suéter de color negro, el cual estaba tejido de tal manera que se insinuaban los senos de quien lo vestía. A otras muchachas las incitó a ponerse aceite de bebé marca “Johnson” en la piel para que ésta brille.

A otra alumna, bastante tímida, la instó a levantar su remera para dejar ver su torso. A todas en general nos conminó a pintarnos los labios de color rojo furioso para que éstos se destaquen. Me pareció así que el concepto de “ropa sexy” que se estaba manejando respondía a la idea de una ropa provocativa y sugerente”

La descripción anterior permite observar el término “sexy” utilizado en relación con la exhibición corporal, la vestimenta, el maquillaje y otros tantos elementos mencionados en ambos fragmentos. Además de este uso, el término también se emplea vinculándolo con otras “categorías nativas”. El objetivo de este capítulo consiste (a través del discurso y la práctica de los actores que intervienen en el Modelaje) en dar cuenta de los variados usos y sentidos que este término tiene, en función de su relación con las categorías mencionadas.

¹⁶³Eran las vísperas de navidad.

¹⁶⁴Con este término se alude al proceso de realización de una producción fotográfica para notas publicadas en revistas de moda, en las cuales aparecen generalmente una o varios modelos luciendo vestimentas. Este proceso consta de tres etapas: la pre-producción, producción y pos-producción. La primera implica la planificación del tipo de nota a realizar, la modelo que se va a elegir para ésta, el maquillador, peinador, etc. Asimismo se elige en qué lugar se va a hacer -un estudio o lugar al aire libre-. La producción corresponde al momento en el cual se toman las fotografías y la pos-producción al momento de revelado, en las cual se decide cuales fotos serán seleccionadas para formar parte de la nota.

2. LAS REPRESENTACIONES COLECTIVAS EN EL DISCURSO

Tal como fuera mencionado al principio del capítulo, estas categorías se presentan -en el discurso de los actores- en pares de oposiciones que dan cuenta de una clasificación dual. Es por esta razón que el siguiente análisis responde al mismo modo de organización: "sexy" vs. "nena", "sexy" vs. "vulgar" y "sexy" vs. "gato".

2.1. LOS PARES DE OPOSICIONES: "SEXY" / "NENA"

En una gran cantidad de entrevistas a modelos y fotógrafos, la categoría "sexy" se contrapone a la de "nena". Así lo afirma Amaya, fotógrafa:

"(...) hay chicas que son versátiles, pueden mutar, ser la chica más sexy, la chica más nena, pueden hacerlo todo y hay chicas que no pueden, que son una cosa nada más"

Para Mariela, modelo, la categoría "sexy" adquiere el mismo sentido:

"(...) porque el fotógrafo dice: quiero una chica sexy y te tiene que salir de la nada una chica sexy o come hombres o lo que te pida, o una nena inocente"

En la Revista Noticias, la modelo Natalia Rackiewicz¹⁶⁵ afirma que el aspecto "sexy" o "fuerte" es el que más ve la gente en ella, aunque agrega que puede también "dar de nena buena".

Los fragmentos anteriores permiten establecer dos grupos de valores opuestos. En el primero se ubican los relativos a la "niñez", "bondad" e "inocencia". En el otro, el ser "sexy" como equivalente a "come hombres".

Tal como puede observarse, la idea de ser una "niña" se asocia a la noción de "bondad", al estar alejada del campo de la sexualidad. Generalmente, se concibe a alguien como "inocente" cuando no ha cometido ninguna falta, delito o pecado. De la misma manera, la idea de "inocencia" está vinculada a la de "infancia". Elias, N. (1993: 209)¹⁶⁶ explica que el excluir a los niños del campo de la sexualidad es resultado de un proceso histórico:

¹⁶⁵Hierro, G.: "Yo proyecto sensualidad". Revista Noticias. 19-8-2000. Sección personajes. Pág. 68

¹⁶⁶Elias, N.: *El proceso de civilización*. Fondo de cultura económica. Buenos Aires. 1993. Pág. 209

“Los sentimientos de pudor que rodean a las relaciones sexuales entre las personas han ido intensificándose y cambiando considerablemente con el proceso civilizatorio. Esto se muestra claramente en la dificultad con que tropiezan los adultos de las últimas fases de la civilización cuando tienen que hablar con sus hijos de tales relaciones. Pero esa dificultad se nos antoja hoy algo natural. Hoy pensamos que, por razones biológicas, el niño no puede saber nada de las relaciones entre los sexos y que constituye una cuestión extraordinariamente delicada y difícil ilustrar a los adolescentes sobre sí mismos y sobre lo que pasa en torno suyo”

A fines de relativizar históricamente esta postura de reserva mantenida sobre los temas sexuales ante los niños, Elias menciona el caso de un libro escrito por Erasmo de Rotterdam en el siglo XVI dedicado a la educación de éstos, en el cual trata temas¹⁶⁷ que, según la cosmovisión del hombre actual, no serían apropiados para mentes infantiles. Respecto al mismo tema, Foucault (1976: 10)¹⁶⁸, afirma:

“(...) es sabido que los niños carecen de sexo: razón para prohibírseles, razón para impedirles que hablen de él, razón para cerrar los ojos y taparse los oídos en todos los casos en que lo manifiestan, razón para imponer un celoso silencio general”

Para comprender esta afirmación, es necesario entender la clasificación de la cual da cuenta este autor entre formas de sexualidad reconocidas socialmente, utilitarias y fecundas y formas de sexualidad consideradas “ilegítimas” por no tener la procreación como fin último. La familia -impuesta como modelo social- correspondería a la primera forma mientras que la prostitución respondería a la segunda (1976: 60)¹⁶⁹.

Es el resultado de una tradición histórica la que sustenta la idea de que los niños deben estar alejados de la esfera de la sexualidad. De lo que resulta que les sea vedado el conocimiento de asuntos sexuales y que, por ésta razón, aquellos sean considerados “inocentes”.

De acuerdo a lo tratado anteriormente, una “*mena*” no puede ser “*sexy*” o “*come hombres*”, ya que se supone que no debe atraer al sexo opuesto. Sin embargo, en el contexto del Modelaje, estos supuestos deben ser revisados puesto que -en ocasiones- se aspira a que una “*mena*” aparente ser “*sexy*”.

La temática relativa al ingreso de niñas -a un paso de ingresar a la pubertad- en el Modelaje y su vida cotidiana como modelos, fue tratada en el capítulo anterior. Este

¹⁶⁷Un joven cortejando a una joven, una esposa quejándose del mal comportamiento de su marido y un diálogo entre un muchacho y una prostituta es parte del contenido de estos diálogos.

¹⁶⁸Foucault, M.: Op. Cit. 1976. Pág. 10

¹⁶⁹Foucault, M.: Op. Cit. 1976. Pág. 60

ingreso ha causado -y sigue causando- controversias; como las que generó, por ejemplo, la tapa de la Revista Gente en el año 1992, en la cual aparecía "posando" una modelo de doce años -Nicole Neumann-. La causa de tal controversia radicaba en el hecho de ver a niñas de esa edad -denominadas "Lolitas"¹⁷⁰ por algunos- exhibiéndose de una manera en la que sólo mujeres adultas lo hacen y que los propios padres de aquellas lo impulsaran.

La presencia de los padres (especialmente madres) es importante para las modelos que están comenzando a hacer una carrera en este mundo. De hecho, varias de las modelos entrevistadas destacaron el hecho de que su madre "las acompañaba a todos lados": Desfiles, Castings, etc.¹⁷¹ Esta compañía ha sido criticada por varios sectores de la sociedad; como ocurrió con la madre de Nicole Neumann, quien fue censurada por impulsar la carrera de su hija como modelo.

Lo tratado hasta ahora permite analizar a la categoría "nena" en dos niveles. El primero refiere a la imagen que la modelo transmite -"dar" de "nena"- . Ejemplo de esto puede ser observado en la anécdota de Mariela -modelo- relatada en el capítulo anterior, quien -según ella- logró ser seleccionada en un "casting" en función de su apariencia "infantil". El segundo nivel tiene que ver con la presencia real de modelosiñas en el Modelaje. Ambos niveles implican diferenciar aparentar ser una nena y serlo realmente.

Tanto "dando de nena" como siéndolo, ésta categoría y su relación con la de "sexy" -como representaciones sociales- remiten a temáticas presentes en el Modelaje: la exhibición del cuerpo que hacen modelos de corta edad, el repudio o atracción que esta exposición genera y el posible papel de los padres: como "protectores" preocupados de lo que les pueda suceder a sus hijos y/o "impulsores" de su carrera como modelos. Estos temas llevan a reflexionar acerca de cómo se concibe la niñez en tanto etapa en la vida de una persona, cuáles son las actividades que -se cree- deben llevarse a cabo en tal periodo así como el rol de los padres en relación a tales actividades de sus hijos¹⁷².

¹⁷⁰El término "Lolita" proviene de la novela del escritor ruso Vladimir Nadokov, la cual describe la relación entre un maduro profesor y una joven de doce años.

¹⁷¹ En el hall de entrada de la Escuela de Modelos, puede observarse a muchos padres y madres acompañando a sus hijos a esta institución.

¹⁷² Estas temáticas y la complejidad que implica su tratamiento merecen ser abordadas en un futuro trabajo.

2.2. LOS PARES DE OPOSICIONES: "SEXY" / "VULGAR"

Así como en el discurso de los entrevistados, "sexy" se opone a "nena"; del mismo modo, se opone a "vulgar" y se vincula con la "sofisticación" o "elegancia", tal como lo afirma Cristina, instructora de modelos:

"(...) es como que uno puede jugar diferentes mujeres (...) uno ve una revista, la hojea y sueña con la imagen que ve, que no es de gato¹⁷³, ni de burra, es una mujer súper sofisticada, sexy y elegante"

En una oportunidad, asistí como observadora a una sesión de fotos para una nota de moda de la revista "Elle"¹⁷⁴ donde una de las modelos participantes era Carolina Ardohain, más conocida por el apodo de "Pampita". Preguntándole al fotógrafo cuál era la "imagen" que se deseaba transmitir de "Pampita" en esa nota de moda, éste contestó:

"(...) quería sacarla más "fina", entonces traté de empujarla durante toda la sesión para que estuviera "fuerte", pero más sofisticada que vulgar, que estuviera sexy pero no vulgar, que estuviera muy sensual pero que no se vaya del lado vulgar"

Durante la misma sesión de fotos, una persona que trabaja para la misma publicación, se refirió a la modelo de la sesión de esta manera:

"Por lo general Pampita tiene una imagen de chica sexy y nada más. En este caso, sin dejar que estuviera sexy, tratamos de sofisticarla un poco, hacerla más elegante y justamente vender un poco esa imagen"

La lectura de estos fragmentos, permite plantear la oposición entre dos grupos de valores: "sofisticada", "elegante", "femenina" y "muy mujer", etc. en contraposición a "vulgar" u "obscena". Esta clasificación nos permite advertir cual es el modelo de mujer que se desea proyectar: una modelo "sofisticada", "elegante", "femenina" y en ningún caso, "vulgar".

2.2.1. LA "VULGARIDAD"

Preguntándole a Javier -fotógrafo mencionado anteriormente- acerca del significado de la categoría "vulgar", respondió:

¹⁷³Para una definición del término "gato", dirigirse a la nota al pie de página N° 142

¹⁷⁴ Esta revista es, asimismo, una revista de modas.

"(...) vulgar quiere decir para mí, algo que ofrece su sensualidad, su sexualidad de una manera demasiado expuesta y sin ningún juego de anticipación. La persona está regalada"

La "vulgaridad", referida a la forma en la cual "Pampita" aparece en las fotos, implica para este fotógrafo:

"Pampita, sacando la cola más lejos que la mirada significa: "vení y tocame la cola" No es, te estoy mirando y me estoy preguntando si me gustás ¿Yo te gustaré?. No, es vení y tocame la cola. No te voy a parar si me querés tocar la cola. O sea, no voy a hacer ningún juego de seducción, complejo, sofisticado"

Para Giselle (ex modelo) ser "vulgar" se opone a ser "femenina":

"(...) me parece que muchas veces tiende a contraponerse con lo femenino. Me parece que a veces termina en lo chabacano. Depende como esté hecho, como esté vendido, tiene que ver con lo sexual. Por ahí antes lo vendían más de otra manera, por ahí yo tengo más el léxico y la cabeza de camadas anteriores de modelos donde la modelo era la que vendía lo femenino, lo estético. Hoy por ahí es la que te vende lo sexy"

La "vulgaridad", concebida como falta de "seducción" por parte de la modelo, supone ofrecer el cuerpo a la mirada ajena, "regalándolo", "mostrando todo". Asimismo, puede ser entendida en función de su diferencia con "ser femenina".

Para Elisa, profesora de la escuela de modelos, "sexy" está relacionado con la "sensualidad". En la entrevista que tuve con ella afirmó que ser "sexy" implica: "tener una actitud de sensualidad, no de sexo sino de sensualidad". Ser "sexy" significa atraer al otro, seducirlo, pero hasta ciertos límites, o sea, evitando ser "vulgar".

Teniendo en cuenta los fragmentos de entrevistas y las situaciones expuestas anteriormente, puede afirmarse que la categoría "sexy" está asociada ineludiblemente con la temática de la exposición corporal.

Para Durkheim (1993: 684)¹⁷⁵, los conceptos que utilizamos traducen la forma en la cual la sociedad se representa las cosas. Quienes están insertos en el Modelaje -modelos incluidas-; encuentran sutilezas, distinciones que otros no advierten. La exposición corporal -inherente a la profesión de modelo- permite concebir al mundo mediante conceptos que, para otros, no tienen significación alguna.

La diferencia -por ejemplo- entre "mostrar" e "insinuar", "sexy" y "vulgar" puede resultar nula para muchos. En el Modelaje, estas diferencias -clasificaciones- traducen los valores imperantes en relación a la mujer y el modo en el cual ésta debe exhibirse.

¹⁷⁵ Durkheim, E.: Op. Cit. 1993. Pág. 684

2.2.2. LA SENSUALIDAD: “MOSTRAR” / “INSINUAR”

En una nota de la revista Noticias, una modelo llamada Natalia Kriz¹⁷⁶, establece un paralelo entre la diferencia entre “mostrar” e “insinuar” y la diferencia entre un desnudo de espaldas y un “cola less”. Luego de establecer tales distinciones, asegura que su imagen no es la de una “playboy” o “sexy”.

En la Revista Gente, la vedette Laura Fidalgo¹⁷⁷ respondiendo a la pregunta de si hizo un desnudo, asegura que prefiere “insinuar”. En la misma publicación, la modelo, Catherine Fulop¹⁷⁸ afirma que no hace desnudos y sí fotos “atrevidas” porque “insinuar ratonéa más que mostrar” y, de esta manera, gusta más al sexo opuesto. En relación a la distinción entre la pornografía y el erotismo, comenta que en la primera se muestra “el sexo” de manera “vulgar” y en el erotismo se “insinúa”¹⁷⁹.

En una nota que incluye un producción de moda en la cual dos modelos -Carolina Ardohain y Nicole Neumann-¹⁸⁰ aparecen desnudas, esta última afirma:

“Porque hay que diferenciar: es muy distinto posar desnuda que hacer pornografía. El tema es cuidar que nada se vea. El desnudo de por sí es bastante fuerte, y si no lo cuidás, corrés el riesgo de hacer un trabajo burdo”

Para Lorena, fotógrafa, Dolores Barreiro es una modelo que puede ser considerada “sexy” ya que, sin “mostrar” o “mostrando” lo mínimo indispensable, tiene una actitud de “come hombres” escondida. No precisa ponerse una transparencia o salir en tanga para ser “sexy”.

Para Elisa, profesora de Pasarela, la diferencia entre “mostrar” e “insinuar” tiene relación con el tipo de ropa que se viste y las partes del cuerpo que se exhiben:

“(…) yo pienso que llama mucho más la atención una mujer con un gran escote hasta la cintura, que una mujer que va con transparencias del hombro a la cintura y que va mostrando las “lolas” (...) no estás mostrando nada, tenés solamente un tajo que muestra una de tus piernas y no estás mostrando “lolas”, no estás mostrando “cola”, eso es insinuar y no mostrar, mostrar así de una”

Las categorías “insinuar” y “mostrar” tienen que ver con la manera de provocar las fantasías, los “ratones” en el otro, generalmente, un hombre. Del mismo modo, tanto

¹⁷⁶Castelli, L.: Op. Cit. 22-1-2000. Pág. 58

¹⁷⁷Abascal, G. Carricart, J.: “¡Explosivas!”. Revista Gente. 16-9-2000. Pág. 6

¹⁷⁸Sallas, R.: “Soy una latina caliente”. Revista Gente. 26-9-2000. S/ N° Pág

¹⁷⁹No resulta claro, en la nota, a que se refiere la entrevistada con el término “sexo”.

Sallas, R.: Op. Cit. 26-9-2000. S/ N° Pág

¹⁸⁰Montini, M.: “Para desnudarse hay que ser audaz”. Revista Gente. 12-4-2001. www.gente.com.ar

se está aludiendo a la cantidad de ropa que se lleva puesta como al modo de ejecutar tal exhibición. Conforme se exhiba más o menos, esto afecta la mirada del otro sobre el cuerpo y, consecuentemente, la imagen de mujer que se "da", que se transmite. "Mostrar" está considerado como un valor negativo, puesto que se asocia con la "vulgaridad", mientras que al "insinuar" se le atribuyen valores positivos vinculados con la "elegancia", la "sofisticación", la "seducción", etc. La modelo debe gustar al otro, provocar fantasías pero no dejando de ser "elegante", o sea, "insinuando".

Como vimos antes, para la modelo Catherine Fulop, el erotismo y la pornografía se diferencian de acuerdo a la manera de mostrar "el sexo". Tanto este comentario como otros referidos a la misma temática, llevan a reflexionar acerca del porqué de tal diferencia.

2.2.3. EL EROTISMO: ¿PORNOGRAFÍA O EROTISMO?

Para Bataille (1992: 180)¹⁸¹, el erotismo implica la búsqueda de una sensación de plenitud que atenúe la angustia que genera nuestra condición de mortalidad. Uno de los caminos para lograr experimentar tal sensación es fusionarse con un otro -hombre o mujer-, el cual se constituye como objeto de deseo erótico. En este constituirse como objeto de deseo, Bataille (1992: 183)¹⁸² adjudica diferentes roles a la mujer y al hombre:

"En principio, un hombre puede tanto ser el objeto del deseo de una mujer, como una mujer puede ser el objeto del deseo de un hombre. Sin embargo, la manera de proceder en el inicio de la vida sexual es, las más de las veces, la búsqueda de una mujer por un hombre. Mientras que los hombres toman la iniciativa, las mujeres tienen el poder de provocar el deseo de los hombres"

Al ofrecerse la mujer como objeto de deseo ante un hombre, se generan dos posibles situaciones: la consumación del acto sexual o la negativa de la mujer a éste (1992: 185)¹⁸³. Este último caso es denominado por Simmel (1999: 116)¹⁸⁴ como "coquetería". El comportamiento de una mujer "coqueta", frente a un hombre, está basado en la posibilidad latente de que éste posea a la mujer, como que sea

¹⁸¹Bataille, G.: Op. Cit. 1992. Pág. 180

¹⁸²Bataille, G.: Op. Cit. 1992. Pág. 183

¹⁸³Bataille, G.: Op. Cit. 1992. Pág. 184

¹⁸⁴Simmel, G.: Op. Cit. 1999. Pág. 116

rechazado. El "seducir" se constituye, pues, en un movimiento oscilatorio entre el tener y no tener (1999: 115)¹⁸⁵.

El erotismo, en el caso de la mujer, implica constituirse como objeto de deseo del hombre, seducirlo dejando -intencionadamente- en duda que la consumación del acto sexual se produzca. En el caso de la modelo, ésta es objeto de deseo masivo y la consumación del acto nunca se produce puesto que, como afirma Vrljicak-Espain (1992: 53)¹⁸⁶, la modelo es la mujer que no puede poseerse ya que nunca se ofrece, al no ser más que una imagen.

Según Bernard Arcand (1993: 187)¹⁸⁷, lo que la pornografía ofrece no radica tanto en la contemplación de escenas sexuales como en la experiencia del "poder": la posibilidad de poder invadir la intimidad ajena. La excitante promesa que la pornografía ofrece radica en vencer el "pudor" del otro, transgredir las esferas consideradas propias de la vida privada de las personas y, si éstas son conocidas, tanto mejor.

Asimismo, Arcand (1993: 47)¹⁸⁸ destaca el carácter "marginal" que la pornografía tiene como industria. Aislada del resto de la sociedad, que la tolera pero no la aprueba completamente, constituye un "mal necesario". Sus integrantes pueden enriquecerse pero nunca son del todo aceptados o legitimados.

Al rechazar la pornografía, las modelos se oponen a la "marginalidad" que -según el autor- la caracteriza, así como a la posición en la cual son colocadas: a diferencia del erotismo, en donde la mujer es quien tiene el poder de seducir, de mantener al otro en vilo en pos de su decisión; en la pornografía el poder se deposita en el que mira. En la pornografía todo "*se muestra*" no existe la posibilidad de reservar partes del cuerpo a la observación; en el erotismo existe un espacio para "jugar" con el deseo ajeno utilizando la coquetería.

¹⁸⁵Simmel, G.: Op. Cit. 1999. Pág. 115

¹⁸⁶Vrljicak-Espain, C.: Op. Cit. 1992. Pág. 53

¹⁸⁷ Arcand, B.: Op. Cit. 1993. Pág. 187

¹⁸⁸ Arcand, B.: Op. Cit. 1993. Pág. 47

EL EROTISMO, LA PORNOGRAFÍA Y EL GUSTO

Para Arcand (1993: 64)¹⁸⁹, la pornografía y el erotismo se diferencian respecto al público que los consume:

“La pornografía pertenece a lo vulgar, a lo grosero, a la plebe que no tiene ni el buen gusto ni los medios de procurarse un erotismo cuya cualidad sigue siendo la mejor excusa. El erotismo se vuelve un privilegio de clase cuando el dinero transforma a las fotos colgadas en las paredes de un taller en lujosos álbumes sobre la alfarería precolombina”

La pornografía es “vulgar” pues es adquirida por la plebe, al tiempo que el erotismo es adquirido por una clase social que tiene acceso a un material sexual más “elevado”. De acuerdo a lo planteado por Arcand, la calificación de “erótico” o “pornográfico” depende en gran parte del nivel socio económico de sus consumidores: la foto de una atractiva chica desnuda resultará “erótica” o “pornográfica” teniendo en cuenta el gusto de quien la adquiere.

Teniendo en cuenta la definición de este concepto formulada por Bourdieu (1998: 172)¹⁹⁰, el nivel de refinamiento de una imagen sexual depende del gusto de su consumidor y de la clase social a la cual éste pertenece.

La distinción que establecen las modelos entre el erotismo y la pornografía puede ser entendida teniendo en cuenta el “ascenso social” ya que, como se expuso en el capítulo anterior, ingresar al Modelaje permite “elevarse” socialmente y distinguirse así de mujeres que trabajan en la pornografía, reivindicando la “calidad” del producto que se está ofreciendo. Al afirmar la modelo que no está haciendo pornografía, está diciendo: la imagen que transmito no es “vulgar”, no es “burda”, está “pulida”.

2.2.4. EL PUDOR: "PUDOR" O "SEDUCCIÓN"

En esta sección del capítulo se analizará, en base al discurso de los entrevistados, cómo las modelos experimentan la situación de deber asumir “papeles” ajenos a ellas, en relación a la “destreza actoral” que deben implementar.

¹⁸⁹ Arcand, B.: Op. Cit. 1993. Pág. 64

¹⁹⁰ El gusto constituye, según este autor:

“(…) la propensión y aptitud para la apropiación material y/o simbólica de una clase determinada de objetos o de prácticas enclavadas y enclavantes, es la fórmula generadora que se encuentra en la base del estilo de vida”.

El concepto de estilo de vida, vinculado al de gusto, ha sido explicado en el primer capítulo de este trabajo. Ver: Bourdieu, P.: Op. Cit. 1998. Pág. 172

Para Mariela, modelo, es una tarea difícil y se la debe sortear teniendo "profesionalismo", es decir: "concentrándose y sacándose la cara de timidez o de vergüenza, más aún si se está desnuda".

Para Giselle, modelo, si no se transmiten estos papeles no se "trabaja" lo que implica que a la modelo "no se la llama más", no es más requerida o buscada. En este sentido, el trabajo de modelo le resultó útil para "desinhibirse", para exponerse frente a una gran cantidad de gente ya que -según ella- era una persona "re tímida". En suma, debió dejar de lado su "vergüenza natural" en determinadas situaciones como, por ejemplo, posar en ropa interior:

"(...) me costaba más al principio (...) por ahí, era la primera vez y es normal, o sea, por tu naturaleza humana que te de vergüenza pero después se te va yendo"

En la entrevista realizada a Andrea, psicóloga, ésta se refirió al caso de una modelo que, antes de subir a la pasarela, era muy "tímida" pero en cuanto subía a ésta, se "transformaba", se "encendía" como si se le "prendiese una luz", "transformación" que, según la entrevistada, les ocurre a muchas actrices.

En la primera clase del curso de modelos, el profesor de teatro especificó los objetivos que pretendía alcanzar en tal ocasión¹⁹¹:

"El profesor se presentó, dijo que en su clase ibámos a aprender a "dominar la timidez" y "ser seductoras". Según él, toda mujer lo era y esa seducción no era solo del exterior sino provenía del interior"

EL PUDOR

Para Squiccarino (1970: 113)¹⁹² las manifestaciones del "pudor" en determinados tiempos y espacios están en relación con la superficie corporal que se muestra o se puede mostrar. En este sentido, Squiccarino cita a Flügel (1970: 114)¹⁹³ el cual considera que el pudor – tendencia a ocultar el cuerpo o sus partes- es una reacción anterior al exhibicionismo – tendencia a mostrar el cuerpo y hacerlo más atractivo-. Las prendas de vestir constituyen una especie de "solución" al encuentro de estas dos tendencias contradictorias. Ocultar al cuerpo mediante el vestido permite resaltar las partes de éste consideradas las más atractivas y eróticas, según las valoraciones de distintas sociedades.

¹⁹¹ Fragmento perteneciente al Diario de Campo.

¹⁹²Squiccarino, N.: Op. Cit. 1970. Pág. 113

¹⁹³Squiccarino, N.: Op. Cit. 1970. Pág. 114

Según la teoría elaborada por Robert Murphy, citada en la obra de Bernard Arcand (1993: 224)¹⁹⁴, el pudor inherente a toda relación social oscila entre lo ya visto y no visto. En las interacciones sociales con otras personas, es necesario mantener un "balance" entre elementos conocidos y desconocidos; es decir, descubrirse frente a los demás exhibiendo lo que pueda resultar interesante o atrayente pero, al mismo tiempo, manteniendo una cierta reserva: no dándose a conocer del todo.

Basándose en esta teoría, Arcand (1993: 227)¹⁹⁵ propone al "pudor" como herramienta para regular la distancia social:

"El pudor, en resumidas cuentas, es un arma y el campo de un combate incesante,. Su ambigüedad está inscrita en el seno de toda relación social y representa el inestable resultado de una relación de fuerzas en que cada uno intenta no mostrar nunca a los demás ni demasiado ni demasiado poco sus fuerzas y debilidades (...) Se trata siempre de la misma ecuación delicada: revelarse en la acción, la cual es imposible sin la autonomía creada por la reserva"

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, las personas mantienen, mediante el "pudor", un equilibrio entre las dos tendencias antes mencionadas: exhibirse y ocultarse. En el mundo del Modelaje, en el cual la exposición corporal constituye una regla para no quedar fuera de éste, el "pudor" adquiere un sentido distinto al primar la exhibición por sobre la reserva. En una profesión en la cual mostrar el cuerpo es un valor "legítimo", deseable o, al menos, necesario; la "timidez" (que puede ser apreciada en un espacio cotidiano) resulta un "estorbo" en la cotidaneidad del Modelaje: la modelo no es más requerida.

De esta manera, podemos entender a la distinción entre "*mostrar*" e "*insinuar*" no sólo como un intento por distinguirse de la esfera de la pornografía y lo que ésta implica; sino también como un recurso que las modelos tienen de conservar un cierto margen de "pudor" (a pesar de ser "estorbo") frente a la situación ineludible de tener que exponer el cuerpo: "*mostrar*" significa exhibirse totalmente mientras que "*insinuar*" supone mantener algo de reserva. Esto puede ser utilizado para comprender los procesos de negociación y renegociación respecto a la exhibición corporal tratados en el capítulo anterior: se trata de procesos en los cuales se pacta lo que se muestra y lo que se oculta.

¹⁹⁴ Arcand, B.: Op. Cit. 1993. Pág. 224

¹⁹⁵ Arcand, B.: Op. Cit. 1993. Pág. 227

2.3. LOS PARES DE OPOSICIONES: "SEXY" O "GATO"

A lo largo de este capítulo, se expusieron las categorías a las cuales se opone ser "sexy": diferente a "nena", "vulgar", "insinuar" diferente a "mostrar", etc. A esto debe agregarse la distinción entre "sexy" y "gato" o "trola".

Este último término es utilizado por la modelo Catalina Rautemberg¹⁹⁶ al explicar porque no es "comercial" o "vendible":

"Porque puedo ser sexy, pero no doy trola. No vendo trolez¹⁹⁷"

Geraldine Neumann, modelo y hermana de Nicole Neuman¹⁹⁸, especifica en la Revista Noticias que tipo de mujer desea proyectar:

"Imagen de mujer fatal no tengo ni me interesa dar. Quiero que me vean como una chica normal de 16 años, no como una gata"

Debe recordarse, asimismo, el comentario hecho por Cristina¹⁹⁹, instructora de modelos, en el cual diferencia una mujer "sexy", "sofisticada" y "elegante" de una mujer "gato".

La presencia de estas categorías remiten indefectiblemente a la temática de la prostitución, la cual ha sido abordada en el capítulo anterior al describir los modos de ascender en el Modelaje: el "limpio" y el "sucio".

Es necesario preguntarse el porqué de la vinculación entre las ideas de "suciedad" y "limpieza" con la prostitución. En este sentido, Mary Douglas (1973: 14)²⁰⁰ plantea que la "suciedad" constituye una ofensa al orden y la eliminación de ésta, un esfuerzo por organizar el entorno. En este sentido, las nociones de "contaminación" y "pureza" pueden ser utilizadas para simbolizar los "peligros" que amenazan a una sociedad: quien es "impuro" no sólo no forma parte de la sociedad, sino que desafía a su orden, su organización (1973: 17)²⁰¹.

¹⁹⁶ Milberg, A.: "Veo drogas por todos lados". Revista Noticias. 5-2-2000. Sección personajes. Pág. 60.

¹⁹⁷ Al igual que ocurre con "gata" o "gato", la categoría "trola" hace referencia a la imagen de una prostituta.

¹⁹⁸ Tal como fue mencionado antes, Nicole Neumann es una modelo que empezó a trabajar como tal desde los 12 años de edad.

Castelli, L.: "Soy una desvergonzada". Revista Noticias. Sección personajes. 19-2-2000. Pág. 61

¹⁹⁹ Dirigirse a página 81 del trabajo.

²⁰⁰ Douglas, M.: *Pureza y peligro. Análisis de los conceptos de contaminación y tabú*. Siglo XXI. Madrid. 1973.

Pág.14

²⁰¹ Douglas, M.: Op. Cit. 1973. Pág.17

Al igual que ocurre con la pornografía, la práctica de la prostitución tiene un carácter "marginal": la prostituta está fuera de los "márgenes" de la sociedad y del tipo de sexualidad que ésta considera "legítima". El hecho de que esta práctica suceda dentro del ámbito del Modelaje, constituye un "amenaza" para quienes pertenecen a éste: representa un "desorden" para el modelo de mujer "*profesional*" que se desea transmitir.

La modelo "*sexy*" y "*elegante*" concuerda con el "ideal de mujer" que debe "*darse*". La modelo que transmite una imagen de "*gato*" no sólo no forma parte de este "ideal", sino que lo pone en "riesgo": constituye una referencia a una práctica que debe ser excluida del Modelaje.

3. LAS REPRESENTACIONES COLECTIVAS EN LA PRÁCTICA

En esta sección del capítulo, se describirán y analizarán las "destrezas actorales" que deben instrumentar las modelos en el contexto de la Fotografía Publicitaria, en relación a las "representaciones colectivas" analizadas a lo largo de este capítulo. Estas "representaciones", hasta el momento abordadas a partir del discurso de los entrevistados -lo que éstos dicen-, serán ahora tratadas a partir de sus prácticas-lo que hacen-.

Para Mariela -modelo-, esta "destreza actuarial" implica "*un trabajo mental*" o "*psicológico*" para representar varios "*personajes*".

Cristina -instructora de modelos-, para quien la modelo es una "*intérprete*", afirma que ésta precisa una cuota necesaria de "*ductilidad*" para transformarse en un "*montón de mujeres*".

Según varios entrevistados, existe una semejanza entre el trabajo de la modelo y el de la actriz. A este respecto, Juana, productora de moda de la Revista Elle, señala:

"(...) uno le dice a la modelo: "La nota es una mujer sofisticada o la nota es adolescente" entonces ella va a jugar el papel como una actriz, va a jugar el papel de una adolescente o el de una mujer más sofisticada o más elegante o mayor edad (...) ella interpreta a través de su cuerpo y se mueve según esa, esa interpretación"

3.1. EL ROL DEL FOTÓGRAFO:

"DIRECCIÓN" DE LA "ACTUACIÓN"

Es preciso señalar la relevancia del rol del fotógrafo o fotógrafa en esta práctica interpretativa: es el "encargado" de indicarle a la modelo cómo llevar ésta a cabo. La mayoría de los fotógrafos entrevistados, afirman que ellos "*dirigen*" a las modelos, es decir, les señalan que deben hacer mientras éstas "posan" frente a la cámara.

Según Amaya -fotógrafa-, esta "*dirección*" puede hacerse de varias maneras como, por ejemplo, haciéndolas enojar o inventado una historia en la cual estén involucradas:

"(...) imagínate que vos sos una chica que, no sé, te abandonaron en la nada. Es como inventar una historia"

Javier, fotógrafo, describe su trabajo de "*dirección*":

"(...) Yo le voy dando direcciones (...) la voy llevando [la modelo] a un área de confort donde pueda entregarse más y actuar, desarrollar un personaje que es ajeno a ella. Por ahí, no llegaría a ese punto si no estuviera acompañada por una sensación, una especie de "mantra adulador" que la haga sentir que está bárbara, que lo que está haciendo vale la pena, que está siendo admirada, que tiene una sensación positiva (...) que llegue a un clímax de expresividad corporal, facial, etcétera, que se entregue. Sería más difícil si no estuviera todo el tiempo sintiendo que es una especie de trance"

Según este fotógrafo, la clave para "*dirigir*" una modelo consiste en crear para ella un "*clima confortable*" que le permita desarrollar el "*personaje a interpretar*". Asimismo, debe estar rodeada por una atmósfera "*aduladora*" en la cual se sienta "*admirada*" para poder "*entregarse*".

Amaya -fotógrafa-, considera que cada fotógrafo "*transmite*" un determinado "*estilo*" de mujer: "*angelical*", "*dulce*", "*femenina*" o una mujer más "*fuerte*" o "*agresiva*".

Este "*estilo*" corresponde tanto a la imagen que el fotógrafo desea "*transmitir*" como con las demandas que éste recibe de sus clientes. Es decir, se trata de una combinación entre lo que el fotógrafo desea comunicar y las demandas de otros actores que intervienen en el Modelaje.

Ejemplo de esto puede observarse en la sesión en la cual la modelo elegida era "*Pampita*". En ese caso, el objetivo de los organizadores de la sesión era darle un "*aspecto*" o "*carácter*" diferente de la imagen que generalmente transmite²⁰².

²⁰²Según Javier y Juana, la imagen de chica "sexy" y, en ocasiones, "vulgar". Para más detalle, dirigirse a la página N° 82.

3.1.1. LA CLASE DE FOTOGRAFÍA

La "dirección" de la modelo, tarea del fotógrafo, pudo ser observada en las clases de Fotografía de la Escuela de Modelos. El objetivo de estas clases, a cargo de dos fotógrafos -Diego y Lorena-, es enseñar a los alumnos del curso a "posar" frente a la cámara. El siguiente fragmento, perteneciente al Diario de Campo, describe la sesión de fotos correspondiente a esa clase:

"Era la última clase de fotografía, un sábado 1 de marzo del 2003. Mientras les sacaban fotos a los alumnos, las alumnas nos cambiamos de ropa en un cuarto. Al llegar nuestro turno, se repitió el esquema de las clases anteriores: primero nos sacaban algunos flashes de prueba y luego nos sacaban fotos en serio. Cuando alguna joven, según Diego, exageraba la pose intentando ser sensual, éste le decía: "No te vayas a lo gato". De la misma manera, cuando alguna alumna hacía una pose añiñada, el mismo fotógrafo le señalaba: "Tampoco te vayas a lo nena". En la clase anterior, mientras una muchacha estaba tratando de hacer una pose insinuante, Diego le señaló: "Está bien que hay que ser sensual pero tampoco hay que irse al extremo de ser Silvia Suller" (haciendo referencia a una conocida vedette). Cuando Diego hacía estos comentarios, comentábamos -susurrando- entre las alumnas cuan difícil era posar y nos preguntábamos qué era lo que debíamos hacer para no irnos a tales extremos."

Finalizado el curso, en una entrevista realizada a estos fotógrafos, les pregunté el significado de la expresión "irse a lo gato". La respuesta de Lorena fue:

"Lo que pasa en el curso un poco es que, quizás se piensa que ser modelo es ponerse un "shortcito", con la cola al aire, una bota por acá, "sacar trompa" y pararse de una cierta manera. Eso no es ser modelo. Entonces es ahí cuando uno dice: no te vayas para el otro lado, no te vayas hacia lo gato, todo depende de lo que quieran llegar a ser, modelo no es eso, eso es ser vedette, está re lejos de ser modelo"

La concepción de "mujer a interpretar" que el fotógrafo tiene es puesta en funcionamiento al guiar a la modelo. Su "ideal de mujer" -expresado en las categorías tratadas en este capítulo- orientan su "dirección", brindándole las herramientas para evaluar el momento en el cual la "dirigida" se está aproximando a "papeles" que no deben ser "interpretados": una "vedette", "gata" o "nena".

El fotógrafo o "director" y la "dirigida" cooperan en una tarea de "interpretación" donde se crean y recrean "representaciones sociales". Indicarle a una modelo que no sea "gato" o "vedette", implica transmitirle lo que debe ser, a partir de lo que no debe ser; señalarle cual es el "ideal" que debe encarnar en función de lo que no se corresponde con éste.

4. COMENTARIOS FINALES DEL CAPÍTULO

El análisis realizado en este capítulo y en los anteriores permiten considerar a la exhibición corporal como uno de los elementos que caracterizan a la profesión de modelo. En este sentido, la "educación" recibida en la escuela de Modelos prepara a las alumnas para enfrentarse a tal situación -aprender a "*dominar la timidez*".

Las "categorías nativas" tratadas a lo largo de este capítulo no pueden ser entendidas sin considerar tal característica distintiva. El modo en el cual estas categorías son clasificadas de acuerdo a su relación con la de "*sexy*", expresa el modo en el cual se concibe cómo debe ser la mujer en esta profesión.

La oposición entre "*sexy*" y "*nena*"; da cuenta de una arraigada concepción de la niñez, asociada a valores tales como "*inocencia*" y "*bondad*". La niñez está así contrapuesta a la sexualidad, la seducción y la generación de deseo. Ahora bien, esa generación de deseo es constitutiva de la práctica de la modelo y son modelos cercanas a la niñez las que lo generan. De este modo, una concepción tradicional -niñas fuera de la sexualidad- es resignificada en el contexto del Modelaje, en el cual se plantean dos niveles respecto al término "*nena*": en uno se "*da*" una imagen de "*nena*" y, en otro, se lo es realmente.

Por otra parte, la categoría "*sexy*" opuesta a la de "*vulgaridad*", "*mostrar*" opuesta a la de "*insinuar*"; expresa la concepción imperante en el Modelaje en relación a los modos de exhibir prendas y el cuerpo mismo. Según esta concepción, la profesión de modelo se diferencia de la de una prostituta, una vedette o una modelo de pornografía. Estas son las "*mujeres*" que no deben ser interpretadas, las que están excluidas del "ideal de mujer" que la modelo debe observar. Este ideal se manifiesta en la práctica de la modelo, en la cual la "*dirección*" del fotógrafo adquiere gran importancia pues su tarea radica en señalarle a la modelo qué tipo de mujer debe "*actuar*" o "*dar*".

Los conceptos utilizados para referirse a las "*mujeres*" que la modelo debe interpretar, deben ser abordados teniendo en cuenta la exhibición corporal mencionada; pues estos conceptos, que podrán carecer de significado para muchos, son los que permiten entender su mundo. Tal como Durkheim afirma y fue expuesto en este capítulo: los conceptos que utilizamos traducen la forma en la cual la sociedad se representa las cosas.

CONCLUSIÓN

En muchas ocasiones, al realizar el trabajo de campo, me pregunté porqué los estereotipos sobre las modelos estaban tan presentes en el imaginario colectivo. Me refiero a los mencionados en la introducción y que influyeron de manera tan definitiva en el desarrollo del trabajo. La concepción de la modelo como "tonta" y del ámbito del modelaje como "frívolo" estuvo presente, tanto en los comentarios que me hicieron personas ajenas al medio, como también en los realizados por quienes pertenecen a éste. En muchas ocasiones, al hacerle una entrevista a una modelo, ésta me aclaraba, sin que yo me refiriese al tema: "*Seguramente pensarás que somos todas tontas ¿no?*".

Un camino posible para explicar la causa de estas imágenes estereotipadas puede ser la supervivencia de un pensamiento cartesiano donde "la mente" es sede de "la razón" y "el cuerpo" sede de "las pasiones". De este modo, una persona que hace del cuidado del cuerpo la base de su trabajo estaría alejada de actividades en donde lo que prima son las actividades intelectuales. La persona dedicada al cuerpo no estaría tan reputada como la que se dedica a actividades intelectuales. No obstante, no se valora de la misma manera el trabajo de una bailarina de música clásica -"ella hace arte" con su cuerpo- o el de una deportista, que el de la modelo, si bien las tres utilizan el cuerpo en su profesión.

La razón de este menosprecio radica, a mi entender, en el hecho de que la modelo está inserta en el mundo de la Moda y éste ha sido constantemente subvaluado como objeto de conocimiento en razón de su carácter "efímero y arbitrario". Lipovetsky (1990: 9)²⁰³ describe la mirada despectiva con la que los intelectuales observan el fenómeno de la moda:

"Esfera ontológica y socialmente inferior, no merece la investigación científica; cuestión superficial, desanima la aproximación conceptual. La moda provoca el reflejo crítico antes que el estudio objetivo, se la evoca para fustigarla, marcar distancias, deplorar la estupidez de los hombres y lo viciado de sus asuntos: la moda son siempre los demás"

Si el mundo de la moda es catalogado de esa manera, según este autor, por mentes "pensantes" ¿Porqué sería diferente con las modelos, integrantes de este mundo?

²⁰³ Lipovetsky, G.: Op. Cit. 1990. Pág. 9

No puede entenderse a la modelo sin tener en cuenta el contexto en el cual está inserta. De la misma manera, no se puede abordar el mundo de la moda sin tener en cuenta el contexto de la sociedad actual cuando, de hecho, la moda mantiene una íntima y profunda relación con ésta. Para Saulquin (1990: 11)²⁰⁴ la moda es el conjunto coherente y relativamente sincronizado de todas las transformaciones de las producciones estéticas; las cuales, producto de los usos y gustos comunes, dominan una determinada época. Según esta autora, la habilidad de la moda radica en su capacidad para lograr que algo innecesario se vuelva de uso obligado: un par de zapatos, un mueble, un vestido, etc. Estos cambios, en apariencia "arbitrarios" y "caprichosos" interactúan con los cambios experimentados por la sociedad y viceversa, tal cómo lo expresa Saulquin:

"Como ningún hecho social es aislado, las transformaciones de la moda, aunque triviales, afectan a todo el conjunto de la vida en sociedad. A su vez, la moda recibe la influencia de los cambios sociales, políticos e históricos, que provocan reacciones en cadena, aún en las áreas indiferenciadas en donde ella se manifiesta"

Siendo la moda tan "frívola" y "superficial" para considerar estudiarla ¿Cómo ha llegado a adquirir tal importancia? Siendo este fenómeno aparentemente tan "vacuo" ¿Cómo es que determina y es determinado por la sociedad de la cual es parte? Las modelos forman parte de esta sociedad y, como ya expresé, son catalogadas como "tontas" debido a su obsesivo cuidado corporal ¿No es posible pensar entonces que la sociedad en su conjunto es "tonta"? ¿Son sólo las modelos quienes están influenciadas por esta obsesiva atención al cuerpo?, vimos que no.

Tal vez el punto de partida para comenzar a estudiar seriamente a la Moda y el Modelaje, temas tan "vacuos" y "tontos", consista en considerarlas temáticas inherentes a la sociedad actual e intentar alejarse de las categorizaciones que colocan en un grupo lo que está generalizado en la sociedad entera.

A lo largo de la realización del trabajo, es esto lo que pretendí lograr: preguntarme continuamente cuál era la causa de estas categorizaciones. Todos los estereotipos que tenía sobre las modelos estuvieron constantemente presentes en la realización del trabajo de campo: realizando entrevistas, conversando con mis compañeras de la Escuela de modelos y, por sobre todas las cosas, participando como alumna en el "entrenamiento educativo" recibido en esta institución. No fue sencillo, al tomar la

²⁰⁴Saulquin, S.: Op. Cit. 1990. Pág. 11

decisión de decidir realizar el curso de modelos, evitar contrastar mi "mundo universitario y conocido" con el "nuevo mundo" y, lo que es más, calificar a éste utilizando los parámetros de mi propia cotidianidad como estudiante.

En este trabajo me propuse analizar el proceso de "construcción social" de la modelo, el proceso por el cual la modelo es preparada para trabajar como "profesional" en el Mundo del Modelaje. La división hecha de los capítulos debe ser entendida como una manera de organizar la exposición de los temas pero, en ningún caso, debe dejarse de contemplar las íntimas vinculaciones entre las temáticas desarrolladas en aquellos. De hecho, puede observarse que en el desarrollo de la tesis, muchos puntos son tratados en un capítulo y retomados en otros.

Si bien puede objetarse la distinción hecha entre lo que es el espacio de "formación" de la modelo y el de su "trabajo" -para muchos modelos no existe tal división- debe ser entendida como un recurso para exponer los temas de la manera más clara posible.

En el primer capítulo, me propuse identificar el proceso de "socialización", la "educación" que la modelo recibe para trabajar como tal, para lo cual me pareció pertinente discriminar entre lo que es posible de ser modificado por acción de la modelo y lo que escapa a ésta. La "formación" recibida se adquiere a partir la práctica y la imitación y los sujetos encargados de brindar tales conocimientos son, cómo pudo observarse, modelos, fotógrafos, maquilladores y peinadores, entre otros. Puesto que -en ocasiones- son las mismas modelos quienes imparten las clases, puede afirmarse que se trata del tipo de conocimiento que transmite un experto en la materia al aprendiz.

Fue mayormente el trabajo de campo hecho en la Escuela de Modelos el que funcionó como indicador de la "formación" para ser modelo. Esta "formación" implica incorporar una nueva valoración del cuerpo, en la cual éste es considerado herramienta de trabajo mensurable, modificable y objeto de cuidados -regímenes dietéticos y ejercicio físico constante-. Se incorpora, asimismo, la noción de que se es observada continuamente al estar en función de un público que consume los productos que la modelo exhibe. Es en virtud de tal observación que debe hacerse todo lo posible para ser "diferente" a otras modelos ya que tal "diferencia" -o tener "estilo"- constituye un valor positivo.

Adquirir esta "formación" significa atravesar un "rito de pasaje", es decir, llegar a un estado en el cual se tiene plena conciencia de la importancia que tiene el cuidado corporal. Dicho de otra manera, según los actores pertenecientes al Modelaje, supone atravesar un proceso de "pulido".

En el segundo capítulo, me propuse analizar la relación entre tal "socialización" y las prácticas que la modelo desempeña en el contexto de su mundo laboral, es decir, cómo los conocimientos aprendidos en relación al cuidado del cuerpo son implementados en la cotidianidad de su trabajo.

Trabajar en este mundo supone incorporar el concepto de "profesionalidad" imperante: atenerse a los tiempos laborales estipulados y dejar las objeciones personales de lado al momento de exponer el cuerpo. Un cuerpo que, concebido como "empresa", precisa dinero y tiempo de inversión. Ser "profesional", en suma, implica apreciar el valor del tiempo, exponer el cuerpo sin pudores, trabajar para adaptar las medidas de éste a las de la prenda que será exhibida y ser capaz de captar la atención del público ("llamar la atención") para vender un producto determinado. Asimismo, supone progresar en la profesión en virtud de la calidad del trabajo realizado y no mediante relaciones de amistad o favores sexuales.

Las "categorías nativas" tratadas en el tercer capítulo, en tanto representaciones sociales, permiten conocer el ideal de mujer que la modelo debe observar, el cual se construye en oposición a las mujeres que no deben ser "interpretadas": prostitutas, vedettes, modelos de pornografía, etc. Darme cuenta de la existencia de esas categorías y de su importancia constituyó un punto de inflexión en el desarrollo de la tesis.

La profesión de modelo, al igual que algunas otras, implica exhibirse corporalmente superando nociones de "pudor" y "vergüenza" inculcadas socialmente. Es en base a esta exhibición, cómo debe entenderse la clasificación de las categorías mencionadas.

Construir a una modelo implica "formar" a una persona atenta en todo momento al cuidado sistemático de su cuerpo, verificando continuamente sus medidas corporales para adecuarse a las prendas que exhibirá, es decir, adecuar la modelo a las necesidades del sistema de la moda. Implica, también, el "pulido" de rasgos no coincidentes con los ideales de belleza imperantes y el cumplimiento de los criterios estéticos en boga. Significa, asimismo, crear una persona observante de la concepción de "profesionalidad", anteponiendo las responsabilidades laborales por sobre las

personales; exponiéndose frente a un público -presente o virtual- dominando la vergüenza o el pudor que ésto implica. Finalmente, implica adquirir una "destreza interpretativa" para "actuar" diferentes "mujeres" -utilizando al cuerpo como medio- siguiendo las indicaciones de un fotógrafo.

Si existe un eje en común que atraviesa el desarrollo de los capítulos y caracteriza a esta profesión es el mostrarse frente al otro sin miramientos. Este exhibicionismo está presente en la formación para ser modelo que hemos analizado, en las negociaciones y renegociaciones en relación a la vestimenta que se lleva puesta, en un estudio de fotografía posando -a veces desnuda- o en un sendero de pocos metros frente a una considerable cantidad de personas que observarán desde todos los ángulos cuerpos creados, justamente, para ser observados.

En el mundo actual, donde el sentido de lo visual está tan presente, existe una categoría de "profesionales de la exhibición" cuya función es "llamar la atención" de un público para ser notados, mirados. Prostitutas, vedettes, artistas, políticos comparten con la modelo el hecho de basar su trabajo en el ser observado; en contraposición con muchos trabajos que no implican esta exposición o en los cuales, al menos, esa exposición radica en otros aspectos.

Es necesario aclarar que temáticas tratadas en esta Tesis no están de ninguna manera cerradas sino que, por el contrario, deben ser tomadas más bien como preguntas de investigación útiles para encarar nuevos trabajos.

A este respecto, queda como objetivo pendiente para un futuro trabajo, en primer lugar, trabajar los temas tratados desde una perspectiva más histórica. Estoy consciente de que el presente trabajo ha tenido una mirada mayormente sincrónica dejando de lado la dimensión diacrónica. Una futura realización merecería contemplar la historia del modelaje en Argentina tratando, por ejemplo, los cambios en las representaciones sociales tratadas e identificando las modificaciones que éstas han sufrido -en el caso de que ésto haya ocurrido-. Por otra parte, sería útil realizar una comparación entre la formación recibida en La Escuela de Modelos "Anamá Ferreira" y las que imparten otras escuelas para poder ampliar las conclusiones obtenidas en este trabajo.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

-A-

Arcand, B.: *El jaguar y el oso hormiguero. Antropología de la pornografía*. Editorial Nueva Visión. Buenos Aires. 1993

Atali, J.: *Historias del tiempo*. Fondo de cultura económica. México. 1985

-B-

Bataille, G.: *El erotismo*. Tusquets Editores. Barcelona. 1992

Baudrillard, J.: *Crítica de La Economía Política del signo*. Siglo XXI Editores. México. 1997

Baudrillard, J.: *El sistema de los objetos*. Siglo XXI Editores. México. 1999

Beauvoir, S.: *El segundo sexo*. Editorial Sudamericana. Buenos Aires. 1999

Bernard Shaw, G.: *Pygmalión*. Centro Editor de América Latina. Buenos Aires. 1980

Boltansky, L.: *Los usos sociales del cuerpo*. Ediciones Periferia. Buenos Aires. 1975

Bourdieu, P.: *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Editorial Taurus. Madrid. 1998

Butler, J.: *Sexo y género en El Segundo sexo de Simone de Beauvoir*. En Mora. Revista del instituto interdisciplinario de Género. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires. Nº 4. octubre de 1998

-C-

Citro, S.: *La diversidad del cuerpo social. Delimitaciones, hegemonías y contrahegemonías*. Fichas de Cátedra. Oficina de Publicaciones de La Universidad de Buenos Aires. 2000

-D-

Da Matta, R.: *O ofício de Etnólogo, ou como Ter "Anthropological Blues"*. En A Aventura Sociológica. Objetividade, Paixao, Improviso y Metodo na Pesquisa Social. De Oliveira Nunes, Eason (compilador). Zahar Edicoes. Rio de Janeiro. 1978

Da Matta, R.: *Relativizando. Uma introdução a Antropologia Social*. Editora Rocco. Rio de Janeiro. 1987

Douglas, M.: *Pureza y peligro. Un análisis sobre los conceptos de contaminación y tabú*. Siglo XXI Editores. Madrid. 1973

Dujovne Ortiz, A.: *Eva Perón. La biografía*. Ediciones Aguilar. Buenos Aires. 1995

Durkheim, E.: *Las formas elementales de la vida religiosa*. Alianza editorial. Madrid. 1993

-E-

Elías, N.: *El proceso de civilización*. Fondo de cultura económica. Buenos Aires. 1993

Esteban, M.: *Promoción social y exhibición del cuerpo*. En *Perspectivas feministas desde la Antropología social*. Ariel. Barcelona. 2000

-F-

Foucault, M.: *Historia de la Sexualidad. La voluntad de saber*. Siglo XXI Editores. México. 1976.

Foucault, M.: *Vigilar y Castigar. Nacimiento de la prisión*. Siglo XXI Editores. México. 1976

-G-

Gaspar, M.: *Garotas de programa. Prostituição em Copacabana e identidade social*. Jorge Zahar Editor. Rio de Janeiro. 1988

Giddens, A.: *El capitalismo y la moderna teoría social*. Editorial Labor. Barcelona. 1994

Guebel, C. Zuleta, M.: *Yo hablaba y no me miraban a los ojos. Reflexiones metodológicas acerca del trabajo de campo y la condición de género*. Revista Publicar. En *Antropología y Ciencias Sociales*. Revista del Colegio de Graduados en Antropología. Buenos Aires. Año 4. Nº 5. 1995

-H-

Hertz, R.: *La preeminencia de la mano derecha. Estudio sobre la polaridad religiosa en La muerte y la mano derecha*. Alianza Universidad. Madrid. 1990

Holy, L.: *Teoría, metodología y proceso de investigación*. En Ellen, R.F. de., Sin fecha. Texto traducido por la Cátedra de la materia Metodología y Técnicas de Investigación Social de la carrera de Ciencias Antropológicas. FfyL. UBA.

-K-

Klimosky, G. Hidalgo, C.: *La inexplicable sociedad. Cuestiones de epistemología en las ciencias sociales*. Editorial AZ. Buenos Aires. 1998

-L-

Le Bernard, M.: *El cuerpo*. Editorial Paidós. Buenos Aires. 1980.

Le Bretón, D.: *Antropología del cuerpo y la modernidad*. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires 1995

Lins Ribeiro, G.: *Descotidianizar. Extrañamiento y conciencia práctica. Un ensayo sobre la perspectiva antropológica*. En Cuadernos de Antropología social. V2 Nº 1. Sección Antropología Social. Instituto de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras. UBA. 1989

Lipovetsky, G.: *La tercera mujer*. Anagrama. Barcelona. 1999

Lipovetsky, G.: *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama. Barcelona. 1990

-M-

Manzini, E.: *Artefactos*. Ediciones Ceteste. Madrid. 1990

Matthews Griego, S.: *El cuerpo, apariencia y sexualidad*. En Historia de las mujeres en Occidente. Editorial Taurus. Madrid. 1992

Mauss, M.: *Sociología y Antropología*. Editorial Tecnos. Madrid. 1979

Matoso, E.: *El cuerpo, territorio de la imagen*. Editorial Letra Viva. Buenos Aires. 2001

Morin, E.: *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas*. Editorial Taurus. Madrid. 1966

-P-

Pasini, E.: *Límites simbólicos corporais na prostituição feminina*. En Cuadernos Pagú. Nº14. 2000

Pitt-Rivers, J.: *Antropología del honor o política de los sexos. Ensayos de antropología mediterránea*. Editorial Crítica. Barcelona. 1979.

Pitt-Rivers, J.: *Un pueblo de la sierra: Grazalema*, Alianza; Barcelona; 1989.

-R-

Rodríguez, J.: *Tabu do corpo*. Editorial Achiamé. Río de Janeiro. 1983.

-S-

Saulquin, S.: *La moda en la Argentina*. Emecé Editores. Buenos Aires. 1990

Saulquin, S.: *La moda, después*. Instituto de Sociología de la moda. Buenos Aires. 1999

- Schilder, P.: *Imagen y Apariencia del Cuerpo Humano*. Paidós. Buenos Aires. 1979
- Schmitt, J.: *La moral de los gestos*. En Fragmentos para una historia del cuerpo humano. Editorial Taurus. Madrid. 1989
- Simmel, G.: *La coquetería*. En Cultura femenina y otros ensayos. Alba Editorial. Barcelona. 1999
- Squiccarino, N.: *El vestido habla. Consideraciones psico - sociológicas sobre la indumentaria*. Ediciones Cátedra. Madrid. 1970
- Stolen, K.: *The decency of inequality. Gender, Power and Social Change on the Argentine Praire*. Scandinavian University Press. Oslo. 1996

-T-

- Tarducci, M.: *Antropología de la religión y antropología del cuerpo: a propósito de las curaciones por la fe en las iglesias pentecostales*. En Alteridad N°4. México. 2002
- Tarducci, M.: *Fundamentalismo y relaciones de género: "aires de familia" mas allá de la diversidad*. Ponencia presentada en VIII Jornadas sobre Alternativas Religiosas en América Latina. Sao Paulo. 22-25 setiembre de 1998.
- Taylor, S.J. Bogdan, R.: *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós. Buenos Aires. 1986
- Thompson, E.: *Tradición, revuelta y conciencia de clase*. Editorial Crítica. Barcelona. 1979
- Turner, V.: *La selva de los símbolos. Aspectos del ritual Ndembu*. Siglo XXI Editores. México. 1999

-V-

- Velazco, H.. Díaz de Rada: *El trabajo de campo y la etnografía*. En La lógica de la investigación etnográfica. Trotta. Madrid. 1997
- Vigarello, G.: *El adiestramiento del cuerpo desde la edad de la caballería hasta la urbanidad cortesana*. En Fragmentos para una historia del cuerpo humano. Editorial Taurus. Madrid. 1989
- Vrljicak-Espain, C.: *Mujeres de la imagen*. Editorial Planeta. Buenos Aires. 1992

-W-

- Wainerman, C. Sautu, R: *La trastienda de la investigación*. Editorial de Belgrano. Buenos Aires. 1997

Weber, M.: *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Ediciones Istmo. Madrid. 1998

Wolf, N.: *El mito de la belleza*. Emecé Editores. Barcelona. 1991

-Z-

Zaluar, A.: *Teoría e prática do trabalho de campo: alguns problemas*. En *A Aventura antropológica Teoría e Pesquisa*. Editora Paz e Terra. Rio de Janeiro. 1986

Fuentes secundarias

Revista Gente. Años 1999, 2000 y 2001

Revista Noticias. Años 1999, 2000 y 2001

Diccionario Básico Espasa. Editorial Espasa Calpe. Madrid. 1984

Montes, S.: *Código Social Argentino*. Cabaut y Cia. Editores. Buenos Aires. 1918

Shaw, G. B.: *Pigmalión*. Centro Editor de América Latina. Buenos Aires. 1980

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILONOMIA Y LETRAS
Dirección de Bibliotecas