



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD IZTAPALAPA**

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

POSGRADO EN ESTUDIOS SOCIALES

**“EL TRABAJO DE LAS EDECANES EN LA CIUDAD DE MÉXICO: ESTÉTICAS,
CORPORALIDADES, EMOCIONES Y PERFORMANCE”**

T E S I S PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTORA EN
ESTUDIOS SOCIALES, LINEA ESTUDIOS LABORALES

QUE PRESENTA

FABIOLA SÁNCHEZ CORREA

MATRICULA: 2163801216

CORREO: elizaludd@gmail.com

DIRECTOR: DR. RAÚL NIETO CALLEJA

JURADO

PRESIDENTA: DRA. MARCELA HERNÁNDEZ ROMO

SECRETARIO: DR. RAÚL NIETO CALLEJA

VOCAL: DR. JULIO CÉSAR BECERRA POZOS

IZTAPALAPA, CIUDAD DE MÉXICO, 11 DE MARZO 2021

RESUMEN

El objetivo de esta tesis es reconstruir la totalidad concreta del trabajo que realizan mujeres edecanes en la ciudad de México. Las edecanes son trabajadoras que se dedican fundamentalmente a la promoción de diferentes productos o servicios de muy variados negocios y empresas que solicitan su labor. Desde la perspectiva de los estudios del trabajo, la intención es develar a partir del análisis del proceso productivo del trabajo y de las diferentes relaciones laborales que establecen con los contratistas, clientes y consumidores de la actividad, qué es lo que producen, cómo lo hacen, con qué instrumentos y cuáles son las diferentes estrategias y resistencias que despliegan para obtener mejores condiciones de trabajo. Como marco general de la investigación fueron de utilidad las perspectivas del configuracionismo y el trabajo no clásico (De la Garza, 2013, 2003) Ambas se articularon con las perspectivas del trabajo emocional, estético, corporal y performático. Esta investigación es de utilidad para comprender los múltiples componentes que se ponen en juego en la construcción del trabajo de las edecanes y aporta elementos analíticos que pueden servir como modelo para el estudio de otras actividades interactivas similares que apuntan hacia formas de control novedosas en las que intervienen elementos culturales de la estructura social y que la actividad laboral incorpora para organizar el trabajo. Asimismo, es una posible guía para las propias trabajadoras, en tanto podría contribuir a comprender cuáles son las habilidades y talentos construidos fuera del proceso de trabajo que ponen en juego en su actividad. Al estar este tipo de actividades laborales interactivas y feminizadas relativamente poco abordadas en los estudios laborales en México, es un aporte tanto para la sociología del trabajo como para los estudios de género.

ABSTRACT

The objective of this thesis is to reconstruct the concrete totality of the work carried out by women hostesses in Mexico City. Hostesses are workers who are dedicated to promoting different products or services of businesses and companies. From the perspective of labor studies, the intention of this thesis is to unveil, based on the analysis of the labor production process and the different labor relations that the hostesses establish with contractors,

clients and consumers, what they produce, how they do it, with what instruments and what are the different labor strategies and resistances that they deploy to obtain advantages in their activity. As the framework of the research I assumed the perspectives of configurationism (configuracionismo) and non-classical work (trabajo no clásico) (De la Garza, 2012, 2003). Both were combined with perspectives on the emotional, aesthetic, corporal and performative work. This research is useful to understand the multiple components put into play in the construction of the work of hostesses. It provides an analysis model for the study of other interactive work activities, notably regarding new forms of control in which cultural elements of the social structure intervene and are included in the organization of work. It is also a possible guide for the workers themselves, as it could contribute to understand what are the skills and talents built outside the work process that they put into play in their activity. As this type of interactive and feminized work activities is relatively little addressed in labor studies in Mexico, it is a contribution both for the sociology of work and for gender studies.

ÍNDICE

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	10
1. <i>Estado de la cuestión: Aproximaciones académicas en torno al trabajo de las edecanes</i>	<i>24</i>
2. <i>Planteamiento del objeto de investigación: el trabajo de las edecanes en la Ciudad de México.....</i>	<i>43</i>
3. <i>Planteamiento del problema</i>	<i>46</i>
4. <i>Estrategia metodológica</i>	<i>50</i>
CAPITULO 1. POSICIONAMIENTO TEORICO-METODOLOGICO	54
1.1 <i>Introducción.....</i>	<i>54</i>
1.2 <i>Enfoques y perspectivas sobre actividades laborales</i>	<i>54</i>
1.3 <i>Elementos teóricos para analizar la configuración laboral de las edecanes</i>	<i>66</i>
1.3.1 <i>Hoschild y la perspectiva del trabajo emocional</i>	<i>66</i>
1.3.2 <i>Trabajo y sociología del cuerpo</i>	<i>74</i>
1.3.2.1 <i>El herramental teórico de Foucault.....</i>	<i>83</i>
1.3.3 <i>La perspectiva del trabajo estético.....</i>	<i>89</i>
1.3.3.1 <i>Pierre Bourdieu y los conceptos de campo, habitus y capitales</i>	<i>93</i>
1.3.4 <i>El paradigma interpretativo</i>	<i>102</i>
1.3.4.1 <i>Goffman y el performance laboral</i>	<i>105</i>
1.4 <i>Epistemología configuracionista</i>	<i>109</i>
1.5 <i>Metodología de la investigación</i>	<i>116</i>
1.5.1 <i>La perspectiva cualitativa dentro de la investigación socio-antropológica</i>	<i>116</i>
1.5.2 <i>Trabajo etnográfico, entrevistas, charlas informales y procesos de observación</i>	<i>119</i>
CAPÍTULO 2. ENTRE TERCERIZACIÓN, FLEXIBILIZACIÓN, PRECARIZACIÓN E INFORMALIDAD	127
2.1 <i>Introducción.....</i>	<i>127</i>
2.2 <i>Tercerización en el trabajo de las edecanes</i>	<i>130</i>
2.3 <i>Construcción del mercado de trabajo.....</i>	<i>136</i>
2.4 <i>Contratación temporal por obra o servicio en agencias formales</i>	<i>157</i>
2.5 <i>Problemas laborales frecuentes en las agencias formales de contratación</i>	<i>163</i>

2.6 Redes informales de prestación de servicios como estrategia de resistencia frente a la precarización laboral.....	169
2.7 Acuerdos individualizados al pactar el servicio entre exedecán/edecán y edecán/cliente.....	173
2.8 Conclusiones del capítulo 2.....	178
CAPITULO 3. PROCESO DE TRABAJO: PRODUCCIÓN DE INTERACCIONES EN LA ACTIVIDAD DE LAS EDECANES	184
3.1 Introducción.....	184
3.2 Trabajo previo al performance laboral.....	185
3.2.1 Reglas de ornamentación corporal y feminización del cuerpo de las edecanes.....	188
3.2.2 El trabajo plurilocalizado, itinerante y discontinuo de las edecanes.....	196
3.2.3 Preparación ornamental final y la familiarización con los productos o servicios	199
3.3 Cumplimiento de la jornada laboral. Realización del performace.....	202
3.4 Relaciones laborales con los consumidores y público clientes durante el proceso de trabajo.....	220
3.4.1 Discusión pública sobre el trabajo de las edecanes.....	221
3.4.2 Narrativas de las edecanes sobre sus interacciones con el público o los consumidores.....	226
3.5 El papel de los sentimientos y las emociones en la actividad.....	231
3.6 Condiciones de trabajo	236
3.7 Formas de resistencia en el trabajo.....	246
3.8 Conclusiones del capítulo 3.....	251
CAPITULO 4. SIMBOLOS Y SIGNIFICADOS ASOCIADOS A LA ACTIVIDAD DE LAS EDECANES	254
4.1 Introducción.....	254
4.2 Dimensión simbólica en el campo de la actividad laboral.....	257
4.2.1 La construcción de las oposiciones binarias entre lo femenino y lo masculino.....	258
4.3 Representaciones de la mujer erótica en el campo laboral	267
4.3.1 Primera representación de la mujer erótica: La mujer elegante.....	269
4.3.2 Segunda representación de la mujer-erótica: La mujer como la encarnación sensual y el esfuerzo corporal.....	280
4.3.3 Tercera representación de la mujer-erótica: La mujer como encarnación de la belleza natural	286

4.3.4 Cuarta representación de la mujer- erótica: la bella niña/adolescente	289
4.4 Conclusiones del capítulo 4.....	297
CAPITULO 5. EXPERIENCIAS Y SUBJETIVIDAD EN EL OSCURECIMIENTO Y PRECARIZACIÓN DE LAS CONDICIONES DE TRABAJO	301
5.1 Introducción	301
5.2 El papel de las habilidades, los talentos y los gustos	303
5.3 La dimensión estética y corporal en las estructuras subjetivas.....	311
5.4 Construcción de trayectorias prestigiosas como hecho y como expectativa	312
5.5 Representaciones del salario y la flexibilidad laboral: la construcción social del ingreso familiar	317
5.6 Estigma e identidad en el trabajo de las edecanes	326
5.7 Conclusiones del capítulo V	334
CONCLUSIONES GENERALES.....	336
BIBLIOGRAFÍA	358
REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	370

ÍNDICE DE MATERIALES GRAFICOS

Gráfica 1. Salario por sexo y edad en el subgrupo 423	17
Gráfica 2. Salario por sexo y escolaridad en el subgrupo 423.....	18
Collage de fotografías 1. Edecanes en actos públicos de Estado entre los años de 1950 a 1970.....	21
Collage de fotografías 2. Edecanes durante los juegos olímpicos realizados en México en el año de 1968	23
Collage de imágenes 1. Ornamentación para el trabajo.....	193
Collage de imágenes 2. Trabajo emocional.....	236
Collage de imágenes 3. Jornada de trabajo y tacones altos	241
Collage de imágenes 4. Control y condiciones de trabajo	245
Collage de imágenes 5. Relación con las agencias	250
Fotografía 1. Foto de portada del artículo de investigación realizado por Madison Marriage	36
Esquema 1. Los cuatro niveles de abstracción de la investigación.....	109
Esquema 2. Clasificación y jerarquización de las trabajadoras	140
Esquema 3. Relaciones laborales establecidas por la edecán.....	178

Esquema 4. La mujer erótica	296
Tabla 1. Perfil de las edecanes entrevistadas.....	
.....	125
Tabla 2. Segmentación y clasificación de edecanes en las agencias.....	156
Imagen 1. Las edecanes pueden decidir qué trabajo aceptar y cuáles no.....	186

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar quiero agradecer a mi director de tesis, doctor Raúl Nieto Calleja, por su acompañamiento a lo largo de estos años en los que compartió conmigo sus amplios conocimientos y me brindó largas asesorías de reflexión. Su amistad, paciencia, escucha y apoyo fueron fundamentales para mí en este complejo proceso de investigación. No tengo duda de su enorme compromiso con la formación sistemática de investigadores en el área de las ciencias sociales, su pasión y entrega en la construcción de conocimiento y su calidad como ser humano, con quien tuve la fortuna de compartir esta última etapa de mi formación académica. Para él mi agradecimiento, mi estima y mi admiración por esta noble labor que lleva a cabo.

También agradecer a los lectores de esta investigación, la Dra. Marcela A. Hernández Romo y el Dr. Julio Becerra Pozos, por sus contribuciones al mejoramiento de esta tesis a través de sus comentarios a lo largo de mi paso por el posgrado. Gracias a ellos fue posible repensar algunas de las interpretaciones que se fueron dando durante la construcción del problema de investigación y en su desarrollo.

Un agradecimiento a los miembros académicos del posgrado, quienes brindaron todo su apoyo e interés para formarnos en una cantidad importante de teorías y concepciones en nuestro ámbito a partir de la discusión sobre nuestros problemas de investigación, mediante la impartición de diferentes seminarios y cursos. Asimismo, para el equipo administrativo y ayudantes del posgrado, de quienes obtuvimos todo el apoyo para que los procesos y trámites fueran mucho más ligeros. Muchas gracias por su fundamental labor.

A las edecanes entrevistadas, a quienes agradezco por compartirme sus experiencias de trabajo y permitirme conocer a este interesante sector laboral; para ellas mi reconocimiento por su incesante búsqueda por ganarse el pan de cada día, ser independientes y darle un sentido a su vida a través de su actividad.

Esta tesis fue posible gracias al apoyo del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), fundamental institución pública para el desarrollo del país. Mi agradecimiento por su trascendental labor para la formación en posgrado en México.

A mi pareja Edgar M. Góngora Jaramillo por su apoyo incondicional a lo largo de estos atribulados años, por darme una mano en los momentos más difíciles de este proceso al apoyarme con mis necesidades físicas y emocionales que permitieron que esta investigación fuera concluida, así como por su escucha atenta a mis interminables reflexiones sobre esta tesis. Su compañía divertida y su apoyo en cada momento fueron fundamentales a lo largo de este proceso. Gracias por ser mi compañero de vida.

A mi familia, mis padres y hermana, Sonia Correa Durán, Marco Antonio Sánchez Gaitán y Regina Sánchez Correa, quienes supieron comprender las largas ausencias y quienes fundamentalmente son mi motor para seguir adelante en esta vida. Muchas gracias por su apoyo incondicional a lo largo de estos años. A los Góngora Jaramillo y anexos por compartir y ser mi familia.

A los compañeros de las diferentes generaciones con las que compartí tiempo en el posgrado, quienes a través de sus pláticas, de su presencia y compañía hicieron de este largo camino un lugar más amable e interesante, así como por su ayuda para desencadenar, en los diferentes seminarios y coloquios compartidos, reflexiones de interés para esta investigación. Fue un gusto departir y convivir con ustedes estos años.

INTRODUCCIÓN

El objetivo de investigación que da origen a esta tesis fue el análisis sobre el trabajo de mujeres edecanes que se dedican a la promoción de mercancías y servicios de diferentes negocios o marcas en la Ciudad de México. Para reconstruir este trabajo como totalidad concreta desde la perspectiva de los estudios laborales, me serví de diferentes concepciones para analizarlo como una actividad productiva, y comprenderlo a través de la indagación respecto a los aspectos que constituyen la actividad, qué elementos o “herramientas” se requieren para llevarla a cabo, cómo se preparan para realizar el trabajo, cómo son las relaciones que establecen con las diferentes figuras de contratación, con los clientes, y con los consumidores hacia quiénes está dirigida la actividad, y cuáles son los criterios establecidos para seleccionar a las trabajadoras. Así mismo fueron abordados cuáles son sus estrategias frente a la precarización de su trabajo, cómo se organizan para protegerse de posibles abusos laborales y cuál es el sentido que las edecanes le dan a su propio trabajo a través de sus experiencias y concepciones. Se tomaron en cuenta cuáles son los símbolos y significados culturales que pueden analizarse a través de las concepciones sociales que prevalecen sobre el trabajo y a través de la teatralización que las edecanes llevan a cabo durante la realización de la actividad. En esta Introducción y en el primer capítulo explico las dimensiones y categorías de análisis, así como los conceptos operativos fundamentales, el contexto del trabajo de las edecanes y la perspectiva metodológica.

Inicié el proceso de investigación con un interés general centrado en los problemas contemporáneos del trabajo, vinculados a la constitución de pequeños negocios o la denominada pequeña empresa, la cual tiene una amplia presencia en un país con las características de México. Estaba interesada en explicar procesos y condiciones de trabajo que no fueran propiamente industriales sino que me permitieran explorar fenómenos laborales muy actuales, como aquellos que se realizan en la economía informal o economía popular, las estrategias de sobrevivencia de ese tipo de trabajadores, las actividades

laborales autónomas y aquellas en las que el trabajo no está necesariamente regulado, que nacen precarizadas dada su difusa relación con la economía regulada por el Estado.

Este interés proviene de mis investigaciones anteriores de licenciatura y maestría. En la primera tuve la oportunidad de estudiar la trayectoria laboral de un grupo de trabajadores formales que fueron despedidos de una empresa estatal. En esa investigación pude analizar cómo habían vivido su experiencia como trabajadores formales, cómo experimentaron el despido y cómo fue su inserción a la economía informal como mecanismo de subsistencia, después de que vieron cerradas todas las posibilidades de ingresar nuevamente a una actividad del sector formal de la economía vinculada a su especialidad. Eso me llevó a ocuparme durante mi investigación de maestría, por el estudio del sector informal de la economía, por lo que realicé un estudio con un grupo de trabajadores informales insertos totalmente en la realización de estrategias de subsistencia durante su vida laboral. Estas actividades me llevaron a trabajar con conceptos como sector informal de la economía, subsunción real y formal del proceso del trabajo al capital, regímenes despóticos de producción, proceso de trabajo, relaciones laborales e identidad.

En ese sentido, para mi investigación doctoral estaba interesada en mantenerme en esta línea de indagación, pero en esta ocasión deseaba analizar algo que se encontrara en la delgada línea entre la formalidad y la informalidad, que implicara elementos de precariedad y que estuviera en el ámbito de la prestación de servicios. Así, conjuntamente con mi director de tesis, Dr. Raúl Nieto Calleja, quien ha explorado en los últimos años sobre trabajos emocionales y labores afectivas, y un interés por la juventud, resolvimos, a partir de un trabajo conjunto de búsqueda y reflexión, pero sustentado en su experiencia en este tipo de investigaciones, que el trabajo de las edecanes representaba una actividad relevante para ser explorada, ya que en el nivel fenoménico poseía una serie de aspectos de interés tanto académico como social y con el cual también podía explorar respecto a mis intereses de investigación sobre las zonas intermedias entre el trabajo formal y el informal.

Paralelamente a esta búsqueda participé en diferentes cursos, clases y seminarios como parte de mi formación doctoral, en los cuales exploramos diversas perspectivas del

trabajo que involucran dimensiones muy relevantes dentro del sector de la producción de servicios, como son las corporales, emocionales, estéticas, de cuidados y afectivas, las cuales han sido nutridas por diferentes perspectivas sociológicas alrededor del mundo. A medida que íbamos explorando esas propuestas contenidas en la literatura, fui realizando un estudio de gabinete sobre los temas de mi interés: primero recopilando, y después analizando información identificada en internet sobre estudios académicos, empíricos y de casos; durante esta etapa de la investigación se fueron haciendo relevantes las perspectivas del trabajo estético, corporal, emocional y performativo para analizar la actividad de las edecanes.

De este modo indagué los diferentes campos semánticos y de sentido existentes para la palabra *edecán* en los idiomas inglés y español por medio de la búsqueda de literatura académica especializada en diferentes plataformas de revistas digitales que poseen artículos de todo el mundo, las cuales arrojaron información sobre trabajos relevantes para el tema de esta investigación. Identifiqué la existencia de diferentes acepciones, según las diversas regiones, para la palabra *edecán*, principalmente las de *anfitriona*, *azafata* y *promotora*. Estas acepciones arrojaron un número muy limitado — aunque interesante — de investigaciones que se expondrán a lo largo de esta Introducción.¹

Sin embargo, fue a través del término plural *hostesses* que logré identificar que la actividad de las edecanes es una actividad global, con presencia en diferentes partes del mundo y que incluso en países centrales existen agencias de gran tamaño — que aglutinan a un número amplio de trabajadoras — y que establecen las diversas actividades que puede llevar a cabo una *hostess*. Otro descubrimiento importante fue que, a través de este término, identificamos la existencia de diversas investigaciones que denotan un conjunto de actividades que no se reducen a la promoción de servicios y mercancías, como las

¹ El diccionario *Merriam-Webster* describe el término como “1: a woman who entertains socially, 2 a : a woman in charge of a public dining room who seats diners b : a female employee on a public conveyance (such as an airplane) who manages the provisioning of food and attends passengers c : a woman who acts as a partner or companion to male patrons in a dance hall or bar” (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/hostess>) y a estas acepciones el diccionario *Oxford* agrega: “A woman who receives or entertains guests [...] A woman who presents a television or radio programme” (<https://www.lexico.com/en/definition/hostess>).

actividades que se analizan en esta tesis, sino que, a través del uso del cuerpo y de la realización de performances emocionales, las trabajadoras producen fantasías de cercanía o intimidad en aquellos clientes que consumen sus servicios.

En la palabra *hostesses* se ubican dos tipo de actividades: por una parte, trabajadoras que se caracterizan por promocionar marcas, productos; servicios, o también recibir a los visitantes en diferentes espacios o eventos —como las sobrecargos en los aviones y las anfitrionas en restaurantes— también laboran en eventos empresariales privados. Su actividad consiste principalmente en la creación de atmosferas para efectivizar una mercancía en el mercado (este es el tipo de trabajadoras en las que nos enfocamos en esta investigación). Por otra parte, encontramos un segundo grupo de trabajadoras descritas en la mayor parte de las referencias bibliográficas internacionales donde se describe una actividad que se ha estudiado en países asiáticos como Japón, China y Corea del Sur —pero también se han documentado casos en Estados Unidos y México— en los cuales mujeres jóvenes trabajan en diversos tipos de espacios nocturnos en los cuales, a través de actos performáticos, deben crear una fantasía de noviazgo o de relación con los clientes, todos varones y en su mayoría hombres de negocios, que asisten con pares a experimentar dichas interacciones (Choi, 2016; Bedford y Hwang, 2013; Kamise, 2013; Zheng y Cortland 2011).

La actividad de las edecanes que se analiza en esta tesis ha sido mucho menos abordada en las reflexiones académicas, por lo que gran parte de los resultados provienen del análisis e interpretación de la investigación empírica, la cual proporcionó elementos significativos para reconstruir el proceso de trabajo en el contexto de la Ciudad de México. No obstante, las edecanes que estudiamos trabajan para un modelo de negocios, recurrentemente a través de *agencias* de contratación tercerizada que son una realidad en todo el mundo, por lo que las características de su funcionamiento no se condicionan a un solo país sino que se corresponden con una dinámica inserta en el rubro de la comercialización, promoción, venta de mercancías y la organización de eventos mediante trabajadoras que personifiquen o proporcionen “imagen” a los productos o brinden atenciones a las personas que asisten a diferentes eventos de muy variada índole. El trabajo de las edecanes, entonces, consiste en promocionar productos o servicios de diferentes

marcas y negocios a través de distintos actos performáticos que tienen como fin atraer a clientes y que estos se vean persuadidos a comprar o asistir a eventos mediante la producción de una atmósfera que la edecán debe producir.

A través de la revisión de diferentes portales en internet, mediante la palabra *hostesses*, se encontró que la actividad tiene alta presencia en diferentes partes del mundo y aunque la revisión realizada para esta investigación no permite ni pretende conocer a ciencia cierta las especificidades laborales de la configuración del modelo empresarial de esos países, sí podemos identificar algunas similitudes con el caso mexicano, como es la presencia del trabajo temporal, relaciones laborales facilitadas a partir de diferentes plataformas de comunicación electrónica y virtual y la prestación de servicios tercerizados que las agencias brindan a empresas interesadas en que se den a conocer sus marcas o que se organicen sus eventos.

Las agencias europeas segmentan la prestación de sus servicios de la siguiente manera: Modelos, anfitrionas, artistas, intérpretes o ejecutantes, maestra de ceremonias, embajadoras de la marca, cócteles, personal de la exposición, ujieres, camareras, modelos de pasarela, modelos de *carshow*, personal de la exposición, personal del quiosco, personal promocional, habilidades especiales de idioma, son algunas de las formas en las que las agencias clasifican las actividades que brindan. Encontramos agencias que ofrecen sus servicios en Birmingham (Reino Unido), Milán (Italia), Barcelona e Ibiza (España), Berlín (Alemania), Praga (República Checa), o Nigeria. Estas son agencias que tienen sus sedes específicas pero que están pensadas, muchas de ellas, para brindar servicios en diferentes ciudades. Las agencias suelen trabajar para empresas como *Warner Brothers*, *Dubai airports*, *Budweiser*, *KIA*, *BMW*, *Grand prix*, *Mac*, *hp*, *Huggies*, es decir estas agencias tienen como clientes a grandes trasnacionales que requieren de esta actividad.²

² Información obtenida a través de la revisión de diferentes páginas oficiales de las propias agencias que promocionan sus servicios en internet, véase: <https://www.nuevostaffing.com>, <https://www.golden-goose-events.com>, <https://hostessworldbarcelona.com>, <https://www.elpromotions.co.uk>, <https://www.golden-goose-events.com>, <https://www.exhibition-girls.com/>, <https://diamonds-germany.com>, <https://www.emeraldgreenushers.com/>.

Para el caso de México, el trabajo de edecán está incluido en los sistemas de clasificación de ocupaciones laborales que, desde hace varios años, elabora el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). De acuerdo a la *Clasificación Mexicana de ocupaciones* (INEGI, 2005: 200), el trabajo de edecán se inscribía en el grupo laboral 6230, correspondiente a “repcionistas y otros trabajadores que brindan información”. Pero es en el *Sistema nacional de clasificación de ocupaciones* (INEGI, 2011) donde la actividad laboral materia de esta tesis se identifica con mayor claridad. Ese sistema de clasificación está organizado en nueve divisiones. La división 4 “Comerciantes, empleados en ventas y agentes de ventas”, integra al tipo de trabajadoras que nos ocupa. Allí, el trabajo de las edecanes aparece en el grupo 42 “empleados de ventas en establecimientos”, en el subgrupo 423 “trabajadores en la promoción de ventas y modelos” (INEGI, 2011: 39).

En el subgrupo 423, además de las edecanes, están clasificadas las demostradoras y promotoras, así como modelos de moda, arte y publicidad. En ese documento se indica que el trabajo de las edecanes consiste en “atender y guiar a las personas a los sitios reservados o asignados en restaurantes, clubes, en eventos y espectáculos culturales, recreativos, sociales y similares”, mientras que las demostradoras y promotoras “muestran, dan a conocer y probar diferentes artículos o productos en establecimientos o casas particulares para promover su venta” y las modelos de moda, arte y publicidad “lucen y presentan prendas de vestir, accesorios y otros artículos destinados a la venta, o actúan como modelos para la creación artística o publicitaria” (INEGI, 2011: 172). Si bien las funciones indicadas en el *Sistema* forman parte de la actividad de las edecanes, en esta tesis se observará que, frecuentemente, las edecanes realizan actividades asociadas a las de promotoras e incluso a las de modelos, lo que hace de esa actividad una de mayor complejidad que la reconocida en la clasificación.

También se verá en esta tesis que la actividad laboral de las edecanes tiene traslapes constantes entre la formalidad y la informalidad, por lo que su expresión estadística debe considerarse como una aproximación a su tamaño real. A nivel nacional, la tasa de informalidad laboral con respecto a la población económicamente activa fue 56% y de

47.2% para la Ciudad de México en el primer trimestre de 2020, de acuerdo a cifras del INEGI.³ En el caso de la Ciudad de México, la diferencia en la participación de mujeres y hombres en el sector informal es poco significativa, conforme a datos de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.⁴

Información para el primer trimestre de 2020 de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE),⁵ revela que, a nivel nacional, 146 mil personas trabajaban en actividades incluidas en el subgrupo 423 “Trabajadores en la promoción de ventas y modelos”, esto es, promotoras, edecanes y modelos. La mayor parte estaba concentrada en la Ciudad de México, con 23 mil personas, le seguían el Estado de México con 18.7 mil y Nuevo León con 10.2 mil personas. Es importante resaltar que la ENOE reporta, para ese mismo período, que únicamente el 15.2% del total del subgrupo 423 eran trabajadoras y trabajadores informales.

En cuanto a los ingresos percibidos por quienes se dedican a estas actividades, la ENOE indica que el promedio salarial era de 4 mil doscientos pesos mensuales, trabajando alrededor de 43.5 horas semanales. Se trata de actividades laborales marcadamente realizadas por mujeres, en tanto ellas representaban el 73.1% mientras que los hombres eran el 26.9%. Los hombres tendían a ganar un poco más que las mujeres en estos trabajos: en promedio 4 mil cuatrocientos pesos los hombres y 4 mil cien pesos las mujeres, de acuerdo a datos de la misma fuente. Si bien la mayor parte de esta fuerza laboral estaba en la Ciudad de México, era en Baja California, Sinaloa y San Luis Potosí donde recibían mayores ingresos por su actividad: alrededor de 7 mil quinientos pesos en los tres casos.

En esta tesis ponemos atención al factor edad para analizar la construcción del mercado de trabajo de las edecanes y sostenemos que la juventud es un factor relevante para la configuración de la ocupación. En este rubro, la ENOE reporta, para el primer trimestre de 2020, una edad promedio de 34 años para las mujeres dedicadas a estos

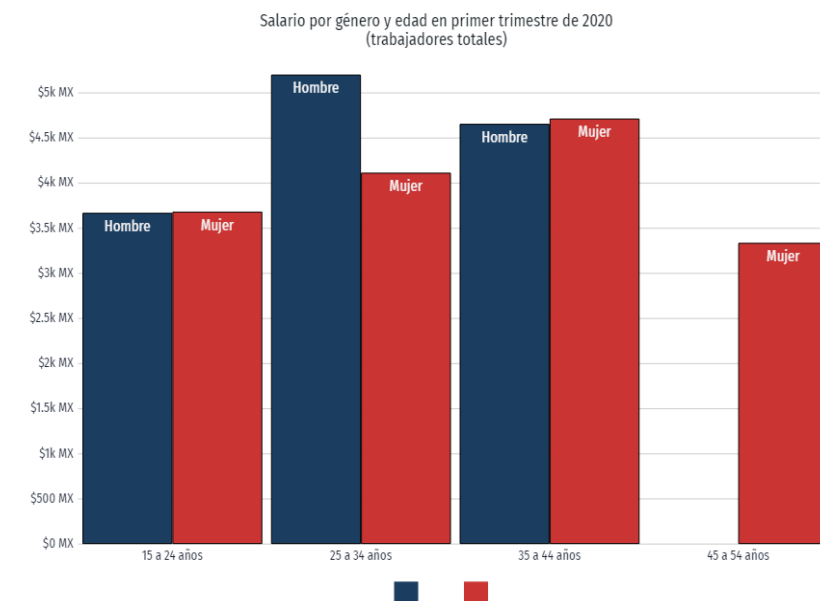
³ Enlace: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/enoe_ie/enoe_ie2020_05.pdf.

⁴ Enlace: <http://www.stps.gob.mx/gobmx/estadisticas/pdf/perfiles/perfil%20distrito%20federal.pdf>.

⁵ Enlace: <https://datamexico.org/es/profile/occupation/trabajadores-en-la-promocion-de-ventas-y-modelos>.

trabajos y de 32 años para los hombres. Destaca, como puede verse en la gráfica 1, que el ingreso económico recibido por las trabajadoras y los trabajadores del grupo 423 varía en función del sexo y la edad: mientras los hombres jóvenes tienden a ganar más, las mujeres mayores de 45 años ganan menos.

Gráfica 1. Salario por sexo y edad en el subgrupo 423

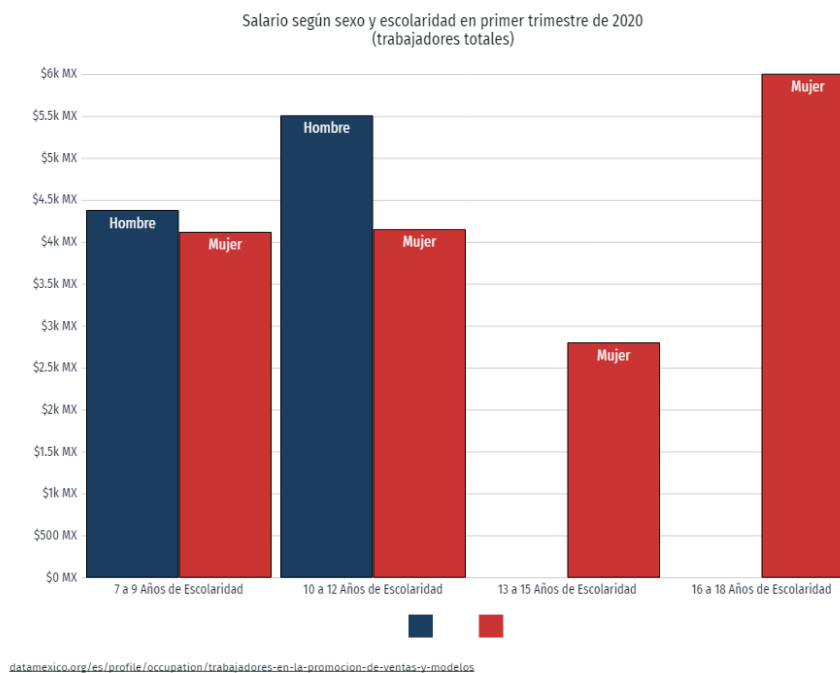


datamexico.org/es/profile/occupation/trabajadores-en-la-promocion-de-ventas-y-modelos

Fuente: Data México: <https://datamexico.org/es/profile/occupation/trabajadores-en-la-promocion-de-ventas-y-modelos>

La información estadística permite, asimismo, identificar la existencia de cierta correlación entre escolaridad, sexo e ingresos económicos. El promedio de escolaridad era en el primer trimestre de 2020 de 11 a 12 años (que corresponde a educación media superior) tanto para mujeres como para hombres, pero, como se observa en la gráfica 2, las mayores remuneraciones eran percibidas por mujeres con 16 a 18 años de escolaridad, mientras las menores lo eran para mujeres con 13 a 15 años de escolaridad.

Gráfica 2. Salario por sexo y escolaridad en el subgrupo 423



Fuente: Data México: <https://datamexico.org/es/profile/occupation/trabajadores-en-la-promocion-de-ventas-y-modelos>.

En síntesis, la información estadística disponible sobre las personas ocupadas en el subgrupo 423, donde se encuentran las edecanes, indica que se trata de actividades altamente feminizadas (3 de cada 4 son mujeres), con alta participación de personas jóvenes, con ingresos económicos relativamente bajos y con escolaridad mayoritariamente concentrada en el nivel medio superior. En los diferentes capítulos de esta tesis veremos cómo juegan esos aspectos en la configuración del trabajo de las edecanes de la Ciudad de México.

En esta investigación me centré específicamente en las características del trabajo de las edecanes en la Ciudad de México. La información reconstruida que se expone en la tesis proviene principalmente del trabajo etnográfico llevado a cabo en diferentes espacios laborales así como de las narrativas de un conjunto de edecanes, obtenidas a través de la realización de entrevistas estructuradas y charlas informales, tanto con ellas como con

representantes de agencias, lo que se explica con más detalle en el apartado metodológico de esta Introducción. Las narrativas de los consumidores o el público que presencian el performance laboral o que tienen alguna opinión de la actividad fueron recuperadas y analizadas a través de diferentes opiniones vertidas en el mundo virtual y esas constituyeron también una interesante fuente de información que contribuyeron a identificar aspectos relevantes sobre el trabajo de edecanaje en esta investigación.

En la Ciudad de México, es común encontrar a este tipo de trabajadoras en diferentes lugares: en grandes centros comerciales y almacenes de alimentos; también en diversos tipos de pequeños negocios, desde restaurantes, bares, ferreterías, azulejerías, tiendas y *stands* de telefonía, agencias y negocios automotrices, exposiciones de autos, ferias, carnavales, entre otros. También existen edecanes que cuentan con una presencia importante en los medios masivos de comunicación tradicionales, como la televisión, en donde aparecen en programas de entretenimiento realizando las actividades que son propias de la actividad en los espacios laborales antes mencionados: prestan su *imagen* por ejemplo, paradas entre el público o frente a las cámaras, o realizan labores de animación a través del baile. También estas trabajadoras suelen aparecer fotografiadas en revistas y periódicos.

Conforme a lo expuesto, las edecanes tienen una amplia presencia en las representaciones sociales debido a que existe un grupo de ellas que, en algún momento, tuvieron notoriedad como figuras públicas. Así mismo, con la ampliación de los medios digitales como es el internet y las redes sociales, se facilita que las edecanes que no han adquirido notoriedad dentro de los medios tradicionales —que son la mayoría— lo hagan promocionándose, o utilizando activamente sus redes como Facebook, logrando de esa forma tener aun mayor presencia en estos medios de comunicación.

Por otro lado, el trabajo de las edecanes en México contratadas en actividades políticas, ya sean proselitistas o como parte de servicios prestados en instituciones, ha generado diversas polémicas y debates que, fundamentalmente, giran en torno a cuestionamientos respecto a la perpetuación de estereotipos sobre el erotismo de las

mujeres. Para el caso mexicano, fue posible rastrear actividades de las edecanes a través del tiempo, pero esa identificación no ocurrió a través de la revisión de trabajos académicos sino a través de la revisión de archivos fotográficos. El recurso más importante localizado para reconstruir este aspecto fue en la colección de archivo digital de la fototeca nacional del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). En ese archivo pude observar que la actividad de la edecanía tiene una presencia importante al menos desde los años de 1940 en diversos tipos de actos oficiales, como son inauguraciones de hospitales, campañas presidenciales, desfiles nacionales.

Es decir, la actividad de las edecanes, desde entonces hasta la actualidad, tiene conexión con la vida política del país y, por ende, en la prevalencia de la asociación simbólica entre los negocios o las negociaciones y las mujeres como acompañantes. Por ejemplo, el archivo posee diversas fotografías del entonces candidato a la presidencia Adolfo López Mateos en las que se le puede observar acompañado de edecanes en diversas ciudades de la república durante la campaña electoral en el año de 1958 como fue en Chihuahua, Apatzingán y Orizaba; fotografía en la que se le puede ver parado en la parte trasera de un camión adornado de flores con cuatro mujeres que le acompañan. También se localizó una fotografía en la que aparecen hombres de la política o negocios y edecanes durante un banquete de una ceremonia en 1968, en ella se puede observar a mujeres sentadas en la mesa junto con varios hombres charlando y compartiendo la comida.

Existe otra fotografía de siete edecanes en la inauguración de una clínica del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) en el año 1962 en Matamoros, Tamaulipas paradas fuera de las instalaciones. Todas ellas están vestidas de la misma forma, con una falda tableada por debajo de las rodillas, una blusa con manga larga y zapatos de tacón. Esta fotografía es interesante porque revela que los criterios de altura y de tallas de las edecanes no eran estrictamente definidos, como sí lo son en la actualidad, lo que trataremos en uno de los capítulos. También se encontró otra fotografía de una premiación deportiva en donde las edecanes se encuentran paradas frente a los trofeos en espera de entregarlos a los ganadores de la carrera. En la fotografía se observan cuatro mujeres con faldas tableadas por debajo de las rodillas y blusas no especialmente ceñidas al cuerpo, guantes blancos y

con tacones bajos. En ese sentido ya desde 1960 en México existían la presencia de edecanes en los eventos deportivos.

Collage de fotografías 1.
Edecanes en actos públicos de Estado entre los años de 1950 a 1970



Nota: Se puede observar la presencia de las edecanes en diversos actos públicos así como la relevancia de criterios estéticos, como son los uniformes (Casasola, 1968, 1962, 1960, 1959, 1958).

Fuente: Archivo de la Fototeca Nacional del INAH,
<https://www.mEDIATECA.INAH.GOB.MX/repositorio/islandora/object/fotografia%3A266912>,
<https://www.mEDIATECA.INAH.GOB.MX/repositorio/islandora/object/fotografia%3A259414>,
<https://www.mEDIATECA.INAH.GOB.MX/repositorio/islandora/object/fotografia%3A242270>,
<https://www.mEDIATECA.INAH.GOB.MX/repositorio/islandora/object/fotografia%3A238853>,
<https://www.mEDIATECA.INAH.GOB.MX/repositorio/islandora/object/fotografia%3A421631>.

Estas fotografías muestran claramente que la actividad laboral de las edecanes, desde sus inicios, ha estado vinculada a prestar su imagen o su acompañamiento y presencia física en eventos de diversa índole, donde utilizan recursos corporales y estéticos para su realización, como es el uso de uniformes. También se puede apreciar que estas trabajadoras

cumplían con ciertos criterios corporales y de belleza física, conforme con el canon vigente en las épocas respectivas.

La presencia de las edecanes fue importante durante los juegos olímpicos realizados en México en el año de 1968. Ellas estuvieron encargadas de representar la imagen del país frente a los visitantes extranjeros, brindarles información sobre los diferentes puntos de la ciudad, ser receptoras de personalidades y preceder los cocteles de bienvenida. Esto lo hicieron ataviadas con diversos uniformes, que fueron confeccionados para la ocasión y que se recuerdan por su estilo y encanto. Las edecanes habían sido seleccionadas de entre diversas jóvenes por poseer belleza física, hablar dos idiomas como mínimo y tener conocimientos históricos de datos fundamentales del país. Asimismo, fueron instruidas para no mencionar a los visitantes nada de lo acontecido durante el fatídico día del dos de octubre en Tlatelolco (Loaeza, 2018 y 2012).

Collage de fotografías 2.
Edecanes durante los juegos olímpicos realizados en México en el año de 1968



Nota: Fotografías que muestran como la presencia de las edecanes en diferentes momentos históricos ha tenido la intención de exhibir criterios estéticos y corporales expresados en la selección de mujeres con determinadas características físicas y a través de la ornamentación corporal.

Fuente: Morales (2018) <https://inperfecto.com.mx/2018/07/31/las-edecanes-del-68/>
Hidalgo (2013) <https://cultura.nexos.com.mx/?p=3407>.

Actualmente la actividad de las edecanes, en su moderna configuración formal, se posibilita sobre todo a partir de agencias de contratación que se encargan de gestionar todo lo relacionado al reclutamiento, selección, organización y pagos de las edecanes para prestar sus servicios a otras empresas o negocios de forma temporal (en el capítulo III abordaré las diferentes formas de contratación).

Hasta la fecha, los trabajos académicos existentes sobre la actividad de edecanaje en términos generales no aportan suficientes elementos o información de naturaleza laboral que nos permitan apoyarnos en ellos como fuentes secundarias. A continuación, reseño los trabajos académicos encontrados sobre la actividad de las edecanes, que si bien no son muy abundantes nos permiten, por un lado, saber cuáles son los términos en los que se ha dado la discusión, es decir, en cuales elementos de la actividad se ha centrado el análisis de la literatura y, por otro lado, cuáles son las cuestiones en las que es necesario profundizar en términos de la sociología del trabajo, que es lo que pretende esta tesis.

1. Estado de la cuestión: Aproximaciones académicas en torno al trabajo de las edecanes

Como se mencionó, los estudios localizados sobre edecanes son escasos, pero existen, y permiten ubicar las áreas de conocimiento sobre el tema, y, además, conocer de dónde ha surgido el interés por investigar cuestiones sobre esta actividad. Lo primero que se encontró en la literatura consultada es que no existe, en términos generales, consenso sobre lo que significa ser edecán en términos laborales. La palabra edecán o *hostess*, refiere a un conjunto de actividades que no se limitan a las que estudiamos propiamente en estas tesis, realizadas por trabajadoras que se dedican a prestar su imagen, realizar labores de promoción y animación de productos y servicios, y ser la base de operación para la organización de eventos. Los estudios, vistos en conjunto, utilizan el término edecán para referirse a actividades diversas pero todas ellas vinculadas a ser un medio o un vehículo para transmitir o comunicar algo, al hecho de servir de diferentes formas para atender, procurar, cuidar o ser anfitrionas en los diversos lugares en los que desempeñan su actividad. En ese sentido, encontramos estudios tanto de edecanes que venden su corporalidad y sus habilidades para una marca o negocio que busca posicionarse en el mercado, trabajadoras que atienden a los visitantes —los llevan a su mesa, les dan información, los orientan— en distintos lugares (restaurantes, universidades, exposiciones o eventos de corte internacional), como otros estudios acerca de las *hostesses* sobre

quienes ubicamos la mayor parte de las reflexiones académicas; trabajadoras que se dedican a crear atmosferas o experiencias de “noviazgo”, de cercanía e intimidad —sin ser actividades propiamente sexuales— con hombres principalmente de negocios (Choi, 2016; Bedford y Hwang, 2013; Kamise, 2013; Zheng, 2008).

Identificamos tres trabajos relevantes, realizados en el contexto de carreras de administración de empresas, los cuales pretenden tanto mostrar cuáles son los servicios que presta una agencia de contratación de edecanes, o de organización de eventos que incluye su actividad, así como detallar cuáles son las condiciones importantes a realizar para que empresas como esas brinden sus servicios de forma efectiva.

Una monografía de licenciatura en Gestión de Empresas Turísticas, de la Universidad Autónoma de Nicaragua (Juárez y Rueda, 2005), tuvo como propósito hacer una propuesta de un manual para proporcionar el servicio de edecanaje en eventos y reuniones, por lo que establece un conjunto de herramientas para el adecuado comportamiento, norma de etiqueta y protocolo que las trabajadoras deben seguir para que su actividad sea lo más efectiva posible. En el manual se plantean las mismas problemáticas que encontramos para esta investigación: prácticamente ningún material de conocimiento extenso que permita comprender a detalle el surgimiento y desarrollo de la actividad y ninguna posibilidad de reconstruirla a partir de fuentes documentales de internet y revistas de época. La intención del trabajo referido fue la elaboración de una propuesta para que edecanes tengan una guía al momento de desempeñar sus funciones, tomando en cuenta el rol que deben desempeñar y el comportamiento adecuado al realizar la actividad. En esa monografía son considerados los edecanes —mujeres u hombres— como las personas que atienden a invitados en diferentes reuniones oficiales y actos públicos, es decir se centran en establecer normas y protocolos para edecanes que se dedican a la atención a personas en eventos principalmente diplomáticos. Establece asimismo las directrices generales del trabajo de un edecán de eventos como acompañante, facilitador o asistente de personalidades. Plantea cuestiones estéticas importantes para la presentación de la edecán, como el cuidado del cabello; este debe ser del color natural que la edecán posee, llevarlo recogido para eventos de especial relevancia, así como el correcto uso de

maquillaje, de colores pálidos para ojos y labios, esmalte transparente de uñas, maquillaje moderado y procurar naturalidad. Entre otros elementos que el manual establece como comportamientos adecuados se encuentran los de hablar de “usted” a los asistentes, organizar a las personas por orden de jerarquía o los tipos de montajes de mesa que se deben presentar.

Por su parte, Gallart (2002), de la Escuela de Contaduría y Administración de la Universidad Anáhuac, elaboró una tesis de licenciatura sobre las agencias dedicadas a la contratación de edecanes, intérpretes y traductores. Se interesó por saber cómo funcionan estas agencias y detectar en qué medida están preparadas para ofrecer adecuadamente sus servicios, es decir si existen protocolos a seguir para la organización de eventos. En ese estudio también fueron consideradas las edecanes encargadas de los aspectos técnicos para que un evento funcione y se lleve a cabo sin contratiempos. Sin embargo, la unidad de análisis no son las edecanes sino las agencias encargadas de la planeación de los eventos con la finalidad de establecer los lineamientos organizativos que requiere una empresa para funcionar eficientemente; como éstas deben ser las encargadas de la promoción y publicidad de los eventos, realizar programas turísticos, tácticas de transportación, conferencias de prensa, reservación de hoteles, encargarse de la interpretación simultánea, videograbación, diseño de folletos y posters, entre otras actividades. Se aborda en este estudio la división del trabajo entre ellas, que serían las de oficiales de sala, oficiales de entrega de documentos y oficiales recepcionistas.

Otro estudio, éste para obtener la licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad de Guatemala, fue presentado por Mendoza (2004), autora que también era la encargada de la empresa de edecanes que estudia, en ese sentido, muestra la visión de primera voz de alguien con experiencia y conocimientos para establecer un negocio que oferte el servicio de edecanes, por lo que a través de su análisis detalla las especificaciones sobre la prestación del servicio y cómo se organiza laboralmente a las trabajadoras. Ese estudio es útil para mi investigación en tanto brinda insumos respecto a las decisiones que se toman para conformar un negocio de modelos y edecanes. Confirmamos, a partir de su estudio, que dichos modelos de negocios suelen ofrecer las actividades de modelos,

edecanes, *hostess* y promotoras, todas ellas organizadas según características físicas, disposiciones y habilidades. Describe el trabajo de las modelos que se caracteriza por la habilidad de la trabajadora para lucir ropa, maquillaje, accesorios, productos que se portan en el cuerpo y quienes también tienen la capacidad de realizar comerciales, ser fotografiadas y participar en pasarelas de modas. Las edecanes triple A, clasificación que detallamos en capítulos subsecuentes de esta tesis, son descritas en ese estudio como trabajadoras que poseen excepcionalidad en sus características físicas: rasgos finos y delicados, ojos claros, estatura promedio de 1.80, tez blanca, rubias o castañas, así mismo, estas deben contar con estudios universitarios y hablar al menos dos idiomas. De acuerdo con la autora, “la modelo triple A es solicitada para eventos de empresas en donde el nivel socioeconómico manifiesta un elevado poder adquisitivo” (Mendoza, 2004: 14). De las edecanes doble A y A, describe que de ellas se busca belleza física pero no rasgos fuera de lo común, es decir, los parámetros de la imagen no son tan exigentes como los de las edecanes triple A. No menciona nada sobre algún criterio de idioma o educación para este segmento de trabajadoras. También menciona que este modelo de negocios suele prestar los servicios de *hostess* o anfitrionas, a quienes se refiere como modelos contratadas para eventos en restaurantes y empresas encargadas de dirigir a los comensales hasta sus lugares, y el trabajo de las promotoras, mujeres contratadas para ofrecer productos al conocimiento de público trabajando para distintas cadenas de supermercados, lo cual es una clasificación similar a la indicada para México en el subgrupo 423 de ocupación del INEGI.

Encontré que existe un conjunto de estudios en los cuales la unidad de análisis es la propia edecán, analizada desde diferentes puntos de vista, no solo desde la perspectiva laboral, sino en cuanto a las representaciones que de ella emanan realizando la actividad. Por ejemplo, se sugiere principalmente cómo la presencia de estas mujeres reafirma los roles tradicionales adscritos a las mujeres como ornatos bellos y dispuestos para cuidar y satisfacer las necesidades de terceros (Knox, 2015; Laurence, 2011; Chávez, 2005). Por otro lado, también se han documentado transformaciones de la actividad emergidas de las exigencias sociales que pugnan por cuestionar la división sexual laboral de las mujeres en

roles tradicionales (Jakubowska, 2018). Por último, se encontraron estudios sobre las consecuencias que tiene para ellas llevar a cabo un trabajo con estas características, como es la presencia del acoso sexual (Samsel y Becerril, 2017; González *et al*, 2016).

Un ensayo de Claire Laurence (2011), explica que la actividad sirvió —en los años sesenta del siglo xx durante una exposición en Montreal, Canadá— para mostrar un nuevo cosmopolitismo de la ciudad frente al mundo, y cómo con la presencia de esas trabajadoras se procuraba encarnar una celebración a la juventud, a la liberación sexual y a la vida moderna. Describe que para la realización de esa exposición, se llevó a cabo un proceso de reclutamiento durante varias semanas, en donde doscientas mujeres canadienses fueron seleccionadas por su apariencia física, su habilidad de hablar más de dos idiomas, sus conocimientos y por su personalidad (extrovertidas, de fácil comunicación). También se consideró fundamental en el reclutamiento la altura, la edad, el estado civil y la ausencia de hijos. Durante su contratación se establecieron los estados emocionales que debían mostrar durante los días de la exposición, como son la cortesía, la calidez y la paciencia. También aprendieron sobre la historia de Canadá, sobre los propósitos de la feria y fueron entrenadas en maquillarse, en caminar de determinadas formas, y “entrenadas como modelos en lugar de guías” (Laurence, 2011: 3). La autora sugiere que las *hostesses* se convirtieron durante la exposición en objetos de deseo masculino, fenómeno evidente debido a la constante observación por parte de los asistentes que se dio durante la feria. Para esta investigadora, durante la exposición se buscó presentar el nuevo espíritu de la época desde la perspectiva de la revolución sexual y la exaltación individual. Califica el ambiente de la exposición como de “libertad sexual elevada” ya que “la arquitectura expresiva y las *hostesses* se unieron para sumergir a los visitantes en un mar de deseos inhibidos” y adicionalmente “la cobertura mediática contribuyó a la creación de la imagen de una fantasía sensual y relajante” (Laurence, 2011: 10). La investigadora concluye que con el trabajo de la *hostesses* se refuerzan roles femeninos tradicionales y los comportamientos característicos de las madres, esposas, enfermeras, maestras y azafatas. También que las *hostesses* fueron centrales para la etapa más relevante de la exposición como portadoras

de todo lo excitante, vibrante, joven y atractivo, de acuerdo con la representación social que de la juventud se tiene.

Elena Knox (2015), por su parte, analiza el papel de las edecanes en la televisión. Considera que esta actividad se encuentra entre las representaciones más antiguas de este medio, lo que ha implicado para ellas varias décadas de exposición continua. La autora inserta la actividad dentro de la denominada economía de los afectos, en el que se da un mercado teatral mercantilizado para ofrecer experiencias afectivas (Knox, 2015: 151). Describe la actividad y los formatos de programas de televisión de juegos populares, en donde las edecanes tienen una alta presencia, como una experiencia esencialmente sádica para sus participantes en tanto se crea un espacio de fantasía con un modo explícito de organización, en el que se establecen reglas para participar en juegos de rol y en el que existen relaciones de poder claramente demarcadas (Knox, 2015: 158). La edecán, de acuerdo a la autora, es partícipe de un acuerdo cómplice y masoquista en el cual adopta las restricciones de la sociedad, pero sostiene, a partir de la lectura de Butler (1997 en Knox; 2015), que la actitud masoquista requiere de la movilización de la agencia para crear la condición de impotencia, es decir que la sumisión no es equivalente a la falta de poder (Knox 2015: 158).⁶

Fue también identificado un estudio para obtener el grado de doctorado en Estudios del Deporte de la Universidad de Tennessee, Estados Unidos. En esa investigación, Prewitt (2010) estudia la experiencia de las hostesses o edecanes deportivas de fútbol americano pertenecientes a diferentes universidades de Estados Unidos. La autora describe el reclutamiento de mujeres, todas ellas estudiantes de sus respectivas universidades, quienes se proponen para ser seleccionadas por los entrenadores y formar parte del grupo de hostesses encargadas no solo de participar como animadoras de los eventos deportivos, sino de ser la imagen de las instituciones de educación superior y anfitrionas de los futuros talentosos atletas que las universidades están interesadas en reclutar para que sean parte

⁶ No sobra recordar el tipo de papeles desempeñados por las mujeres que aparecen en la televisión abierta y matutina de México y los roles desempeñados, vestimenta y apariencia ingenua de las jóvenes mujeres encargadas de dar las noticias referentes al clima.

del estudiantado de sus respectivos campus. Su labor al respecto es pasear tanto al recluta como a su familia dentro de los campus universitarios, así como, si se requiere, por diferentes puntos de la ciudad. Las jóvenes estudiantes deben convencer, a partir de la creación de una fantasía, para que acepten los padres y los hijos estudiar en la universidad respectiva. Ellas, de hecho, son trabajadoras que reciben un salario por realizar esa actividad, trabajo además que es considerado deseable y que les brinda cierto estatus y popularidad durante su estancia como estudiantes. Los criterios de selección de estas edecanes específicas no difieren de lo que hemos encontrado para estas trabajadoras en general, además de poseer características físicas notables, deben tener conocimiento sobre el mundo del fútbol americano, tanto de jugadores como de estrategias de juego. Lo interesante es que son criterios puestos por los miembros de las propias escuelas, es decir el hecho de que algunas mujeres sean seleccionadas por sus características físicas para trabajar dentro del campus, depende de la decisión tomada por los entrenadores y los estudiantes que ya son jugadores y universitarios. Es una investigación que la autora denomina como auto-etnográfica, por lo que constituye una narración descriptiva de cómo fue un encuentro particularmente con ex hostesses, en el que va detallando cuáles fueron las experiencias de ellas expresadas a detalle durante ese encuentro. En las narrativas aparecen cuestiones sobre la importancia de la adscripción étnica, es decir sí “eres blanca o negra” y como eso forma parte de la decisión de cuál es la hostess que será seleccionada según el tipo de reclutas.

El papel de la labor de las edecanes ha sido cuestionado en todo el mundo principalmente en lo que concierne a la proyección que de ellas se tiene durante el proceso de trabajo como ornatos puestos para la mirada de los hombres. Una polémica desatada durante el 2018 aborda este punto. De acuerdo a un artículo de Honorata Jakubowska, es en ese año que los miembros de la compañía *Liberty Media*, propietaria de la competencia automovilística denominada *Formula 1* decidieron dejar de contratar a mujeres *hostesses* para sus eventos, al igual que la fórmula 2 y las series GP3 (Jakubowska, 2018). Esas trabajadoras solían presentarse en eventos importantes de este gremio, como en el *tour* de Francia, España e Italia antes de que los propietarios de esas empresas decidieran alinearse

con las diferentes perspectivas que consideran que en esta actividad las mujeres son presentadas como objetos de ornato.

La historia de las *hostesses* del deporte automovilístico, conocidas como *Grid Girls*, comenzó en Japón durante los años sesenta del siglo pasado, pero es durante los siguientes veinte años que esa práctica se extendió a regiones como Estados Unidos y la Unión Europea. El trabajo de estas mujeres en dichos eventos automovilísticos no difiere del trabajo realizado por las edecanes en México, principalmente en lo que al trabajo emocional y corporal se trata (aspectos que son indicados en el apartado de problematización en esta Introducción), así como en lo que concierne a la puesta en escena, durante el propio proceso de trabajo, de rutinas como lucir prendas con las diferentes marcas de los patrocinadores, y una práctica adicional que también ha sido fuertemente cuestionada, la de su papel de premiar al ganador del torneo con un beso en la mejilla.

Jakubowska (2018) ubica la discusión sobre el papel de las *Grid Girls* y su posterior remoción en el contexto de las discusiones feministas que destacan el carácter masculino del deporte, en donde se reproduce la *masculinidad hegemónica* entendida ésta en oposición a lo femenino y como un conjunto de prácticas que reproducen la dominación masculina. Ello se expresa en la división representada durante el evento deportivo entre la asociación hombres/masculinidad/autos, y las mujeres presentadas por su atractivo físico y no por sus habilidades deportivas. El artículo relata el desacuerdo existente entre la visión general de los propietarios de la fórmula uno —y otras agrupaciones automovilísticas— quienes se pronunciaron por ajustarse a la visión del movimiento feminista, en cuanto a la crítica de los roles tradicionales asignados a las mujeres y sus representaciones —imágenes sexualizadas para mantener la dominación masculina y la objetivación de las mujeres— por lo que buscan establecer un nuevo estatus de la mujer más allá del cumplimiento de madres, cuidadoras u objetos sexuales en los espacios laborales. El artículo citado destaca el disgusto por parte de las *Grid Girls* respecto a la cancelación de su participación en ese tipo de eventos, ya que de acuerdo a las propias trabajadoras las actividades realizadas para los eventos de la fórmula uno, fueron su elección, están satisfechas en mostrar sus cuerpos y ganar dinero con ello.

Por otra parte, con una perspectiva psicológica y a partir del uso de técnicas cuantitativas, un artículo de corte estadístico pretende mostrar, a partir de la aplicación de encuestas la existencia del *burnout* o agotamiento laboral en la actividad de edecanes, secretarias, y enfermeras (González *et al*, 2016). El *burnout* puede ser entendido, en términos generales, como “una respuesta inadecuada a un estrés emocional crónico cuyos rasgos principales son un agotamiento físico o psicológico y emocional, una actitud fría y despersonalizada en la relación con los demás y un sentimiento de inadecuación a las tareas que se han de realizar” (González *et al*, 2016: 36). En ese estudio fueron aplicadas alrededor de veinte entrevistas a las trabajadoras por cada actividad, las que se centraron en aspectos sobre las cualidades que las trabajadoras consideran que se requieren para realizar sus respectivos trabajos. En relación al *burnout* encontraron que un mayor porcentaje de enfermeras y edecanes se encuentran entre lo normal y sano, mientras que las secretarias presentan mayores probabilidades de desarrollar *burnout*. En cuanto a las dimensiones laborales que las trabajadoras asignaron como relevantes para realizar sus respectivas actividades, ofrecen luz sobre las dimensiones emocionales, estéticas y de cuidados relevantes en la realización de sus trabajos. Las actividades laborales estudiadas requieren de: *actitudes interactivas, aptitudes laborales, actitudes laborales y cualidades personales*. De las actitudes interactivas destacan la importancia de ser alegre, simpática, atenta y amable; de las aptitudes laborales la inteligencia y facilidad de palabra; de las actitudes laborales destacan la importancia de ser responsable, servicial y tener una buena actitud y de entre las cualidades personales se encuentra el hecho de ser atractivas, delgadas, altas, bonitas y carismáticas. Unos aspectos resaltan sobre otros dependiendo de la actividad de la que se trate.

Considero que la utilidad de este trabajo se encuentra en el énfasis al fenómeno del agotamiento laboral, que se conecta con las discusiones de Hochschild (2003) sobre el trabajo emocional, y el énfasis puesto en las consecuencias internas de realizar actividades vinculadas a los servicios que implican interacciones.

Otro artículo permite observar claramente la línea existente entre las actividades feminizadas que tienen como centro las emociones, el cuerpo y los cuidados de los otros

(Castledine, 1997). Se trata de un reportaje realizado por un profesor de la comunidad de salud y enfermería en Inglaterra, publicado en el *British Journal of Nursing*, que muestra que las actividades de edecanes, *hostesses*, anfitrionas, azafatas y enfermeras se conectan entre sí por su cualidad de proporcionar servicios de cuidados, afectivos, corporales y emocionales. Describe que en un viaje realizado a Holanda encontró que las enfermeras estaban ejecutando las laborales de anfitrionas en un experimento realizado en un hospital en el que la actividad de servicios de enfermería comenzó a ser trasmutado en servicios de anfitrionas, ya que la demanda por parte de los pacientes era de “un servicio de atención médica más flexible y dinámico” (Castledine, 1997: 518) por lo que un área del hospital *Hengelo* tomó la forma más parecida a un hotel al transformar una de sus salas en una instalación especial con habitaciones que tienen baño privado, minibar, televisión y teléfono. Describe que cada habitación podía ser cerrada desde el interior y que los pasillos se encontraban decorados con alfombras, plantas e iluminación. Las enfermeras, ahora anfitrionas, brindaban servicios de camarería, servían bebidas no alcohólicas y contribuían en tareas necesarias para el cuidado de los enfermos. Incluso describe que esas trabajadoras habían cambiado su uniforme de enfermeras por los de anfitrionas, además de que tuvieron la necesidad de instruirse sobre las actividades de la camarería para mejorar su calidad en la atención. El autor llama a su artículo “Las enfermeras como anfitrionas hoteleras: un camino futuro en la enfermería” (Castledine, 1997).

Además, fueron localizados dos artículos sobre *hostesses* en actividades vinculadas a la alimentación y a los diferentes servicios en restaurantes como anfitrionas. Uno que versa sobre las actividades emocionales y performáticas que esas trabajadoras realizan con los clientes (Chávez, 2005) y otro interesado en resaltar la persistencia del acoso sexual y su relación con posibles estados de depresión de las trabajadoras en este tipo de actividades (Samsel y Becerril, 2017). El primero de esos artículos aborda la cuestión de la existencia en México de lugares en los que se ofrece la actividad de la *hostess* o anfitriona. Chávez (2005), estudia el caso de un grupo de *hostesses* que laboraban en una cadena de restaurantes de la Ciudad de México. Desde la perspectiva de la psicología social, investigó las experiencias subjetivas de las *hostesses* en relación a su sexualidad y como ésta se relaciona con la

actividad. De acuerdo a Chávez (2005), el trabajo de la *anfitriona* es un concepto traído de los Estados Unidos en el que se instruye a mujeres jóvenes, de entre 20 y 27 años, que deben poseer una estatura de entre 1.60 a 1.90 m. tener tallas entre tres y nueve, además de cabello largo y belleza facial con el propósito de atender a clientes, principalmente hombres, durante la comida y la cena preparando diferentes alimentos y charlando con ellos mientras comen.

Encontró que de entre las disposiciones que se requieren para realizar esta actividad se encuentra la habilidad para conversar y atraer por su físico. Chávez realizó una reconstrucción a través de historias de vida de las *hostesses* en las cuales se enfocó principalmente en sus experiencias sexuales y cómo estas se relacionarían con la inserción a este tipo de empleo. Muchas de esas mujeres llegan a realizar esta labor mediante la información que le proporciona alguna amiga que trabaja en esos espacios. Sus entrevistadas describen que los principales requisitos para insertarse en la actividad son: procurar la belleza a través del cuidado y el arreglo personal. Otro factor importante para incrementar sus ingresos a través de las propinas de los clientes, es tener capacidad para conocer y recordar sus nombres y diversos aspectos de su vida personal como a qué se dedican, si son casados o tienen hijos. Deben recrear un ambiente de familiaridad entre los clientes y ellas; de interés y de atención afectiva, la cual, como ellas mismas mencionan, se puede tratar tanto de una actuación, como realmente crear vínculos afectivos con los clientes y preocuparse sinceramente por ellos. Relatan cómo suelen recibir regalos costosos de parte de ellos, y cómo es que finalmente algunas de ellas crearon relaciones de noviazgo con los mismos fuera de los espacios de trabajo. Son jóvenes con vidas complicadas en las que todas experimentaron algún tipo de desintegración familiar. La autora sugiere que el inicio sexual que por diversas razones vivieron estas mujeres a temprana edad es determinante para su ingreso a trabajar como *hostesses*, lo que considera fundamental para que sean capaces de desenvolverse libremente en el trabajo sin poner obstáculos para tener determinados tipos de interacciones afectivas con los clientes.

La segunda investigación indicada fue la realizada por Samsel y Becerril (2017), que versa sobre las consecuencias del acoso sexual hacia hostesses. En su estudio tomaron una muestra de cuarenta mujeres, quienes trabajaban en veinte restaurantes del área de San Ángel, en la Ciudad de México, con el fin de comprobar si el acoso que sufrían detonaba depresión en ellas, que pudiera impactar en su calidad de vida y en su desempeño laboral. Las hostesses, son quienes se encargan de dar la primera impresión al cliente que llega a un restaurante. Deben conocer las ubicaciones de las mesas y su distribución, además de que se encargan de recibir al comensal y guiarlo a su mesa, así como de las reservaciones. Los requisitos para la contratación de estas trabajadoras son los mismos que para cualquiera de los tipos de edecanes mencionadas: poseer actitud de servicio y facilidad de palabra, además de los requisitos físicos comunes como son la estatura, que para ellas es estar arriba del 1.65 metros, la juventud, pues encuentran que la mayor parte de ellas tienen entre los 25 y 30 años y también como en el caso de las edecanes triple A deben hablar al menos dos idiomas y haber terminado la educación preparatoria. Asimismo, la mayor parte de ellas son mujeres a las que se les pide ser amables y atentas con los clientes, requisito laboral que suele ser confundido con actitudes de coqueteo (Samsel y Becerril, 2017: 63) Sin embargo esta actividad no se refiere a las labores afectivas relatadas por las trabajadoras estudiadas por Chávez (2005), quienes realizan simulaciones de afecto con los comensales, sino que brindan una imagen al negocio y orientan a los clientes para ubicarse en un espacio.

En cuanto a sus hallazgos principales, Samsel y Becerril (2017: 72-80) afirman que en este tipo de actividades el acoso sexual por parte de superiores y clientes, que va desde miradas y comentarios sobre su aspecto físico hasta tocamientos y propuestas que pueden afectar su estabilidad laboral, son comunes y las han llevado a desarrollar síntomas de depresión que repercuten tanto en el trabajo como en otras dimensiones de su vida social.

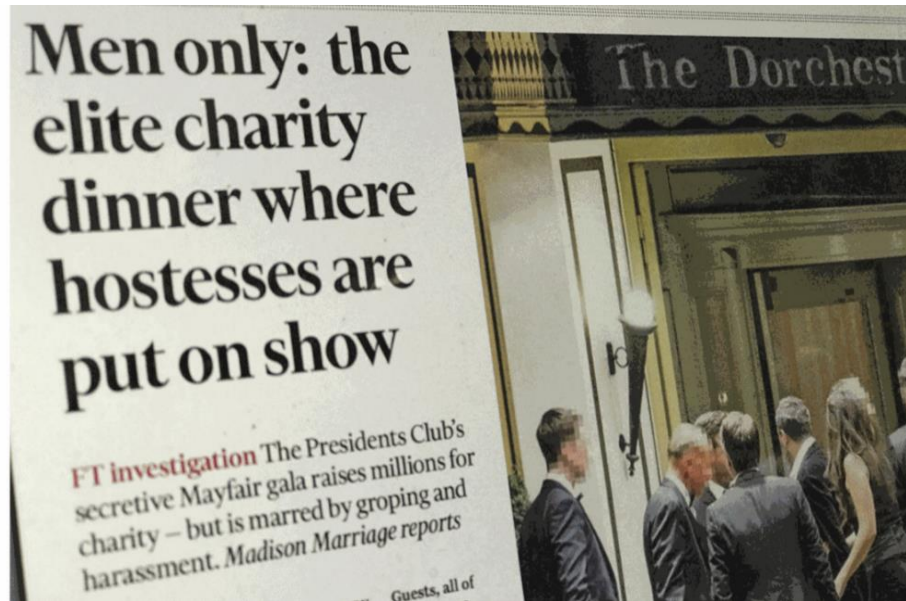
En relación a este punto, conviene mencionar un artículo periodístico muy detallado (Marriage, 2018) que trata sobre el tipo de abusos laborales que viven estas trabajadoras en cuanto al acoso sexual, en el cual se muestran las vulnerabilidades a las que son expuestas al interactuar con diferentes grupos de personas. Se trata de un artículo

publicado en 2018 por el *Financial Times*, en Londres, en el que fueron documentados hechos ocurridos durante una cena benéfica de recaudación de fondos para diversas causas, como fue la de un hospital infantil de renombre mundial llamado *Great Ormond Street*, ubicado en el distrito de Bloomsbury; evento en el que solo estuvo permitida la entrada a hombres; un evento anual secreto de magnates y políticos británicos. Trescientos sesenta hombres asistieron al evento de caridad en el cual *el Financial Times* infiltró a dos de las ciento treinta mujeres que fueron contratadas como las anfitrionas del evento. De acuerdo al artículo, el evento ha sido un pilar del calendario social de Londres durante treinta y tres años, pero las actividades no suelen publicitarse. Documentaron el perfil y las instrucciones dadas a las anfitrionas, todas reclutadas por ser mujeres en sus años veinte, delgadas y que poseían belleza física. Muchas de estas jóvenes eran estudiantes que deseaban iniciar sus carreras, otras realizaban actividades de medio tiempo como actrices, modelos o bailarinas e hicieron ocasionalmente trabajos de anfitriona para llegar a fin de mes. Los requisitos del uniforme para trabajar en este evento fueron bastante detallados: debían ir al evento con trajes negros, ropa interior negra y tacones altos que hicieran juego, además de peinarse y maquillarse de la forma en que lo harían para asistir a un lugar “sexy y elegante”.

Las mujeres infiltradas expresaron cómo en el transcurso de las seis horas que duró el evento, los asistentes en principio insistieron en tomar las manos de las anfitrionas, parándose a su lado antes del inicio de la cena, lo que después se demostró era un prelude para sentarlas en sus regazos. A lo largo de la noche las trabajadoras habían recibido propuestas para ir a las habitaciones del hotel en donde tenía lugar el evento, fueron tocadas y recibieron comentarios lascivos. Una anfitriona de 19 años relato que un invitado la había abordado directamente para saber si era una prostituta. Otra chica de 28 años con experiencia como *hostess* comentó que “en otros eventos, los hombres ocasionalmente intentaban coquetear con ella, dijo, pero nunca se había sentido incómoda o, de hecho, asustada”. Ella reportó “haber sido acariciada repetidamente en su parte inferior, caderas, estómago y piernas”.

Fotografía 1.

Foto de portada del artículo de investigación realizado por Madison Marriage



Nota: En la imagen se puede leer “Solo hombres: Dentro de la recaudación de fondos de caridad donde se exhiben edecanes”

Fuente: Marriage (2018) <https://www.ft.com/content/075d679e-0033-11e8-9650-9c0ad2d7c5b5>.

Otro trabajo relevante para mi investigación es uno que, aunque no aborda propiamente el trabajo de las edecanes, versa sobre otras de las actividades que suelen prestar las agencias que también ofertan la actividad laboral de las edecanes. Se trata de una investigación de la maestría en Estudios Sociales en la UAM-Iztapalapa, en la cual Lucas (2016) realiza una indagación sobre las actividades de *demostradoras y promotores* que laboran en grandes almacenes o supermercados a través de diferentes agencias de contratación. Encuentra que dentro del piso en donde se realiza la actividad existe una división sexual del trabajo entre, por un lado, las demostradoras, quienes son principalmente mujeres de entre 18 y 35 años que tienen como labor fundamental interactuar con posibles consumidores para lograr la venta de una mercancía brindándoles a estos información sobre las características y ventajas de un producto, frente a los promotores quienes además de pertenecer a un rango etario mayor, —entre 25 y 40 años—

suelen ser principalmente hombres, encargados de asegurarse que los productos estén siempre disponibles, además de mantenerlos ordenados e inventariados. Esta investigación fue útil para mi estudio debido a que muestra cómo todas estas actividades, vinculadas entre sí por ocuparse del destino del producto en el mercado, son realizadas tercerizadamente, es decir, que en términos generales son agencias las encargadas de gestionar su actividad en lo que se refiere a reclutamiento y pagos, mientras existen otras figuras que también ejercen control en el proceso de trabajo quienes son: supervisores, trabajadores de los grandes supermercados, y los clientes. Asimismo, en esa investigación se encontró que las demostradoras suelen cumplir con ciertos requisitos corporales y estéticos para ser contratadas, como ser delgadas y “bonitas”. Aunque los criterios no son tan rígidos y específicos como en el caso de las edecanes, sin duda para algunas de ellas esta dimensión también juega un papel fundamental.

Finalmente, en la revisión de la literatura sobre el estado de la cuestión referido al objeto empírico de mi investigación, existe un conjunto de estudios que fueron identificados a partir del término *hostesses*, el cual arrojó una labor diferente – producir experiencias eróticas, románticas o fantasías de noviazgo - a la que se estudia en esta investigación y que ponemos como referencia no solo porque se utilice la misma palabra para denominar ambas actividades —cuestión que ya es significativa en sí misma— o porque exista un mayor interés académico por este trabajo que por el que aquí presento, sino por su cercanía en cuanto al perfil estético, corporal y performático que se requiere para realizar la actividad y que coincide en algunos puntos con el de las edecanes que promocionan productos y servicios, como se verá en los diferentes capítulos de esta tesis.

Respecto a la actividad de las *hostesses* en países asiáticos encontramos que existe una mayor reflexión en el ámbito académico, principalmente en investigaciones realizadas en China, Japón y Corea de Sur, seguramente por la presencia que estas trabajadoras tienen en la vida nocturna de los hombres de negocios que buscan afianzar contratos y relaciones entre colegas en espacios nocturnos en donde las anfitrionas son contratadas para crear ambientes fantasiosos y sexualizados al producir atmósferas de sensualidad y cortejo. Los clubes de anfitrionas son establecimientos que son considerados de entretenimiento, y en

los que se realizan servicios que no son de prostitución, pero que diversas investigadoras las consideran dentro de la industria del sexo (Bedford y Hwang, 2013; Kamise, 2013). Esta es una actividad difundida en diferentes países asiáticos debido a que se vincula con una formación social que se extiende desde el siglo XIX hasta 1960, periodo en el que adquiere su forma moderna, en la cual las mujeres también acompañaban a los hombres en reuniones sociales. Estas mujeres eran preparadas especialmente para esta actividad en diferentes ámbitos desde la infancia, en donde se les enseñaba música, poesía y literatura antigua (Bedford y Hwang, 2013: 298).

Zheng (2008) coincide con Bedford y Hwang (2013) al documentar experiencias de las anfitrionas en China, especialmente en lo que concierne al papel que desempeñan las *hostesses* en los rituales y ceremonias ligadas a las actividades de negocios y política, centrados en la presencia jerárquica de hombres. De acuerdo a las autoras, las anfitrionas o acompañantes forman parte de un sector en constante crecimiento de trabajadoras sexuales ilegales jóvenes —entre los diecisiete y los veintitrés años— que laboran en bares-karaoke. Ellas son denominadas por el gobierno chino como *sanpei xiaojie*, que significa “mujeres jóvenes que acompañan a los hombres de tres maneras”. Esas son: a través del baile y el canto; consumiendo drogas con los clientes y la actividad sexual o erótica —jugar, coquetear, acariciar— con los mismos (Zheng 2008: 445).

El estudio de Bedford y Hwang (2013) centra su análisis en identificar cómo se construyen las relaciones personales y las experiencias compartidas en el mundo de los negocios dentro de los clubes nocturnos, en los cuales la relevancia está puesta en “los servicios que ofrece la anfitriona” debido a la fuerte asociación existente entre construcción de masculinidades, negocios y los lugares en los que se ofrecen emociones y fantasías a cargo de mujeres jóvenes. De acuerdo a las mismas autoras, en Taiwan esta forma de socialización es fundamental en el mundo de los negocios. Demuestra, asimismo, que los hombres eligen entre una enorme cantidad de clubes nocturnos para reflejar su estatus social a partir de la presencia de mujeres jóvenes —muchas de ellas colegialas con cierto grado de instrucción escolar— y que usen determinado tipo de ropas, entre más corta y transparente, mayor el estatus social que podrán proyectar entre sus colegas. Estos

espacios se confrontan con los “clubes de abuelos”, que son considerados de una categoría más baja y en donde tanto clientes como anfitrionas suelen ser de mayor edad, estás últimas arriba de los treinta años. Es decir, la juventud de las anfitrionas y la capacidad de acceder a ellas por medio de dinero, es considerada una forma de estatus en el mundo de los negocios en aquellos países. Concluyen que este tipo de actividades laborales, en las cuales las anfitrionas son tratadas como regalos proporcionados entre los hombres, refuerzan las estructuras tradiciones entre hombres y mujeres, lo que tiene repercusiones en otros mundos de vida como el familiar en el cual llevan las actitudes aprendidas en estos lugares a su vida marital (Bedford y Hwang 2013: 308).

En esa misma perspectiva, en el análisis de Zheng (2008), las trabajadoras de bares de karaoke —establecimientos que tienen los criterios más rígidos para la contratación de mujeres como son la belleza facial, la figura y las habilidades sociales de seducción— son partes esenciales de los rituales políticos y de negocios llevados a cabo por hombres. Esos servicios se llevan a cabo en Taiwan, en otro tipo de establecimientos como son hoteles, saunas, discotecas, restaurantes de carretera y salones de belleza (Zheng, 2008: 445).

Para Zheng, la asistencia a estos lugares entre hombres de negocios es común debido a que les permite demostrarse entre ellos que son capaces de mantener autocontrol, racionalidad y una gestión adecuada de las emociones. Esto lo hacen mostrando una masculinidad racional, ya que “en el consumo de sexo, los hombres siempre corren el riesgo de perder el autocontrol y caer en picada bajo el control de las anfitrionas” (Zheng, 2008: 454).

Por su parte, el trabajo de Choi (2016), para un espacio geográfico distinto al asiático, muestra las actividades, los pactos y los acuerdos emocionales que implican las relaciones que se establecen entre anfitrionas y los clientes hombres de negocios. La autora reseña la emergencia de la actividad de *hostesses* en Estados Unidos. En este caso la investigadora describe cómo sucede el fenómeno en Los Ángeles, California, en una área conocida como *Koreatown*, que es un barrio del distrito de Mid- Wilshire en el que en menos de 13 km² se concentran 340,000 habitantes, y más del dieciocho por ciento de ellos son coreanos. Es un

lugar repleto de centros comerciales y tiendas de variados productos, la mayoría procedentes de Corea. También es famoso Koreatown por su intensa vida nocturna: más de 1,100 establecimientos de horario nocturno (bares, discotecas, cafés, karaokes), la mayor concentración del sur de California. De acuerdo a Choi, el auge económico de esta zona se debe a las presiones por parte del Fondo Monetario Internacional para relajar las restricciones del capital tras la crisis de 1997-1998 (Chio, 2017: 449). Esa situación generó una corriente de capital de Corea del Sur a Los Ángeles, revitalizando así la vida económica de Koreatown, lo que a su vez facilitó su vida nocturna con el auge de establecimientos con actividad sexual como son los clubes de anfitrionas, que se nutrieron de mujeres surcoreanas para atender a ciudadanos coreanos residentes en Estados Unidos (Choi, 2016: 449).

La mayor parte de esas mujeres coreanas realizaban previamente actividades de prostitución en Corea del sur, pero con las leyes de prohibición decretadas en 2004 tuvieron que buscar otras alternativas para su sobrevivencia. Es así como llegaron a los Estados Unidos financiadas por empleadores, quienes se encargaban de los costos de traslado y migración, asegurando de esa forma su servidumbre, al menos hasta que estas lograran liquidar sus deudas. Sin embargo, en estos establecimientos también se encontraban trabajando mujeres de diversos orígenes étnicos y nacionales: japonesas, chinas, vietnamitas, tailandesas, filipinas, mexicanas, colombianas, rusas y mongolas, muchas de ellas jóvenes de clase media que se encontraron frente a un contexto de empleo precario y segmentado por el género, “que relega a muchas mujeres a los empleos peor pagados y más inseguros” (Chio, 2016: 457). Esa característica, por cierto, siempre han distinguido los trabajos reproductivos de las mujeres, carentes tradicionalmente de derechos y protecciones (Federici, 2010) pero que el capitalismo neoliberal exacerbó para las mujeres en el mercado laboral. También se sienten atraídas por este tipo de trabajos debido a su flexibilidad en los horarios y, aunque su actividad se acerca o implica indirectamente trabajo sexual, no la ven como un trabajo sexual o un trabajo corporal explícito (Choi, 2016: 457). El resultado de Choi difiere de los estudios anteriormente citados en tanto sostiene que las interacciones entre clientes y anfitrionas resulta en la simulación de la experiencia de

noviazgo, o experiencia romántica para el cliente, es decir que estos encuentros van más allá de las actividades pagadas para un encuentro sexual y que hombres con exceso de trabajo pagaban por mantener encuentros que impliquen un acercamiento emocional con las anfitrionas. Sin embargo, Choi comparte con las otras autoras que “tales actos sirven para reforzar la masculinidad de los clientes al hacerlos sentir sexualmente deseables y facilitar el intercambio de camaradería masculina a través de la creación de una atmósfera social relajada” (Choi, 2016: 451).

En cuanto a la función social de estas actividades para las propias anfitrionas, de acuerdo al análisis de Kamise (2013: 44) la oficina del gabinete de Japón en el 2009 mostró que a partir de 1990, los empleos parciales o temporales habían aumentado especialmente entre el sector de los jóvenes de la región, lo que vulneró principalmente a mujeres jóvenes ya empobrecidas, con poca instrucción y habilidades especializadas. Son ellas quienes frecuentemente se insertan en el mundo laboral como anfitrionas ya que es una actividad mejor remunerada que otros trabajos a tiempo parcial en ese país.

Para Zheng y Cortland (2011), las mujeres anfitrionas que trabajan en Dalian provienen de las áreas rurales de China, ya tenían experiencia laboral trabajando en fábricas, restaurantes u hoteles, pero que debido a retrasos en sus pagos o reducciones en sus salarios, migraron a las ciudades insertándose como trabajadoras anfitrionas en diversos lugares, por lo que sufren un doble estigma: por realizar la actividad de anfitrionas en la ciudad, y por su condición de jóvenes campesinas. Zheng encuentra que las anfitrionas ven esta actividad como un medio para lograr movilidad social mediante diversas estrategias que incluyen: la posibilidad de que la actividad les permita establecer su propio negocio en las que ellas sean las *madams* manejando a otras anfitrionas, o casarse con algún miembro de alguna familia urbana o con alguno de los funcionarios o empresarios adinerados que requieren sus servicios. Así mismo ven en esta actividad una posibilidad para insertarse en la actuación y hacer carrera en Hollywood.

Si bien la mayoría de los estudios reseñados en este estado de la cuestión refieren a problemáticas identificadas en otros países, predominantemente asiáticos, su inclusión en

esta tesis obedece a la necesidad de observar el trabajo de las edecanes como una actividad compleja, en la que las mujeres que la realizan ponen en juego su corporalidad, su estética y sus emociones en estrategias performáticas que les permiten realizar su trabajo y obtener ganancias económicas. La literatura también indica que existe, en muchos casos, una delgada línea entre las actividades de edecanaje o anfitrionía y situaciones de acoso sexual e incluso de abuso. Ese es un aspecto que si bien no fue construido como una categoría de análisis en mi investigación, sí formó parte de las narrativas de las edecanes entrevistadas, por lo que en diferentes capítulos ese tema es tratado.

2. Planteamiento del objeto de investigación: el trabajo de las edecanes en la Ciudad de México

La intención del apartado anterior fue mostrar que existen diversas actividades asociadas al trabajo de las edecanes, con propósitos distintos pero que comparten ciertas similitudes. En términos generales, todas estas actividades se conectan entre sí por estar constituidas principalmente por mujeres que posean determinadas cualidades estéticas y corporales, así como determinadas habilidades emocionales y de interacción para ingresar y mantenerse en actividades.

La belleza para esas actividades está asociada tanto a la juventud como a la esbeltez del cuerpo, a la voluptuosidad —especialmente para las edecanes— piel cuidada, cabello largo. Adicionalmente, la piel y ojos claros, tiende a ser valorado por encima de lo *ya bello*, por lo que es interesante constatar, en países como México, la persistencia por reclutar a mujeres extranjeras en algunos circuitos de este tipo de trabajos, quienes además obtienen los ingresos más elevados y hacen las actividades de “mejor nivel”. Este es un dato relevante para el conjunto de actividades corpo-afectivas; la presencia de mujeres que salen de sus países para trabajar en estas actividades, por lo que parte de la configuración del trabajo es que se nutre de mano (¿cuerpo?) de obra extranjera constituyendo una parte del ejercito laboral transnacional (Besserer y Nieto, 2015). Si bien la extranjería constituye un

elemento relevante en las actividades corpo-afectivas, en esta tesis no fue considerado como un factor para la selección de informantes, aunque en diferentes narrativas de edecanes entrevistadas este tema fue abordado.

Las trabajadoras de las que trata esta tesis requieren de ciertas disposiciones emocionales, corporales, habilidades sociales y algunas calificaciones para poder realizar su labor y así evitar en lo posible contradicciones entre el trabajo y sus preferencias personales. Entre esas están la apertura para relacionarse con personas, la desinhibición en el trato, la simpatía y, en algunos casos en función del tipo de edecán de la que se trate, saber bailar y hablar al menos dos idiomas. En ese sentido, todas estas actividades implican trabajo emocional estético, corporal y performativo.

Las investigaciones recopiladas sobre las edecanes se centran principalmente en describir cómo el trabajo de las edecanes perpetúa roles tradicionales de las mujeres dentro de la división sexo-genérica del trabajo. Los aspectos laborales son mencionados en ese tipo de investigaciones (Jukubowska, 2018; Samsel y Becerril, 2017; Knox, 2015; Laurence, 2011; Chavez, 2005) pero no son problematizados a partir de conceptos de la sociología del trabajo ni el trabajo es analizado como una configuración productiva, aunque nos dejan un amplio conocimiento —para retomar y debatir— sobre las características que aglutinan a las trabajadoras en torno a este tipo de actividades y algunas de las consecuencias de insertarse en ellas.

En función del contexto y el estado del arte sobre el trabajo de las edecanes, se ubicó que existe un vacío de conocimiento en lo que concierne a las dimensiones de los procesos de trabajo y de las relaciones laborales que allí ocurren, es decir no ha sido vista esta como una actividad productiva, qué utiliza determinadas herramientas de trabajo, en donde se ejerce un nivel de control, que implica relaciones con patrones, con clientes, con usuarios. Además, las investigaciones consultadas tampoco documentan sobre cómo se presta el servicio, qué actores intervienen, si existen contratos laborales, prestaciones, organización sindical. La actividad de las edecanes, en síntesis, no ha sido abordada desde las perspectivas de la sociología del trabajo ni desde los estudios laborales, como una actividad

productiva que genera bienes inmateriales y que además de que contribuye al proceso de valorización del capital, es creadora y reproductora de otras relaciones sociales que desbordan la propia actividad y apuntalan más la lógica de la reproducción del orden cultural y social.

Por ello, en esta investigación se pretende contribuir a la comprensión de la actividad de las edecanes desde la perspectiva de la socio-antropología del trabajo, a partir de una articulación entre referentes teóricos y la experiencia práctica de las actoras e investigadora para que, en esa interacción, entendamos el trabajo de las edecanes como una totalidad concreta y analítica, articulada a través de las dimensiones propias de *del trabajo no clásico* (De la Garza, 2011) y de *la configuración socio técnica de los procesos productivos* (De la Garza, 2003: 727-728) concepciones que incluye las dimensiones sobre los *procesos de trabajo* — lo que implica interesarse por cómo se realiza la actividad; cuáles son los pasos, las acciones, las interacciones que se producen en su realización; cómo es la organización para el trabajo; qué instrumentos requiere; qué producto es el que crea — pero también desde la dimensión de las *relaciones laborales*, lo cual permite incluir en el análisis la existencia de sujetos diversos que intervienen en la realización del proceso del trabajo y en la posibilidad misma de la actividad. Estas dimensiones, proceso de trabajo y relaciones laborales, permiten abordar concretamente las relaciones en el trabajo y cómo influyen tanto en su realización como en la construcción intersubjetiva de todos los participantes en el proceso de trabajo: trabajadoras, patrones, clientes, audiencias, compañeras. A partir de ello es factible explorar el nivel de integración identitaria, las potencialidades organizativas, los conflictos dentro de la actividad, los abusos patronales, entre otros relevantes que en esta tesis fueron tratados en diferentes capítulos.

Otra ausencia significativa en la literatura es la que respecta a la *organización para la defensa del trabajo*. Este aspecto es de gran relevancia para la sociología del trabajo, especialmente para los estudiosos de las formas de organización laborales y sindicales. El interés de mi investigación sobre este tema consiste en ubicar en qué medida las trabajadoras han logrado aglutinarse para mejorar las condiciones en las que realizan su actividad laboral.

Además del proceso de trabajo, las relaciones laborales y la organización para la defensa del trabajo, otra dimensión dentro del trabajo no clásico es el ámbito de la *subjetividad*. Esta dimensión, cuando se estudia el trabajo de las edecanes, es fundamental para comprender cómo se articula el reclutamiento de las edecanes, los motivos por los que ellas deciden insertarse en este trabajo y cómo algunos aspectos de la subjetividad contribuyen al oscurecimiento y la precarización de las condiciones del trabajo.

La intención, en ese sentido, es contribuir a la explicación de una actividad poco abordada desde la perspectiva de la sociología del trabajo, para estudiarla como una realidad en la que se articulan dimensiones complejas cuyo conocimiento permita comprender una expresión de los trabajos segmentados por el género, trabajos feminizados que se sirven de la estética del cuerpo, las emociones y las habilidades performáticas para vender y satisfacer necesidades de capitales particulares. El trabajo de las edecanes tiene esas características generales, por lo que en esta tesis esos aspectos son puestos en análisis con relación a las dimensiones generales que hemos descrito en párrafos anteriores.

3. Planteamiento del problema

La investigación que da origen a esta tesis se inscribe en el marco de las discusiones sobre trabajos interactivos, con características eminentemente emocionales, corporales, estéticas y performáticas y en el análisis de la cultura y la subjetividad en la configuración laboral. En consecuencia, se analiza en qué consiste y cómo se posibilita el trabajo realizado por mujeres edecanes a partir de la tradición marxista en los estudios laborales, de la que retomo el concepto de *configuración socio-técnica de los procesos productivos* (De la Garza, 2003: 727-728) — que incluye la dimensión del perfil de las trabajadoras, las relaciones laborales, la organización para la defensa del trabajo, y de la concepción del trabajo no clásico retomo la subjetividad — para analizar actividades en el ámbito de los servicios a partir de los aspectos estéticos, performáticos, emocionales y corporales que, de acuerdo

a lo que planteo, posibilitan la actividad.

Gran parte de los análisis dedicados a estudiar las actividades interactivas - las cuales son caracterizadas “para procesos de generación de servicios en los que el cliente (...) usuario está implicado en el proceso de producción y, por tanto, el control sobre el proceso introduce a un tercero (...) en el propio proceso de cómo se produce” (De la Garza, 2011:13) - provienen de tradiciones que están efectivamente interesadas en comprender las transformaciones laborales (Arango y Molinier, 2011; Wolkowitz, 2006; Hochschild, 2003) pero en el marxismo no encontraron las herramientas suficientes para analizar los trabajos en los que domina esa condición, por lo que se acercaron a perspectivas que analizan el papel que tiene el cuerpo en la historia social, por ejemplo a partir del concepto de *encarnamiento* de Bourdieu (2007), o a través del concepto de *disciplinamiento* de Foucault (1996), y también mediante los estudios de interaccionistas simbólicos como Goffman (2001). Esto en buena medida por las características de las actividades interactivas, que requieren del trato *cara a cara*, que muchas de estas manipulan tanto los cuerpos de terceros —como las enfermeras— como el propio —este es el caso de edecanes y modelos— pero también por la desatención por parte de las perspectivas industrialistas a este tipo de actividades laborales.

Esto implicó un alejamiento para estas corrientes de los análisis del propio proceso de trabajo, enfatizando otros importantes fenómenos sociales como son la violencia física y la violencia simbólica entre trabajadores, o las disonancias emocionales producidas por la naturaleza interactiva de las actividades en los servicios (Arango y Molinier, 2011; Wolkowitz, 2006; Hochschild, 2003; Witz, Warhurst, y Nickson, 2003) Estas perspectivas han legado amplios debates que pueden ser reutilizados a la luz de un enfoque que regrese a las dimensiones clásicas de la sociología marxista del trabajo y, por ello, usamos en esta tesis conceptos como los indicados para tratar las categorías y las dimensiones de análisis.

Otro interés desarrollado en esta investigación fue identificar y comprender las estructuras de orden simbólico subyacentes en la creación, permanencia y demanda de las actividades laborales del edecanaje, así como en las prácticas y subjetividades de las

edecanes. La investigación pretendió un acercamiento desde un enfoque eminentemente cualitativo, centrado en los procesos laborales interaccionales, atento en la emergencia de los significados interconstruidos en los encuentros personales.

Por ello una intención expresa de la tesis es estudiar el trabajo de las edecanes desde el punto de vista de las asociaciones simbólicas y las significaciones asignadas a sus actividades, en lo interaccional, lo emocional, lo subjetivo, lo performático y lo corporal, que se conjuntan para que las prácticas laborales del edecanaje tengan lugar. El propósito general de la investigación consistió entonces en articular, desde la sociología laboral, el análisis material de los procesos de trabajo, las relaciones laborales, la organización para la defensa del trabajo y la subjetividad con instrumentos de la antropología y de la visión semiótica de la cultura; perspectivas que me permiten afirmar que la actividad se posibilitan por la articulación de códigos, símbolos y significados sociales provenientes de la cultura que están presentes y se reproducen en el mundo del trabajo, a través de las categorías que fueron indicadas antes. Esto es, que el edecanaje puede entenderse como un campo en el sentido que le da Bourdieu (Bourdieu y Wacquant, 2005), en el que existen reglas del juego específicas que, a su vez, están nutridas, ya sea en conflicto o en negociación, por un conjunto de códigos, símbolos y significados del espacio social, que es distinto pero que contiene al campo al que nos referimos en esta investigación.

Por ello, la investigación se inscribe en la perspectiva de los estudios socio-culturales, en los cuales “se reconoce a la cultura como una dimensión co-constitutiva del orden social [...] el centro de estos enfoques lo constituye entonces la significación, que se entiende como el proceso de simbolización o el conjunto de procedimientos mediante los cuales los sujetos dotan, intersubjetivamente, de sentido a la realidad” (Reguillo, 1998: 21). El enfoque socio-cultural privilegia el análisis de los diferentes procesos sociales a partir de las asignaciones significativas que los sujetos configuran intersubjetivamente. Por lo tanto, presta atención a la eficacia y al despliegue simbólico en las interacciones sociales. Privilegié en esta tesis, por lo tanto, las configuraciones simbólicas o los mapas cognitivos que subyacen en las acciones y representaciones subjetivas de los sujetos de estudio.

El enfoque del estudio radica en un esfuerzo por ensamblar diferentes posturas académicas de los trabajos en los servicios, que enfatizan las categorías de lo corporal, lo estético, lo performativo o lo emocional. (Nieto. 2017; Wolkowitz, 2006; Hochschild, 2003; Witz, Warhurst y Nickson, 2003; Goffman, 2001; Maanen, 1990). Ese enfoque permitió entender un trabajo en particular, el de las edecanes, como una totalidad concreta. A través de la investigación empírica pudimos identificar que los aspectos más importantes a considerar en el estudio son:

1. El papel del *cuerpo* y la *estética* asociada al mismo (auto-disciplinamiento, cuidados, arreglo personal),
2. La *regulación emocional* (evitar emociones o exaltar sentimientos durante el proceso del trabajo de cara a la interacción con la audiencia), y
3. La capacidad *performática* de la actividad (realizar una actuación o representación asociada a los roles sexo genérico).

En función de los aspectos indicados en esta introducción, el objetivo de la investigación fue reconstruir la configuración socio-técnica del trabajo (De la Garza, 2003) de las edecanes atendiendo las relaciones más abstractas articuladas al conjunto del sistema económico a partir de conceptos como el de tercerización, flexibilización, deslaborización e informalización de la actividad —que encontramos relevantes a medida que fue avanzando la investigación y que constituyen el contexto macro en el que se realizan las actividades laborales estudiadas— y explicar cómo eso se relaciona con las categorías estéticas, emocionales, y performáticas en las dimensiones de procesos de trabajo, relaciones laborales, organización para la defensa del trabajo y subjetividad. La intención, por lo tanto, fue realizar una reconstrucción de la actividad sin partir de hipótesis ni supuestos previamente establecidos, sino que, a medida que fue avanzando la investigación empírica, se fueron encontrando los aspectos relevantes que explican las posibilidades de existencia de la actividad. Así, la pregunta de investigación que fue orientado toda nuestra reconstrucción del estudio fue la siguiente: *¿Qué elementos materiales, culturales y subjetivos apoyan la reproducción del trabajo de las edecanes en la Ciudad de México*

entendida como una actividad productiva que, como cualquier otra, posee procesos de trabajo y relaciones laborales identificables?.

4. Estrategia metodológica

Como se mencionó, la intención de la tesis fue reconstruir la actividad de las edecanes a través de la aprehensión de los diferentes símbolos y significados asociados, debido a que encontramos que es a partir de éstos que puede explicarse su existencia como trabajo y su organización. Esto no es solo atribuible a la intención de inscribirnos dentro de las ricas tradiciones cualitativas de análisis —o no al menos solamente— sino porque en la propia actividad se ponen en juego elementos culturales, es decir, se nutre de concepciones, discursos y representaciones que están en el ámbito de la cultura, lo que tiene efectos en su organización. Este es otro de los aportes de esta investigación: comprender que existen actividades laborales que no solo *tienen* una cultura organizacional, sino que las propias dinámicas culturales se convierten en procesos de trabajo. Por lo tanto, en la investigación buscamos los tejidos simbólicos que dan sentido y entretienen a la actividad laboral —dimensión antropológica— insertos en conceptos propios de la sociología del trabajo. En ese sentido es un trabajo de corte eminentemente cualitativo y cercano a la interdisciplinariedad.

En primera instancia, la investigación se llevó a cabo a través de la realización de entrevistas a edecanes, representantes de agencias y retomando perspectivas de otros sujetos fuera de la actividad⁷ — estas últimas recopiladas mediante fuentes virtuales. A través de entrevistas estructuradas, semiestructuradas y encuentros informales en los espacios de trabajo pude realizar observaciones discretas y flotantes (Pétonnet, 1982), que se registraron en diario de campo, acerca de cómo se lleva a cabo el proceso de trabajo y las interacciones entre trabajadora, cliente y auditorio. Estas observaciones minuciosas

⁷ Me refiero a usuarios de internet y a diferentes fuentes periodísticas que discuten diversos tópicos sobre el trabajo de las edecanes.

fueron también un aspecto relevante durante la inmersión de campo, debido al carácter visual e interactivo de la actividad, por lo que tuve que ser muy cuidadosa y selectiva acerca de los aspectos cargados de significado durante las interacciones, los criterios de selección de las trabajadoras en los diferentes espacios de trabajo, el lenguaje corporal establecido entre edecán y sus audiencias, y de este modo ir articulando la observación con una *descripción densa* que, de acuerdo a Geertz (1996), tiene la finalidad no solo de describir las interacciones como aparecen a nuestros sentidos, sino ir encontrando las estructuras significativas subyacentes a dichas interacciones.

Incluimos el análisis de imágenes fotográficas ofrecidas por las propias agencias para complementar las narraciones orales de las personas entrevistadas en lo que respecta a los criterios de contratación de las trabajadoras y las significaciones asociadas. A través de la imagen pude recuperar aspectos que no encontré en la oralidad como lo que tiene que ver con los criterios de diferenciación que —dentro de las agencias— consideran y distinguen lo “bello” de lo “más bello”. Adicionalmente, a través de una indagación virtual recuperé reflexiones e información vertidas a través de redes sociales, insumos que me permitieron verificar y contrastar los relatos de las entrevistas que fui incorporando a lo largo de la investigación.

* * *

En forma resumida, el contenido de los capítulos es el siguiente: en el primero se presenta la discusión teórica y metodológica, por lo que allí se establece cómo fue abordado conceptualmente el problema de investigación, así como la discusión con las diferentes perspectivas de análisis que retomamos. Abordo por qué es necesario retomar distintas discusiones teóricas para tener una visión lo más completa posible del tema de investigación, lo que incluye perspectivas de la sociología del cuerpo, del interaccionismo simbólico, de la sociología de las emociones y algunas perspectivas respecto a la subjetividad. Así mismo, se explica la forma en que podemos utilizar, ensambladas, esas

perspectivas priorizando para el análisis estructuras, subjetividades y acciones a partir del concepto de *configuración socio-técnica del proceso productivo* y la perspectiva del *trabajo no clásico* (De la Garza, 2003, 2011). En este capítulo se explica cómo es la dinámica de contratación a partir de aspectos estéticos, corporales, emocionales y habilidades, y cómo a partir de esos se flexibiliza tanto el salario como la organización del trabajo. El capítulo también contiene un apartado desarrollado sobre la metodología utilizada en la investigación.

En el capítulo dos, desarrollamos el análisis a partir de los conceptos de subcontratación, flexibilización, deslaboralización e informalización que caracterizan a esta actividad, como elementos macro o estructurales. Las agencias fungen como reclutadoras de las trabajadoras, brindan los servicios a un tercero —grandes empresas o pequeños negocios— mecanismo mediante el cual queda oscurecida la relación laboral. En este capítulo se detalla cómo se constituye el negocio, cuáles son los criterios para la organización del proceso de trabajo y los aspectos estéticos y emocionales de contratación de las trabajadoras, es decir, tratamos las relaciones laborales que la edecán establece con las figuras patronales. Desarrollamos uno de los hallazgos más importantes encontrados: cómo las trabajadoras informalizaron la actividad prescindiendo de la agencia intermediaria como estrategia para obtener mejores ingresos.

En el capítulo tres desarrollo en qué consiste el proceso de trabajo y las características de las relaciones laborales que las edecanes establecen entre los clientes, es decir, las personas que contratan la actividad para promocionar diferentes marcas o negocios, así como con el público o los consumidores hacia quienes se dirige la actividad. La intención del capítulo es mostrar el papel de lo estético, lo corporal, lo emocional y lo performático en el desarrollo del proceso de trabajo. Así mismo, se presentan los hallazgos vinculados a las condiciones de trabajo, también flexibilizadas, y las estrategias de resistencia que las trabajadoras han procurado para protegerse de posibles abusos laborales debido a la indefensión legal, precarización e informalización en que se encuentran.

En el capítulo cuatro, se analiza cómo es que los discursos de saber-poder (Foucault, 1996,2005), particularmente los estéticos y sobre la feminidad son fundamentales para entender cómo se posibilita la actividad y nos develan los sutiles implícitos y las razones de elección por parte de las agencias para elegir las trabajadoras, así cómo estas estructuras influyen en la realización del performance laboral. Se discute como las agencias reclutan principalmente a mujeres que encarnen lo que Lagarde (2015) denomina la mujer-erótica. En este capítulo, especialmente, tratamos cuáles son los símbolos y significados de la vida social que el trabajo retoma y transforma en organización laboral y en procesos de trabajo.

Por último en el capítulo cinco me interesé en resaltar, después de haber discutido sobre las diferentes representaciones corporales de la mujer- erótica que utiliza la actividad, cuáles son los aspectos subjetivos de la trabajadora, es decir, en este capítulo se presentan las dimensiones del mundo interior de la trabajadora, cuáles fueron las razones para trabajar como edecanes, cómo valoran su actividad y qué representa el trabajo en sus vidas y cómo algunos de estos aspectos permiten el oscurecimiento y la precarización de las condiciones de trabajo. Finalmente, se presentan unas conclusiones generales que articulan los principales hallazgos, ponen en balance el trabajo de las edecanes y resaltan las que considero son los principales aportes de la tesis.

CAPITULO 1. POSICIONAMIENTO TEORICO-METODOLOGICO

1.1 Introducción

En este capítulo se presenta una reflexión sobre las discusiones teóricas más importantes respecto a los trabajos en los servicios que consideré pertinentes para abordar el estudio de caso de las edecanes. Para ello se exponen, por un lado, algunos aspectos sobre la transición del modelo industrial a las actividades orientadas a los servicios y, por otro lado, se presentan las perspectivas sobre el trabajo emocional (Nieto, 2017; Brook, 2016; Humphrey, Ashforth, Diefendorff, 2015; Gracia, Ramos y Molinere, 2014; Warthon, 2009; Hochschild, 2003; Maanen, 1999), corporal (Wolkowitz, 2006), estético (Da Cunha, Lima y Padua, 2016; Gracia, Ramos y Moliner, 2014; Wolkowitz, 2006; Witz, Warhust y Nickson, 2003) y performático (Nieto, 2017; Goffman, 2001) que en esta tesis permiten abordar las diversas dimensiones que componen su objeto de estudio. Aborda asimismo cómo estas discusiones están sustentadas en concepciones desarrolladas por Hochschild (2003), Foucault (2005, 1996, 1990), Bourdieu (2012, 2007, 2000, 1999 a, 1999 b) y Goffman (2001, 2006), principalmente, y cuál fue su utilidad en la construcción del problema de investigación. Finalmente, se presenta la metodología utilizada, sustentada en el configuracionismo latinoamericano (De la Garza, 2012) y las perspectivas interpretativas (Geertz, 2005, 1996) y se explican las diferentes técnicas de investigación que ayudaron a recopilar la información, como fueron las entrevistas a profundidad y el trabajo de campo.

1.2 Enfoques y perspectivas sobre actividades laborales

Los estudios laborales, las sociologías del trabajo, y las diversas perspectivas interesadas en reflexionar el mundo laboral, han legado un conjunto amplio de conocimientos sobre las distintas transformaciones que han devenido con el cambio en las relaciones industriales y el crecimiento de una amplia gama de actividades en el ámbito de la producción de servicios

tanto en el ámbito empresarial, como en las actividades de autoempleo, e incluso en las actividades de la sobrevivencia. La literatura de corte marxista, en primera instancia legó un conjunto de herramientas históricas y conceptuales para comprender cómo se transformaron las actividades laborales antiguas, los oficios heredados de una época anterior al capitalismo. Historiadores sociales como Silvia Federici (2010) y E.P. Thompson (2012) interpretan cómo sucedió ese proceso histórico y lo que implicó en la vida de los campesinos: el despojo de territorio y saberes que trajo consigo el desarrollo industrial. Esos autores se inscriben en la discusión general sobre si la transición del sistema feudal de producción al sistema capitalista implicó alguna mejora en la vida de los antiguos trabajadores de oficios o si por el contrario esa transformación empobreció sus condiciones de vida. Ambos coinciden en que el capitalismo significó una degradación en la vida de los antiguos campesinos en todos los ámbitos de su experiencia; Thompson (2012) explica, por ejemplo, que el cambio de alimentación del pan a la papa entre los trabajadores de Inglaterra había implicado una afrenta y uno de los principales motivos de amotinamiento y movilizaciones generalizadas entre los campesinos, aun cuando la papa era mejor alimento en términos nutricios para el cuerpo que el pan, este último era visto como un símbolo de distinción y de una mejor calidad de vida que la papa, que era considerada como un alimento para animales. La intención de Thompson era rescatar los detalles de la vida cotidiana de los campesinos durante la transición de la vida campesina a la industrial en Inglaterra; aseguraba que reconstruyendo la historia social desde esa perspectiva podría refutar la hipótesis ampliamente sostenida por diversos historiadores de que el capitalismo había mejorado las condiciones de vida durante esta transición.

Silvia Federici (2010), también desde la historia social, pero enfocada en el papel específico de las mujeres, detalla cómo la transición al capitalismo y los procesos de acumulación originaria implicaron una profundización de la división sexual del trabajo, al relegar a las mujeres al ámbito de la reproducción de la fuerza de trabajo, pues sostiene que antes de esta transición las actividades básicas de sobrevivencia estaban más uniformemente distribuidas entre mujeres y hombres.

Durante este período se concebía que el desarrollo y sostenimiento del capitalismo se posibilitaría mediante el crecimiento poblacional. Entonces, el cuerpo comienza a ser visto como una máquina, tanto para producir objetos, como para reproducir seres humanos (Federici, 2010: 201-243) aquí es en dónde la autora pretende resaltar el papel fundamental de las mujeres en el desarrollo industrial, sobre todo el papel de su cuerpo como proveedor de nuevos seres humanos requeridos para trabajar y expandir la explotación. La autora recalca que el capitalismo trajo consigo el desencantamiento del mundo, es decir, es en ese proceso que se transforma la visión del mundo que consideraba la unicidad entre los seres humanos, el mundo natural, y los misterios de esta relación, por una visión mecanicista en la que el cuerpo y la naturaleza se concibió como algo susceptible de explotar, disectar, medir, como una máquina. Federici describe cómo esta apropiación y el disciplinamiento para el trabajo capitalista no se dio sin una intensa lucha por la expropiación no solo de tierras, sino de conocimientos, de saberes ancestrales, de la magia, de las tradiciones, es decir, del conjunto de relaciones sociales que encarnaban las mujeres, quienes estaban encargadas de perpetuarlas en la comunidad (Federici, 2010: 156) La autora pretendía realizar una reconstrucción histórica en donde se incluyera el papel específico de las mujeres —en este periodo histórico tan relevante— el cual siempre aparece oscurecido o al menos no suficientemente rescatado en los estudios históricos tradicionales.

En ese sentido, el capitalismo trajo consigo una degradación en las experiencias y prácticas de los antiguos campesinos europeos, ya que no solo implicó la sustitución y despojo de sus actividades de oficio, sino que significó la destrucción de las concepciones y las formas de vida tradicionales. La historia social tiene la finalidad de documentar el papel de los sujetos en la construcción de los procesos sociales —no solo la de los grandes líderes o las transformaciones institucionales como suele retratar la historia clásica— además, en el caso de las historias en torno al trabajo, busca resaltar la acción de los sujetos fuera de las fábricas: en las luchas por la tierra, contra los cercamientos de las mismas, en los amotinamientos por comida; muchas de estas acciones, como indica Federici (2010:122-135) encabezadas principalmente por mujeres. Esto es importante dado que las estructuras

de dominación masculina nos hacen pensar siempre en un sujeto o colectivo conformado por varones, pero en esta transición las mujeres jugaron un papel central.

Esas enseñanzas son relevantes para reflexionar respecto al trabajo de las mujeres edecanes de las que trata esta tesis, como se verá en los capítulos subsecuentes. No para hacer una historia social de ellas y su actividad, sino para aprender de esas perspectivas, trayéndolas a nuestra época y circunstancia, en tanto es necesario interesarse por las situaciones concretas que permiten producir y reproducir una actividad laboral desde el punto de vista de la reconstrucción de la experiencia de las personas e insertando analíticamente esas experiencias en el contexto que constituye el telón de fondo de las prácticas laborales.

Por otro lado, desde la sociológica algunas corrientes de análisis sobre el proceso de trabajo (Braverman, 1974; Thompson, 2009; Lebert y Vercellone, 2011) se preocuparon por analizar cómo se dio la apropiación del saber hacer de los antiguos artesanos durante la realización del producto de forma manual, para a partir de ese conocimiento manufacturarlo a gran escala al interior de la fábrica capitalista. También, diversos autores de la tradición marxista han debatido sobre el control de cada uno de los movimientos de los trabajadores en la fábrica, es decir, el gobierno sistemático de las operaciones para crear una mercancía a través de la observación y cuantificación del tiempo que toma realizar el producto para intervenirlo, maximizarlo y dirigirlo para lograr concretar una masa creciente de mercancías en el menor tiempo posible (Coriat, 1992; Bouraway, 1979; Braverman, 1974).

Marx (1984), en uno de sus textos clásicos, logró prefigurar el entendimiento sobre las leyes de tendencia en la evolución del capitalismo, desde cómo se gestó hasta cuáles serían las consecuencias de la racionalización constante del trabajo y su repercusión en los trabajadores asalariados. Una parte considerable de los autores de la sociología del trabajo (De la Garza, 2005; Coriat, 1992; Bouraway, 1979; Braverman, 1974; Thompson, 1983) han nutrido esa perspectiva proveyéndola de un intenso arsenal teórico para comprender, ya sea como ha avanzado y se ha aplicado la técnica, o bien cómo se ha organizado

históricamente al trabajo asalariado para disciplinarlo y para hacerlo más eficiente a las necesidades del capital.

Para los análisis clásicos de la sociología marxista, los conceptos de *control*, *proceso de trabajo*, *relaciones laborales* y *organización para la defensa del trabajo* (que en esta tesis tratamos como dimensiones), han sido de los más relevantes para comprender las transformaciones en el mundo del trabajo. Este interés se deriva de la premisa de que el desarrollo de la técnica y de los procesos productivos develaría las relaciones existentes entre el capital y el trabajo aumentando las contradicciones y abriendo así la posibilidad de una transformación económica y social. Esta es una de las premisas que impulsaron el estudio de los procesos de trabajo y las relaciones industriales por parte de la sociología del trabajo, dejando parcialmente de lado actividades y análisis en el ámbito de los servicios y en el de la reproducción de las formas de vida, todas ellas realizadas principalmente por mujeres. En ese sentido, los estudios sobre el proceso de trabajo que tiene como ejes de análisis: cómo se lleva a cabo la actividad, con qué instrumentos de trabajo, en qué condiciones laborales, han sido principalmente realizados en el sector industrial. Hasta la actualidad, las corrientes de la perspectiva marxista del proceso de trabajo (De la Garza, 2005; Coriat, 1992; Bouraway, 1979; Braverman, 1974; Thompson, 1983) centran los análisis, por ejemplo, en la transformación de la industria automotriz —labor por demás relevante para el entendimiento de la actividad industrial— su configuración técnica y las potencialidades de transformación social a partir de la movilización de este sector obrero. Esta perspectiva goza de la mayor reputación y es la dominante dentro de los estudios sobre el proceso de trabajo.

Sin embargo, la sociología y la antropología del proceso de trabajo que analizan también el sector industrial, han encontrado que las condiciones en las que trabajan las mujeres en este sector difieren enormemente de las condiciones de trabajo en las que laboran los hombres, pues han documentado que su situación es de mayor desventaja salarial, de menores protecciones laborales, y de alta inseguridad en el empleo. Efectivamente, la división sexual del trabajo asigna social y culturalmente a la mujer la reproducción de la fuerza de trabajo, en el sector industrial esto puede verse claramente

ejemplificado en la mayor participación de las mujeres en la industria del vestido, que es una industria relevante en general para el capitalismo; y en particular en su modelo maquilador. (Ibarra, 2003).

Paralelamente, sobre todo a partir de los años sesenta del siglo xx, autoras principalmente feministas, discutieron y ampliaron el concepto de *trabajo* —qué como he mencionado era principalmente el industrial— interesadas en el papel de las mujeres y su especificidad como sujetas en el desarrollo del capitalismo (Federici, 2010; Pacheco, 2007; Todaro y Yañez 2004,). Esas autoras señalan que las mujeres han jugado un papel fundamental en el ámbito de la reproducción de la fuerza de trabajo, tanto en el ámbito doméstico como cuidadoras o reproductoras de la vida de los asalariados, alimentándolos, vistiéndolos y perpetuando la cultura y las tradiciones. Además, estas mismas actividades, con la modificación de la estructura productiva, comenzaron a extenderse fuera del ámbito doméstico, es decir, se realizan para reproducir la vida de todos los trabajadores en el espacio público a través de servicios brindados por diversos tipos de empresas, como trabajadoras al servicio del Estado y por supuesto en el ámbito de la informalidad laboral que inicialmente estaba constituido de trabajo hecho por mujeres (Arango y Moliniere, 2011; Pacheco, 2007; Todaro y Yañez, 2004).

Esa perspectiva abrió un mundo de actividades que, por no ser remuneradas, como en el caso del trabajo doméstico, o por no ser industriales, no han figurado prioritariamente en los análisis sociológicos marxistas de procesos de trabajo. Sin embargo, los estudios con perspectiva de género (Federici, 2010; Arango y Moliniere, 2011; Pacheco, 2007; Todaro y Yañez, 2004) han incluido un conjunto de actividades que han denominado *trabajo de cuidados*, por su cualidad de satisfacer de recursos, habilidades, sociabilidad, a todo el conjunto poblacional que realiza actividades asalariadas. Entre esos trabajos destacan el de las enfermeras, el de las trabajadoras de la alimentación, los trabajos sexuales y eróticos, las trabajadoras del hogar o servicio doméstico, las educadoras de preescolar, las cuidadoras de niños y ancianos, las nanas, las parteras, las curanderas, entre otras (Arango y Moliniere, 2011; Pacheco, 2007; Todaro y Yañez, 2004).

En relación a otras posturas que han realizado investigación sobre las actividades laborales en el ámbito de los servicios, deben considerarse las perspectivas más influyentes en los circuitos del trabajo científico internacional, las de los países centrales que han enfatizado y encontrado en sus realidades respectivas, configuraciones productivas diferentes a las existentes en América Latina y en México, principalmente con las reestructuraciones productivas en la industria en la que se descentraliza el proceso de trabajo y se establecen eslabonamientos productivos, al delegar los trabajos simples, altamente intensivos en trabajo manual y de bajo valor agregado a los países latinoamericanos y con capitalismo periféricos (De la Garza, 2003).

Esto trajo consigo el dismantelamiento de parte de la industria tradicional en los países centrales y el crecimiento de otras áreas de actividad, principalmente en el sector de los servicios y de trabajos interactivos, ampliamente vinculados a las actividades de consumo. Esas transformaciones en los países centrales, ampliaron y diversificaron el interés de los investigadores por este tipo de labores, resaltando las especificidades productivas de cada una de esas actividades. Los trabajos interactivos consisten en aquellas actividades que requieren del encuentro y el reconocimiento entre trabajador y cliente para efectivizar la producción de una mercancía, que en muchas ocasiones puede ser una interacción, pero en la que tanto el trabajador como el cliente son esenciales para que se dé el proceso de trabajo y la producción de valor (De la Garza, 2011).

En los países centrales, se discutió la diversificación del trabajo interactivo y sus diferentes fuentes de valor. Por un lado, las diferentes propuestas resaltan *la dimensión afectiva de la vida social* o lo que Agnes Heller (1980: 29-38) denominó *división emocional del trabajo*, que supone la responsabilidad emocional y erótica históricamente delegada a las mujeres a través de la división sexual del trabajo que, como han señalado las feministas (Arango y Moliniere, 2011).refuerza toda una gama de actividades que consisten en procurar al otro, en consentir al otro, en escenificar —utilizando los términos de Goffman (2001)— querencias, benevolencias, empatía e interés por los otros, mediante la muestra real o ficticia de sentimientos de amor y cariño; pero también se refiere a la dimensión de los trabajos que facilitan la reproducción material y el mantenimiento de la vida del otro.

Otra fuente importante de conocimientos para mi investigación se derivó de los estudios sobre una serie de actividades vinculadas a lo que Lazzarato y Negri (2001) denominaron *trabajo inmaterial*, que a grandes rasgos implican el papel del conocimiento y la información en una economía en la que las industrias de alta tecnología comienzan a ser relevantes en sus respectivas sociedades. Aunque la propuesta de trabajo inmaterial se había utilizado anteriormente para describir los *trabajos afectivos*, dentro de esta misma línea también surgieron las propuestas sobre el *trabajo creativo*, que pretende ser una base general para el análisis del papel de la creatividad en la producción (Laiwan, 2009).

Los enfoques y perspectivas indicados sobre los complejos tipos de actividades que constituyen el mundo laboral, fueron relevantes para definir aquellos aspectos que era necesario considerar para estudiar el trabajo de las edecanes en la Ciudad de México en los términos planteados en el problema de investigación. El papel específico del trabajo de las mujeres y su relativo oscurecimiento y posterior develación por parte de corrientes sociológicas, la atención puesta a los trabajos interactivos, a los de servicios inmateriales y a los creativos, permitieron observar y analizar el trabajo de las edecanes como uno en el que intervienen diferentes hechos laborales y culturales, que lo configuran, y en consecuencia como una actividad compleja, que produce unos bienes y que reproduce unas prácticas, como se verá a lo largo de los diferentes capítulos de esta tesis.

En la investigación, sin embargo, fueron de particular utilidad las propuestas que resaltan diversas dimensiones del trabajo inmaterial como son el *trabajo corporal* (Wolkowitz, 2006) el *trabajo emocional* (Nieto, 2017; Brook, 2016; Humphrey, Ashforth, Diefendorff, 2015; Gracia, Ramos y Molinere, 2014; Warthon, 2009; Hochschild, 2003; Maanen, 1999) el *trabajo estético* (Da Cunha, Lima y Padua, 2016; Gracia, Ramos y Moliner, 2014; Wolkowitz, 2006; Witz, Warhust y Nickson, 2003) y *trabajo performático*, término acuñado por Nieto (2017) a través de la interpretación del trabajo de Hoschschild (2006) y de Goffman (2001) perspectivas influyentes que destacan alguna de estas cualidades en los trabajos interactivos y las explican. Lo que caracteriza a estas perspectivas es que, aunque están interesados en el trabajo, no lo están tanto del proceso del mismo, lo que refleja en

algunos casos el desplazamiento del análisis clásico del marxismo hacia otras dimensiones relacionadas con el trabajo (De la Garza, 2011).

De entre los autores más relevantes que han influido a estas perspectivas se encuentran autoras y autores como Hochschild (2003), Foucault (2005, 1996, 1990), Bourdieu (2012, 2007, 2000, 1999 a, 1999 b) o Goffman (2011, 2006), quienes, aún cuando sus planteamientos rebasen los linderos de la sociología del trabajo o de los estudios laborales, salvo en Hochschild, son relevantes para problematizar sociológicamente los problemas del trabajo. Estos autores, sin duda, abrieron caminos para comprender cómo en las actividades en el ámbito de los servicios, el papel de la clase, de la edad, las disposiciones incorporadas, la apariencia física a partir de estereotipos predefinidos, pueden configurar elementos centrales en la construcción del mercado de trabajo y de la realización de las actividades que ponen en el centro de la producción todos estos elementos.

Más allá de los trabajos dentro de los servicios, que han sido abordados con mayor profundidad, como es el trabajo doméstico o el trabajo de cuidados, en el caso de enfermeras o mujeres en situación de prostitución (Arango y Moliniere, 2011). la inclusión de la dimensión corporal ha permitido cuestionar aspectos importantes para estudiar el trabajo de las edecanes, entre ellos cómo se controla o se disciplina al cuerpo para ser eficiente en el trabajo, o cómo es comprada la imagen del mismo para proyectarla, exhibirla como símbolo (rostro o imagen) de una marca para intentar vender un producto y así realizar la mercancía y obtener ganancia.

Por otra parte, para que el ciclo de producción y reproducción del capital se posibilite, es necesario que la mercancía encuentre su realización en el mercado (Marx, 1984). Por ello, las corporaciones, así como las grandes y las medianas empresas han implementado estrategias mercadológicas que requieren de servicios adicionales, lo que implica presentar *in situ* la mercancía en el mercado. Además, una enorme cantidad de actividades laborales interactivas requieren crear un ambiente para satisfacer o proyectar gustos culturales, es decir, a través de recursos estéticos, apelar a los referentes culturales

de los clientes para vender un producto y generar al mismo tiempo preferencias culturales y estéticas. El crecimiento de estas actividades refleja el cambio hacia un capitalismo orientado a conocer más al cliente para intentar satisfacer sus gustos, y crearle nuevas necesidades, por lo tanto, la ampliación de productos orientados a diversos ámbitos de la vida cotidiana - no solo los necesarios para la subsistencia - y el reconocimiento de que las empresas requiere de introducir y comprender la cultura y las necesidades afectivas, estéticas de los sujetos es para incentivarlos a comprar algo. Los empresarios de grandes corporaciones han comprendido perfectamente esto y han impulsado estudios, propuestas, campañas para lograr ese objetivo y llevar su producto a diversas partes del mundo.

La preferencia por el análisis del proceso de trabajo, las relaciones laborales, las condiciones de trabajo y la organización colectiva por la defensa del trabajo reflejan la continuación de la tradición marxista, que sigue sosteniendo la *centralidad del trabajo* en la configuración global capitalista. Así, en esta investigación tenemos preferencia por los análisis que develen el ejercicio del control durante la realización de la actividad y la precarización de las condiciones laborales. También nuestro interés se extendió a los trabajos en los servicios pero a través del énfasis sobre las condiciones de producción en las que se realizan dichas actividades laborales, muchas de ellas caracterizadas por ser precarias, desreguladas por el Estado, autónomas o de subsistencia, que es donde se inscribe el trabajo de las edecanes.

Mientras que en países centrales puede identificarse una tendencia a discutir desde una perspectiva optimista (Humphrey, Ashforth y Diefendorff, 2015) o en otros casos pesimista (Hochschild, 2003) sobre la relevancia de los trabajos interactivos, caracterizando unidimensionalmente su fuente básica de valor —a partir de dimensiones como el papel de lo cognitivo, lo estético, o lo corporal— en América Latina, se enfatiza la precariedad de las condiciones de trabajo, el trabajo a destajo, la subcontratación, la flexibilización, la deslaboralización y las actividades realizadas dentro del sector informal de la economía (De la Garza, 2011). Sin embargo, esto no ha implicado que los estudios en México discutan al margen de las propuestas planteadas en los países centrales. Con la propuesta del concepto

de *trabajo no clásico* (De la Garza, 2011), por ejemplo, se pueden apreciar las fortalezas y las limitaciones de la unidimensionalidad de las producciones de los países centrales. La crítica de De la Garza consiste en señalar que la investigación laboral debe establecer las especificidades de los diferentes procesos de trabajo a partir del análisis de la actividad concreta. Frente a las propuestas del trabajo estético, corporal, emocional o cognitivo, la concepción del trabajo no clásico propone retomar el análisis del proceso de trabajo, destacando tanto los aspectos de las condiciones de trabajo, así como las dimensiones —estéticas, emocionales, cognitivas o corporales— pertinentes para cada actividad concreta; se trata por lo tanto de un análisis multidimensional de la actividad laboral, en tanto considera que las diferentes fuentes de valor que resaltan cada una de las propuestas constituyen elementos que intervienen en la configuración de otras actividades laborales, y que comprenden los diferentes elementos del proceso de trabajo, develando así la totalidad de las relaciones implicadas en una *configuración laboral* concreta.

La perspectiva del trabajo no clásico ha dado lugar en México a un cúmulo de investigaciones laborales debido a que permite incluir diversas actividades más allá de sus cualidades estéticas, corporales o emocionales⁸. En tanto enfatiza los procesos de trabajo, identificables y definidos a partir de su relación con el cliente, de su relación con autoridades, con el espacio, con las condiciones de trabajo y con las formas de acción e identidades colectivas que surgen en los espacios laborales. Todo ello a través de la integración del ámbito de la subjetividad, lo que permite ubicar a los sujetos en el centro de la investigación, privilegiando el análisis no solo de las estructuras sino de las acciones y las percepciones de los sujetos en sus procesos de trabajo.

La *subjetividad* es una característica constitutiva del sujeto que tiene relevancia para los investigadores sociales debido a su potencial explicativo respecto a la motivación de los sujetos para actuar de forma diferenciada en condiciones similares de experiencia. El concepto de subjetividad —que entendemos aquí como el proceso de *dar sentido a la*

⁸ El posgrado de Estudios Sociales de la UAM Iztapalapa, en su línea de Estudios Laborales, ha producido un amplio número de tesis de posgrado, artículos y libros con la perspectiva del trabajo no clásico. Al respecto véase: <http://www2.izt.uam.mx/mydes/>.

realidad— (De la Garza, 2000: 1) es pertinente para nuestro análisis debido a que coloca en el centro al sujeto, le da voz a quien vive la experiencia y permite acercarnos como investigadores a los motivos de la acción. Subjetividad es un concepto que se ha decodificado a partir del concepto de cultura. *Cultura* por su parte, entendida como acumulación social de significados (De la Garza, 2000: 11) es un concepto fundamental para la antropología, surgido inicialmente para comprender las razones estructurales que llevan a las sociedades separadas geográficamente a ser distintas unas de otras y también a tener rasgos comunes o más o menos comunes; para explicar qué las lleva a interpretar, concebir y actuar de formas específicas y a producir distintas nociones de persona. Desde el siglo XIX, la antropología desarrolló un conjunto vasto de estudios acerca del papel de los sistemas simbólicos, de creencias y de sistemas clasificatorios; los mitos y la lógica de sus transformaciones; los dispositivos y procesos rituales; y las estructuras parentales como fundamentales en cualquier orden social, y cómo todas estas dimensiones de la realidad cultural impactan o se relacionan con estructuras sociales universales como la economía, la política, y el ejercicio de poder en un conjunto social. En ese sentido, el concepto de subjetividad implica a un sujeto que interpreta, significa y teje acción a partir de símbolos y significados provenientes de la dimensión cultural de la vida social, como mostró Geertz (2005) en su estudio sobre la interpretación de las culturas.

La inserción de la dimensión cultural en los análisis del trabajo se ha caracterizado por el interés en develar qué lleva a los trabajadores a realizar acciones colectivas relacionadas con el mundo laboral, a interpretar sus experiencias durante el trabajo, a darle un sentido a su actividad (De la Garza, 2000). Es a partir de la dimensión subjetiva de la identidad que los sociólogos han explicado las potencialidades de la acción, reconociendo sus relaciones con otros participantes de la actividad laboral. Ello implica poner atención a las interacciones entre compañeros de trabajo, con los jefes, con los clientes, con las autoridades, es decir, con los diferentes actores involucrados en las relaciones de trabajo.

La propuesta del trabajo no clásico, que hemos debatido y analizado que en síntesis, surgió para debatir con las propuestas de los países centrales que enfatizan las dimensiones

corporales, emocionales, cognitivas o estéticas, para dar cabida a un conjunto de relaciones más amplias, y que permitan entender las actividades laborales a partir de sus relaciones. En esta tesis retomamos ese enfoque para explicar cómo se configura la actividad productiva de las edecanes. La propuesta de esta investigación, en ese sentido, es analizar el trabajo de las edecanes desde la perspectiva de la configuración socio-técnica del proceso de trabajo, por lo que incluye las dimensiones mencionadas antes, es decir, describir y analizar cómo se realiza la actividad, con qué herramientas, a través de cuáles mecanismos, quiénes son los participantes del proceso de trabajo y cómo se organizan para realizar la actividad —dimensión de las relaciones laborales— con jefes, clientes, consumidores y qué papel juega la subjetividad de las trabajadoras para incorporarse y permanecer en ese tipo de trabajo. Esas dimensiones de la configuración socio-técnica del proceso de trabajo las abordamos a partir de las propuestas de las categorías que consideramos se presentan en el caso concreto del trabajo de las edecanes: la categoría del trabajo corporal, del trabajo estético, del trabajo emocional y del trabajo performático. Particularizo estas dimensiones retomando conceptos pertinentes de los autores más relevantes dentro de estas propuestas, los que se exponen a continuación.

1.3 Elementos teóricos para analizar la configuración laboral de las edecanes

1.3.1 Hoschild y la perspectiva del trabajo emocional

El trabajo de Ariel Hochschild (2003) sobre el papel que las emociones juegan en las actividades laborales fue fundamental para el desarrollo de investigaciones posteriores que se adhirieron, alimentaron o criticaron su propuesta original. El trabajo *The managed heart* es una investigación fundacional que ayudó a comprender y ampliar diferentes aspectos que componen los trabajos en los servicios de los capitalismos avanzados, y principalmente,

a desarrollar lo que ahora se denomina sociología de las emociones, enfoque que se interesa por comprender “cómo las emociones están reguladas por la cultura y la estructura social y cómo la regulación emocional afecta a los individuos, grupos y organizaciones” (Wharton, 2009: 148).

La autora define el trabajo emocional como la inducción o represión de sentimientos “con el fin de mantener el semblante externo que produce el estado mental adecuado en los demás, en este caso, la sensación de ser atendido en un ambiente agradable y cordial” (Hochschild, 2003:7). De acuerdo a la autora, en el capitalismo de los servicios las compañías se clasifican y diferencian entre sí según “la calidad de servicio que ofrece su personal” (Hochschild, 2003: 6). Por lo tanto, las emociones dentro de una actividad laboral se venden por un salario y tienen valor de cambio con el propósito de agradar, convencer o cuidar a los clientes.

La emoción o el sentimiento es definido por la autora como un sentido que se experimenta cuando “las sensaciones corporales se unen a lo que vemos o imaginamos” (Hochschild, 2003: 17), funciona, en consecuencia, como una pista que “filtra la evidencia sobre la relevancia personal de lo que vemos, recordamos o fantaseamos” (Hochschild, 2003: 28). Sin embargo, lo que posibilita que las emociones puedan ser vendidas y compradas en un contexto laboral es que “somos capaces de disfrazar lo que sentimos, de fingir sentir lo que no sentimos” (Hochschild, 2003: 33). Por ello, en este tipo de trabajos es necesario “despertar un sentimiento que deseábamos tener, y otras veces tratamos de bloquear o debilitar un sentimiento que deseábamos no tener” (Hochschild, 2003. 43).

Las emociones y sentimientos no son solo actos privados, sino que “se utilizan en intercambios bajo la guía de las reglas del sentimiento” (Hochschild, 2003: 17). Las reglas de sentimientos son aquellas prescripciones sociales que establecen las reglas de exhibición del comportamiento adecuado y que dentro de la actividad laboral *trasmutan* (Hochschild, 2003: 17) en función de los requerimientos organizacionales. De acuerdo a eso, “las reglas de los sentimientos son las que guían el trabajo de las emociones al establecer el sentido

de derecho u obligación que gobierna los intercambios emocionales” (Hochschild, 2003: 56).

Para tratar de compatibilizar las reglas de los sentimientos con los propios sentires, se llevan a cabo actuaciones que se dan principalmente de dos formas: *actuaciones superficiales*, con las cuales “engañamos a los demás sobre lo que realmente sentimos” (Hochschild, 2003:33); en esa actuación “intentamos cambiar nuestra apariencia exterior [...] la acción está en el lenguaje corporal, la burla fingida, el encogimiento de hombros posado, el suspiro controlado” (Hochschild, 2003: 35). En cambio en la *actuación profunda* “la exhibición es un resultado natural de trabajar en los sentimientos” (Hochschild, 2003: 35).

Para desarrollar los conceptos de acción superficial y acción profunda, Hochschild toma de Goffman (2001) su análisis sobre las *máscaras*, es decir, el uso que los sujetos hacen de su capacidad para crear apariencias observables que compatibilicen con las exigencias sociales. En ese sentido, la autora se pregunta para el caso de las azafatas ¿dónde comienza la persona y termina el actor? (Hochschild, 2003). La discusión con Goffman radica en que Hochschild sugiere que si bien los sujetos son capaces de modificar la forma en la que aparecen exteriormente –*actuación superficial*– durante las interacciones, también se llevan a cabo acciones profundas –*actuación profunda*– en las que no se intenta *parecer*, sino que las emociones se sienten verdaderamente, es decir, que se forma una correspondencia entre el sentimiento y la apariencia observable. La crítica a Goffman (2001), por ello, es que el autor no considera la necesidad, por parte de los sujetos, de exhortar a los sentimientos o a la imaginación entrenada para mostrar apariencias observables que compatibilicen con las reglas sociales de los sentimientos. Para explicar esa cuestión, la autora complementa el análisis de Goffman con el concepto de *actuación profunda*.

Es de todo este sistema emocional – reglas de sentimiento, acción superficial, acción profunda – del que se apropian los capitalistas o empleadores para transmutarlas en instrumentos o herramientas de trabajo. De acuerdo a Hochschild, esto genera que el o la

trabajadora pierda el derecho de a la ira - por ejemplo - que puede causarle una interacción complicada con un cliente, en tanto “el trabajo de la emoción ya no es un acto privado sino un acto público, comprado por un lado y vendido por el otro” (Hochschild, 2003: 118).

El trabajo de Hochschild sobre azafatas de vuelos comerciales que las aerolíneas capacitan para lidiar con las exigencias que implica la interacción con los pasajeros, explica cómo en las actividades que requieren trato directo con el cliente en la producción del servicio, se vende y se aliena el sistema emocional del trabajador. Define en qué consisten dichas capacitaciones que, en términos generales, se caracterizan por indicarles cómo manejar sus emociones cuando un cliente es grosero, despectivo o insolente durante un vuelo. La técnica consiste en que las azafatas deben crear una situación imaginada en la que intentan ponerse en el lugar del cliente y encontrar razones para explicar el trato desigual que produce la relación subordinada entre trabajador y cliente, es decir justifican emocionalmente al pasajero imaginando que quizá tuvo un mal día, que son como niños pequeños, o pueden imaginarlos como invitados de sus casas, para no perturbarse ellas interiormente y controlar al mismo tiempo alguna reacción del pasajero. A esto se le denomina *gestión institucional de las emociones*:

En la vida privada, somos libres de cuestionar el tipo de cambio actual y de negociar uno nuevo. Si no estamos satisfechos, podemos irnos; muchas amistades y matrimonios mueren de desigualdad. Pero en el mundo laboral público, a menudo es parte del trabajo de un individuo aceptar intercambios desiguales, ser tratado con falta de respeto o enojo por parte de un cliente, al mismo tiempo que se cierra en la fantasía la ira con la que uno quisiera responder. Donde el cliente es el rey, los intercambios desiguales son normales. (Brook, 2016: 12).

Hochschild afirma que el costo de vender las emociones en el trabajo es la propia capacidad de sentir. Sostiene que el trabajo emocional de las azafatas dejó en ellas una sensación de ser falsas o poco sinceras y, por tanto, desarrollaron una postura instrumental

hacia sus sentimientos, lo que crea una *disonancia emocional* que implica una disociación entre las emociones sentidas y las emociones expresadas bajo los requerimientos de la empresa (Hochschild, 2003), por lo que “el trabajador percibe una desigualdad entre las demandas situacionales exigidas por la organización y sus características individuales” (Gracia, Ramos y Molinere, 2014: 1519).

A partir del estudio de Hochschild se desarrolló una gama de investigaciones para indagar si efectivamente, o en qué medida, los trabajadores emocionales se distancian de sus emociones al ponerlas en juego durante la prestación del servicio. Si bien Hochschild enfatiza una visión pesimista sobre las consecuencias del trabajo emocional, en tanto su realización puede producir “agotamiento, sensación de timidez y muerte emocional” (Brook, 2016: 15) otras investigaciones “rechazan la noción de que la experiencia de tener las emociones propias como mercancía es intrínsecamente alienante” (Brook, 2016: 8) en tanto el trabajo de interacción con los clientes puede ser subjetivamente satisfactorio para el o la trabajadora en función de que estos tienen el poder de ejercer “un grado significativo de libre elección emocional debido a la medida muy limitada en que las emociones pueden ser mercantilizadas”(Bolton citado en Brook, 2016: 9).

Por ejemplo, Wharton (2009:150) considera que si bien existen riesgos potenciales en el sistema emocional de los trabajadores de los servicios, también manejan estratégicamente las interacciones “para resistir la degradación y ganar poder y dignidad en el trabajo”. Wharton ejemplifica a través de un estudio de Paules (Wharton, 2009: 149-150) entre trabajadoras camareras quienes:

Aunque estigmatizadas por las imágenes de servidumbre en torno al trabajo del restaurante, las camareras [...] no se vieron afectadas negativamente por sus interacciones con los clientes. En cambio, vieron su capacidad para manejar sus emociones como una habilidad valiosa que podría usarse para ganar ventajas en el equilibrio de poder con los clientes (Wharton, 2009:150).

Sin embargo, Hochschild también señala que los sentimientos pueden ser comercializados con éxito, es decir, que el trabajador no sienta falsedad en su interacción con el cliente sino que experimente satisfacción por el trabajo o la interacción que ha llevado a cabo, aspecto que se encontró en el trabajo de las edecanes de esta investigación, como se verá en los capítulos subsecuentes. Por ello desarrolla la noción de *actuación profunda* ya que esta “es una ayuda para hacer esto, no una fuente de distanciamiento” (Hochschild, 2003: 137).

En ese sentido, para Humphrey, Ashforth y Diefendorff (2015: 749) expresar emociones durante la realización del proceso de trabajo “puede ser beneficioso para los empleados, las organizaciones y los clientes” en tanto que “a diferencia de la acción superficial (fingir emociones), la acción profunda no daña el bienestar de los empleados, y la acción profunda se relaciona positivamente con la satisfacción laboral, el compromiso organizacional, el desempeño laboral y la satisfacción del cliente”. Incluso estos autores sugieren una tercera categoría que denominan *trabajo emocional natural y genuino* que utilizan para explicar que “en muchos casos, las emociones naturales y espontáneas de los trabajadores de servicios cumplen con las expectativas sociales y las reglas de exhibición organizacional de manera que no tienen que convocar deliberadamente las emociones correctas” (Humphrey, Ashforth, y Diefendorff, 2015: 751).

Ello implica que cuando los trabajadores se identifican fuertemente con el rol que deben cumplir durante la realización del proceso de trabajo, no generan las disonancias emocionales encontradas por Hochschild, sino que sienten estar siendo fieles a sí mismos, lo que se convierte en una afirmación de identidad (Humphrey, Ashforth, y Diefendorff, 2015: 755).

El trabajo de Hochschild también abrió diferentes cuestiones que se extendieron más allá del control emocional, y que enfatizan la importancia que adquieren cuestiones como el género, la pertenencia de clase y las adscripciones étnicas en los trabajos de servicios (Wharton, 2009: 152). Como indica Brook a partir de la perspectiva del trabajo emocional se desarrolló un debate feminista “que se centra en la mercantilización del

género de las organizaciones emocionales, reproducidas socialmente y en la feminización relacionada con la mayor parte del trabajo en los servicios” (Brook. 2016: 8).

Humphrey, Ashfort y Diefendorff, (2015) por ejemplo, distinguen entre las *reglas de los sentimientos* propuestas por Hochschild, y las *reglas de exhibición* en tanto estas últimas:

Implican que las organizaciones están principalmente preocupadas por controlar las apariencias externas y están menos enfocadas en los estados internos de los empleados. La última definición también requiere un cambio en la definición de trabajo emocional para enfatizar la regulación de la conducta en oposición a los sentimientos, (Humphrey, Ashforth, Diefendorff, 2015: 751).

Wharton (2009: 155) también señala que el trabajo de Hochschild abrió una línea de investigación que enfatiza las demandas interactivas de los trabajos sobre el trabajo emocional.

En ese sentido, como se ha mostrado en este apartado, la importancia que el trabajo de Hochschild representa para los estudios de los trabajos inmateriales en los servicios radica en que además de que su investigación dio lugar a un importante cúmulo de investigaciones que buscan demostrar o refutar la importancia sus hallazgos sobre la *disonancia emocional*, abrió otras dimensiones que también son relevantes para comprender los diversos elementos constitutivos de las actividades que implican interacciones con los clientes.

Aunque las críticas son importantes y han permitido desarrollar elementos relevantes no contemplados por Hochschild, debe enfatizarse que la autora acento muchas pistas al respecto. Menciona, entre ellas, los requisitos corporales y estéticos que son exigencia para las azafatas, así como el sesgo de género y el componente sexual que presenta el trabajo: “de modo que el anuncio sexualizado carga a la azafata con otra tarea, más allá de ser inefablemente servicial y abierta a solicitudes: debe responder a las fantasías sexuales de los pasajeros” (Hochschild, 2003: 94). No obstante, el interés de la autora se centra en el trabajo emocional y en general una teoría social de la emoción; desarrollar cada uno de los aspectos adicionales quizá hubiera representado un trabajo en sí mismo.

Para mi investigación, la perspectiva de Hochschild fue útil principalmente porque permitió comprender que, en el trabajo de las edecanes, las agencias establecen ciertas *reglas de sentimientos* como requisitos para realizar eficientemente el proceso de trabajo. Esas reglas de sentimientos están principalmente asociadas a concepciones de género sobre las mujeres (aspecto central en los siguientes capítulos): por un lado mostrarse y ser amables, sonrientes, alegres, animadas, por otro eróticas, altamente sexuales y dispuestas a satisfacer las fantasías de los hombres –lo que no implican trabajo sexual– y por otro ser dulces, tiernas, inocentes y cálidas (para las más jóvenes).

Es decir, como indica Hochschild, los trabajos interactivos establecen cierto tipo de exhibición emocional como parte de los requisitos del trabajo, así como ciertas reglas de exhibición como sugieren Humphrey, Ashfort y Diefendorff, que se relacionan con el control de ciertas formas de vestir, maquillarse y mostrar el cuerpo también vinculadas a concepciones de género –especialmente como mujeres sensuales o eróticas– lo que “explora las ideologías de género, reproduciendo supuestos naturalizadores sobre las capacidades innatas” (Wolkowitz, 2006: 77) de las mujeres, en el caso de las edecanes a partir del uso de su erotismo o de la amabilidad y la cortesía.

Asimismo, la perspectiva sobre el trabajo emocional es de utilidad para identificar que, en ciertas circunstancias, las edecanes deben incitar ciertos estados emocionales en los clientes, es decir, para incentivarlos a comprar o asistir a algún evento deben hacerles sentirles que son especiales, deben exaltar su libido, despertar su erotismo y en general hacerlos sentir únicos para ellas.

Si bien no fue el propósito de esta investigación indagar sobre posibles disonancias emocionales, sí fue posible identificar que en el trabajo de las edecanes les es alienada su posibilidad de responder frente a ciertas situaciones que son comunes dentro de la realización de la actividad, principalmente situaciones parecidas al acoso sexual, desde situaciones como tocamientos, hasta cuestiones más delicadas como son la exhibición de partes del cuerpo de los consumidores, que ellas deben gestionar sin enojarse o mostrar ira, sino más bien calmarse e ignorar el acto o indicarles amablemente que están siendo descorteses.

Por último, a través de las críticas y aportaciones realizadas a Hochschild, fue posible identificar que para el caso de las edecanes prevalecen la importancia de las habilidades interaccionales por sobre las regulaciones emocionales debido a que la interacción directa con el cliente no es tan cercana o tan duradera como para el caso de las azafatas, en ese sentido Nieto (2017) indica que:

Son precisamente estas capacidades subjetivas, esos recursos psíquicos y afectivos –que los jóvenes trabajadores han adquirido y acumulado a lo largo de su biografía– los que el capital reconoce como *fuerza de trabajo emocional* y convierte su potencial valor de uso en valor de cambio, en fuerza de trabajo emocional. Para apropiarse de estos recursos selecciona, de entre todos los solicitantes de empleo, sólo aquellos que sean “empáticos” es decir, que posean “habilidades sociales”, “vocación de trabajar en grupo”, “facilidad de palabra”, “capacidades comunicativas”, “trato amable” y “disposición de cooperación y servicio”. Tales trabajadores son disciplinados en los espacios y jornadas laborales donde se efectúa el trabajo emocional; al hacerlo, el capital disciplina a jóvenes, hombres y mujeres, para regular tanto las emociones propias como las ajenas presentes en su trabajo (Nieto, 2017: 44).

1.3.2 Trabajo y sociología del cuerpo

Como se mencionó en el primer apartado de este capítulo, el análisis sobre el cuerpo, por un lado, y el análisis de los procesos de trabajo, por el otro, han corrido más o menos distanciados y, por tanto, han producido conocimiento e intereses diferentes. De acuerdo a Wolkowitz (2006), la ausencia sobre la dimensión corporal en los estudios sobre el trabajo corresponde a que “la mayoría de las actividades que sirven directamente al cuerpo [...] históricamente han sido realizadas por sirvientes y esclavos, o mujeres en su papel de esposas y madres, es decir, fuera del mercado de trabajo y no visible públicamente como trabajo en absoluto” (Wolkowitz, 2006: 14). Esta es una crítica fundamental para la sociología del trabajo en tanto ha mantenido al margen actividades fundamentales para el desarrollo capitalista por no considerarlas como actividades laborales en sí mismas, y

probablemente por estar constituidas principalmente por mujeres, además del desinterés por actividades que no estuvieran industrializadas o maquinizadas.

Por su parte, de acuerdo a la misma autora, el alejamiento de la sociología del cuerpo de los estudios sobre procesos de trabajo, se debe por un lado, desde la perspectiva feminista, a que el propio “paradigma de la producción excluía muchos de los temas de mayor preocupación para las mujeres” (Wolkowitz, 2006: 17) pero también debido al “giro cultural, más amplio en la sociología y el feminismo, el enfoque en “las palabras y no las cosas”, la asociación de la identidad con el consumo en lugar de la producción, y una visión del cuerpo como el producto de la elección del consumidor” (Wolkowitz, 2006: 17).

En ese sentido, con la noción de *trabajo corporal* se han estudiado principalmente las técnicas corporales ejercidas por los propios sujetos a través de dietas, ejercicios, cirugías estéticas y otros tratamiento de belleza y “rara vez se usa para referirse al trabajo de trabajadores asalariados en el cuerpo de otros” (Wolkowitz, 2006: 17).

De acuerdo a Wolkowitz (2006), el autor que ha sido más influyente para el desarrollo de la sociología del cuerpo ha sido Foucault debido a que “su teorización de la gestión de la vida social considera que el poder se dirige al individuo principalmente a través de su cuerpo” (Wolkowitz, 2006:19).⁹ Del instrumental teórico de Foucault, se ha desarrollado toda una perspectiva sobre cómo el disciplinamiento del cuerpo durante el desarrollo capitalista ha sido amoldado a través de diferentes técnicas de control para convertirlo en cuerpo dócil y en algunos casos capacitado para soportar extenuantes jornadas laborales.¹⁰ Para estas perspectivas, “los cuerpos son entidades físicas u

⁹ De acuerdo a Federici (2010) el análisis de Foucault “sobre las técnicas de poder y las disciplinas a las que el cuerpo se ha sujetado ignora el proceso de reproducción, funde las historias femenina y masculina en un todo indiferenciado y se desinteresa por el “disciplinamiento” de las mujeres, hasta tal punto que nunca menciona uno de los ataques más monstruosos contra el cuerpo que haya sido perpetrado en la era moderna: la caza de brujas” (Federici, 2010: 14).

¹⁰ Al respecto Federici hace la siguiente mención: “En particular, las feministas han sacado a la luz y han denunciado las estrategias y la violencia por medio de las cuales los sistemas de explotación, centrados en los hombres, han intentado disciplinar y apropiarse del cuerpo femenino, poniendo de manifiesto que los cuerpos de las mujeres han constituido los principales objetivos –lugares privilegiados– para el despliegue de las técnicas de poder y de las relaciones de poder. Efectivamente, la enorme cantidad de estudios feministas que se han producido desde principios de los años setenta acerca del control ejercido sobre la función

organismos ubicados en procesos biológicos y fisiológicos, objetos simbólicos transformados por la cultura y representados por imágenes de diversa índole” (Wolkowitz, 2006:16). De acuerdo a Foucault:

El cuerpo solo se convierte en fuerza útil cuando es a la vez cuerpo productivo y cuerpo sometido. Pero este sometimiento no se obtiene por los únicos instrumentos ya sean de la violencia, ya de la ideología, puede muy bien ser directo, físico, emplear la fuerza, obrar sobre los elementos materiales, y a pesar de todo esto no ser violento; puede ser calculado, organizado, técnicamente reflexivo, puede ser sutil, sin hacer uso ni de las armas ni del terror, y sin embargo permanecer dentro del orden físico (Foucault, 1996: 33).

Asimismo, el autor afirma que: “el cuerpo está también directamente inmerso en un campo político; las relaciones de poder operan sobre él una presa inmediata; lo cercan, lo marcan, lo doman, lo someten al suplicio, lo fuerzan a otros trabajo, lo obligan a unas ceremonias, exigen de él unos signos” (Foucault, 1996: 32).

Indica Wolkowitz que si en Marx lo que explica la constitución del modo capitalista de producción es la apropiación de la fuerza de trabajo, Foucault centra su interés en lo que denominó el *biopoder* que concibe como “el manejo cada vez más racionalizado de la materia biológica a través de tecnologías de vigilancia, conocimientos expertos y medidas correctivas” (Foucault citado en Wolkowitz, 2006: 19).

Aunque las perspectivas aludidas parten de las transformaciones en el mundo del trabajo, el análisis se aleja del mismo para centrarse en el cuerpo, por lo que el interés principal es el reconocimiento de técnicas de disciplinamiento implementadas para

reproductiva de las mujeres, los efectos de las violaciones y el maltrato y la imposición de la belleza como una condición de aceptación social, constituyen una enorme contribución al discurso sobre el cuerpo en nuestros tiempos, y señalan la errónea percepción, tan frecuente entre los académicos, que atribuye su descubrimiento a Michel Foucault” (Federici, 2010: 27).

controlarlo. Es decir el interés de estos estudios está en cómo las corporaciones reconfiguran el cuerpo para aumentar su utilidad en el trabajo.

Por ello, la sociología del cuerpo ha sido ampliamente desarrollada por las feministas, quienes han denunciado enérgicamente el papel específico que el cuerpo de las mujeres ha tenido en el desarrollo histórico del auge del capitalismo industrial como reproductoras de la fuerza de trabajo (Federici, 2010). Las perspectivas feministas y las que describen la relevancia de los trabajos interactivos, nos han legado una serie de datos relevantes sobre la especial participación de las mujeres en la economía capitalista y sobre la construcción del mercado de trabajo a partir de ejes de análisis transversales como son la edad, la pertenencia étnica, la pertenencia de clase, el fenotipo, o las disposiciones encarnadas (Wolkowitz, 2006: 74).

En primera instancia, los estudios sobre género y trabajos feminizados coinciden en resaltar la importancia de las diferentes asignaciones culturales asociadas a lo femenino y a lo masculino y cómo esos signos diferenciados son capaces de configurar las opciones profesionales, la construcción social de la ocupación y las disposiciones asignadas dentro de los procesos de trabajo (Guadarrama, 2007; Wolkowitz, 2006). La preocupación, principalmente de académicas, por las ocupaciones de las mujeres en México proviene de las transformaciones estructurales que impactaron en el rol preponderante en la economía que iniciaron a partir de los años ochenta del siglo XX con los estudios realizados sobre actividades agrupadas en la economía de servicios (Landa y Marengo, 2011; Guadarrama, 2007; Pacheco, 2007; Todaro y Yañez 2004). Sin embargo la discusión se remonta a los años setenta en la que primariamente se enfatizó la especificidad del papel de las mujeres en los ámbitos de la reproducción del capitalismo desde un enfoque histórico (Federici, 2010; Todaro y Yañez, 2004). Así, durante la década de los setenta, Hartmann (citada en Pacheco, 2007) sostuvo que una de las bases que fundamenta la opresión y subordinación de las mujeres se encuentra en la división sexual del trabajo, categoría que refiere a la asignación de tareas sociales de forma diferenciada según el sexo (Pacheco, 2007: 67).

Los estudios indicados distinguen tres formas en la que las mujeres han participado de la reproducción del conjunto de las fuerzas productivas a lo largo del desarrollo capitalista (Todaro y Yañez, 2004: 21). La primera contribución que reconocen es el papel de las mujeres en el aprovisionamiento a través de la reproducción biológica de los seres humanos que serán explotados por el capital. Se refiere a la dimensión de la reestructuración y usos diferenciados del cuerpo con el advenimiento de la revolución industrial. La segunda forma en que las mujeres han participado en la reproducción histórica del capital se refiere a los aspectos indispensables para mantener con vida a los futuros explotados: su crianza, cuidados y atenciones necesarias para desarrollar un sujeto socialmente funcional. Es el “proceso por el cual esos seres humanos se convierten en trabajadores. Incluye la educación, la transmisión de técnicas de producción, la formación de la disciplina laboral” (Todaro y Yañez, 2004: 21) Por último, las mujeres han participado de la reproducción social a través del sostenimiento de las estructuras básicas que reproducen el conjunto de la sociedad, como serían el mantenimiento de la estructura familiar, la transmisión de pautas de vida religiosa y moral. (Todaro y Yañez, 2004: 21).¹¹

Pero a partir de los años ochenta se consolidó el reconocimiento de que las mujeres cobraban una nueva importancia en el seno de una economía de servicios creciente, en la que actividades antes resueltas en el ámbito doméstico se exteriorizaban y formaban parte de un conjunto de actividades autónomas y asalariadas que implicaban el cuidado de los otros, del cuerpo de los otros. En ese sentido las actividades asalariadas en las que pueden insertarse las mujeres son labores domésticas y reproductivas ahora mercantilizadas, labores que requieren para su realización de disposiciones históricamente asociadas a lo femenino (Landa y Marengo, 2011; Guadarrama, 2007; Pacheco, 2007; Todaro y Yañez, 2004).

¹¹ En ese sentido, durante la primera etapa de los estudios de las mujeres en el trabajo, se enfatizó el aporte y relegamiento de las mujeres en los ámbitos domésticos, familiares o privados. Esto ha implicado el reconocimiento sobre cómo las mujeres han desempeñado un papel fundamental para efectivizar la consolidación del desarrollo industrial (Federici, 2010).

Esto implica la dificultad que las mujeres han encontrado para insertarse en actividades históricamente asignadas a los hombres o asociadas a lo masculino, situación que ha derivado en otra de las expresiones de esta división sexo genérica: la amplia proletarización de la mano de obra de mujeres en industrias altamente precarias como es la industria textil, o la industria del calzado. Es decir la proletarización de la mujer ha implicado su inserción en actividades ahora industriales anteriormente pertenecientes al ámbito doméstico realizadas por mujeres. Esas industrias altamente precarias han reproducido la pauperización de las condiciones de vida de las mujeres y también de las comunidades en donde se asientan las manufacturas. No obstante, son altamente lucrativas y forman parte de las actividades más relevantes dentro de la economía, por las enormes ganancias para los capitalistas, tanto por su condición de industria altamente precarizada, como por el amplio consumo de la moda por los compradores de ropa, joyas y calzado en el mundo.

Como indica Guadarrama (2007), la creciente externalización del trabajo desde los países industrializados hacia economías dependientes se enlaza fuertemente con la precarización de la fuerza de trabajo femenina. Por tanto las actividades realizadas por ellas regularmente se encuentran en los escalafones más bajos de las cadenas productivas.

Las autoras documentan que la participación femenina en actividades como el servicio doméstico, los servicios personales de cuidados, las vendedoras de productos a pequeña escala, dependientas, ambulantes, oficinistas, trabajadoras de la educación, sin olvidar la cadena de trabajos sexualizados y de prostitución, son la norma para las mujeres, en contraste con las actividades en las que la participación masculina es predominante como en la agricultura, los obreros y peones, conductores de maquinaria móvil y de medios de transporte. Concordamos en que, como indica Pacheco:

Es claro que a principios de este siglo aún prevalece un patrón muy diferencial de participación femenina y masculina, esto no sería un problema si esta diferencia no se tradujera en desigualdad, pero es evidente que la segregación

ocupacional por sexo nos remite a procesos de discriminación y exclusión social (Pacheco, 2007: 72).

Reconocemos en esta tesis, sin embargo, que esta división sexo genérica se expresa de forma diferenciada según la clase de la que provienen las mujeres. Es el caso de las mujeres más vulnerables y empobrecidas quienes sufren las peores consecuencias de esta organización económica global.

Por su parte, la intersección entre la perspectiva de la sociología del cuerpo con algunos elementos de la sociología del trabajo, ha dado lugar a diversas interpretaciones sobre la configuración de los trabajos interactivos que ayudan al entendimiento de los elementos particulares de la economía de servicios, especialmente las demandas corporales exigidas en la construcción del mercado de trabajo. Wolkowitz (2006) se inscribe en las perspectivas que ven en el cuerpo el centro de la nueva estrategia de acumulación, consistente en la reconfiguración de los cuerpos para ser útiles en el trabajo y también consideran que la base de la economía se da a través de las actividades que emergen para el cuidado del cuerpo de los otros.

De acuerdo a Wolkowitz, las perspectivas que cambiaron el énfasis de la dimensión emocional planteada por Hochschild por la dimensión corporal, lo hicieron “interesados en la personificación del género en el trabajo, resaltando especialmente la (hetero) sexualización de los cuerpos de las mujeres” (Wolkowitz, 2006: 81) posición que corresponde a las feministas materialistas; mientras las feministas posestructuralistas ven en la sexualidad una oportunidad para ejercer poder. Sin embargo indica que:

En general, las feministas se han identificado con las percepciones más pesimistas, argumentando que el paquete de servicios al cliente explota las expectativas de la heterosexualidad normativa y encierra a las mujeres en roles sumisos e hiperfemeninos [...] La investigación sobre los servicios al cliente es particularmente importante porque muestra cómo, en muchos casos, los

empleadores esperan que las trabajadoras utilicen su género y (hetero) sexualidad para aumentar las costumbres y las ganancias halagando a los clientes masculinos, aunque esto es mucho más fuerte en algunas secciones de la atención al cliente que en otras (Wolkowitz, 2006: 81).

Este es también un hallazgo relevante de la sociología del cuerpo: la centralidad de la sexualidad además del género como un requisito implícito en las especificaciones del trabajo. Adkins (Wolkowitz, 2006: 82) quien estudió a las mujeres en la industria del ocio encontró que esas actividades sugieren códigos específicos de vestimenta y maquillaje que simbolice su disponibilidad heterosexual, requisitos principalmente para las mujeres.¹²

En ese sentido la perspectiva propiamente sobre el trabajo corporal se ha extendido para clarificar cómo es que las corporaciones, o los empleadores, procuran:

Hacer que el cuerpo sea más visible en el trabajo de servicio al cliente a través de un enfoque de las cualidades estéticas del cuerpo, incluyendo el comportamiento, el estilo, el acento, la voz y el deseo sexual. De hecho, esto concierne a todos los aspectos del cuerpo que atraen a los sentidos y no solo a una preocupación por la "belleza", como a veces se entiende el término "estética" (Wolkowitz, 2006: 86).

De este modo, las perspectivas del trabajo corporal, enfatizan en primer lugar los componentes sensibles – verse bien, sonar bien, disposiciones encarnadas – más allá de la fabricación del sentimiento (Wolkowitz, 2006: 86).

¹² Al respecto Wolkowitz indica que: “Adkins sugiere que los trabajos de las mujeres en los sectores de la hospitalidad y el ocio requieren un trabajo que los hombres no: se espera que las mujeres sirvan como depositarias de los deseos masculinos, lo que a su vez necesita formas particulares de vestirse y maquillarse que garanticen que se las considere disponibles heterosexualmente. A Adkins le preocupaba principalmente la apropiación de la sexualidad de la mujer por los hombres en sus funciones como empleadores, clientes o compañeros de trabajo (aunque) las mujeres son capaces de negociar con sus desempeños de género sus propios intereses” (Wolkowitz, 2006: 82).

En lo que concierne a mi investigación, la perspectiva de la sociología del cuerpo es relevante en tanto me ha permitido considerar la relevancia de algunos de los aspectos de la construcción del mercado de trabajo en la actividad de las edecanes. Por un lado, porque se pudo hacer significativa la considerable participación de mujeres con respecto a los hombres —lo que se detalló en la introducción— así como problematizar la dimensión etaria en la cual se encontraron algunas particularidades asociadas al trabajo corporal, ya que si bien la actividad está orientada a la explotación de jóvenes mujeres —de entre 18 a 25 años— se identificó en el trabajo de campo que el factor juventud no está totalmente constreñido a la edad biológica de las trabajadoras, en tanto es factible permanecer por varios años en el trabajo siempre y cuando exista un disciplinamiento del cuerpo y de las actitudes que enfaticen la imagen de lo juvenil. Ello implica que en el edecanaje pueden trabajar mujeres biológicamente ya no consideradas como jóvenes —mayores de 35 años— pero eso es factible únicamente si en su físico y en su comportamiento se mantienen jóvenes. Esto transforma la noción de juventud, de una noción estrictamente biológica a una social y cultural, aspectos que se tratan en el tercer capítulo.

En cuanto a los aportes de las investigaciones feministas sobre la dimensión corporal, fue posible identificar en el trabajo de las edecanes la explotación de “la heterosexualidad normativa (que) encierra a las mujeres en roles [...] hiperfemeninos” (Wolkowitz, 2006: 81) a través de diferentes usos del cuerpo y las emociones —mostrarse amables, sonrientes, eróticas y sexuales— y a través de diferentes formas de exhibición del cuerpo mediante maquillaje y vestimenta marcadamente erótica, durante la realización del proceso de trabajo.

Asimismo, como para otros trabajos en los servicios, en la actividad de las edecanes, como se verá en esta tesis, se utiliza el género y la (hetero) sexualidad “para aumentar las ganancias halagando a los clientes masculinos” (Wolkowitz, 2006: 81) durante la realización de la representación laboral sostenidas por las *reglas de sentimiento* (Hochschild, 2003) que enfatizan las agencias, mostrándose alegres, amables, tiernas, sonrientes y eróticas y a través de las *reglas de exhibición* (Humphrey, Ashfort y Diefendorff, 2015).

Con apoyo de la literatura reseñada fue posible también enfatizar el trabajo corporal de las edecanes, es decir, “el tiempo, el esfuerzo y los recursos dedicados a mantener un estado particular de encarnación, adicional a sus otras obligaciones laborales” (Tyler y Hancock 2001 en Wolkowitz, 2006: 82). Encontré que el trabajo corporal que se requiere para poder participar en el mercado del edecanaje es sumamente específico en tanto los empleadores detallan, rígidamente, formas de cuidarlo y presentarlo a partir de indicaciones sobre tallas, medidas, formas del cuerpo específicas, para segmentar la ocupación y pagar salarios de forma estratificada: el empleador “requiere que las trabajadoras produzcan una estética femenina, que se vean «refinadas» y sexualmente atractivas, no solo limpias y presentables, como es el caso de los hombres” (Wolkowitz, 2006: 82), aspecto que fue corroborado en mi investigación. Esto lo llevan a cabo las edecanes a través de diversas disciplinas corporales como son dietas, ejercicios, la aplicación de técnicas corporales para el cuidado de la piel y el cabello, y través de uso de ropas ceñidas al cuerpo que lo resaltan y lo hacen lucir atractivo a la mirada. Así se recrea la fantasía de que las edecanes están disponibles heterosexualmente. Las perspectivas del trabajo corporal también fueron un incentivo para acercarnos a la propuesta de Foucault, y retomar un conjunto de conceptos que fueron muy relevantes para comprender los aspectos que están puestos en el trabajo de las edecanes y que se describen a continuación.

1.3.2.1 El herramental teórico de Foucault

Foucault es considerado un autor post-estructuralista, quien nutre su propuesta de los estructuralistas influidos por la lingüística de Saussure, quien a su vez estudiaba, no la *lengua*, sino el *habla* como un sistema de signos lingüísticos arbitrarios que nos pertenece a todos los hablantes pero que, paradójicamente, es independiente de la voluntad de los individuos (Saussure, 1996). De él, Foucault retoma y reformula para la construcción de su argumentación algunos principios elementales. Así, mientras para Saussure “el lenguaje es considerado como separable de manera absoluta de un mundo vital extralingüístico” (Moebius, 2012: 527), para Foucault las estructuras discursivas son separables de los

individuos, es decir, no dependen de ellos para su existencia. El estructuralismo, en términos generales, considera a la sociedad como un tejido de relaciones que se determinan mutuamente, formado por elementos con posiciones específicas dentro del sistema. Se ha acusado injustamente al estructuralismo de proponer que el papel del sujeto aparece supeditado a las estructuras y a los símbolos, los estructuralistas aparentemente están interesados en desentrañar las leyes universales que preceden a los sujetos. Por ello se supone que, para los estructuralistas, la subjetividad corresponde a la identificación de los sujetos dentro de una serie de órdenes simbólicos. Su interés está puesto en el estudio de las estructuras en equilibrio (Moebius, 2012: 526-532).

Foucault, frente a este discurso hegemónico, enfatiza las estructuras independientes, la clasificación simbólica, pero no las considera como sistemas cerrados, sino como cadenas abiertas de signos con posibles transformaciones en el tiempo (Moebius, 2012: 538-545). Los posestructuralistas, perspectiva a la que está adherido Foucault, ponen énfasis en las relaciones de poder y la contingencia frente a las *oposiciones binarias* (Lévi-Strauss, 1979) del estructuralismo. La praxis de la deconstrucción de Jacques Derrida, de acuerdo con Moebius (2012: 534-536), intenta invertir la jerarquía de pares opuestos propias de estructuralismo a través de la noción de la deconstrucción, la cual sostiene que la construcción de opuestos mantiene carencias de significado que pueden completarse contrastando los elementos de ambos, es decir, el posestructuralista rastrea los elementos excluidos dentro de la construcción binaria pues todo ordenamiento delimita con respecto de lo marginado (Moebius, 2012: 536).

Aunque Foucault no desarrolló una teoría del poder, éste puede entenderse en ese autor como una relación o una serie de fuerzas múltiples que se enfrentan unas a otras y que estructuran el orden de las cosas a través de diversos dispositivos que tienen la función de producir verdades (clasificar lo que es normal de lo que no lo es) con la capacidad de orientar los comportamientos individuales y colectivos sin el ejercicio de la coerción directa o la violencia física (Foucault, 2005, 1996). El poder, si seguimos las líneas trazadas por Foucault, está presente en todos los niveles de la sociedad y no solo pertenece a los capitalistas o a los sistemas estatales, sino que también es ejercido por los sujetos en sus

diferentes campos de acción. La concepción anterior a la década de los años sesenta del siglo xx sobre el poder, consistía en considerar a éste como un ejercicio propio del gobierno o los capitalistas quienes eran capaces de implementarlo sobre los ciudadanos o los trabajadores; la perspectiva de Foucault, en cambio, sugiere que las relaciones de poder se extienden a las prácticas de todos los sujetos sociales, es decir, está presente en las acciones de los individuos y se hace cuerpo expresándose en sus movimientos, sus expresiones, sus formas de estar, interpretar y percibir el mundo. Para el autor, el poder se expresa a través de *microfísicas* las cuales, en una de sus más importantes obras define como:

Estrategia que sus efectos de dominación no sean atribuidos a una “apropiación”, sino a unas disposiciones, a unas maniobras, a unas tácticas, a unas técnicas, a unos funcionamientos; que se descifre en él una red de relaciones siempre tensas, siempre en actividad más que un privilegio que se podría detentar [...] Hay que admitir, en suma, que este poder se ejerce más que se posee, que no es el “privilegio” adquirido o conservado de la clase dominante, sino el efecto de conjunto de sus posiciones estratégicas, efecto que manifiesta y a veces acompaña la posición de aquellos que son dominados (Foucault, 1996: 33).

Sin embargo, para el autor siempre en donde existe poder hay resistencia, como parte de la misma relación y en donde la resistencia es también una expresión de poder, por lo que, aunque el autor enfatiza el poder encarnado, también considera la capacidad de los sujetos para transformar el orden de las cosas. En ese sentido, Foucault no resalta las grandes revoluciones que tienen como propósito el desmantelamiento de un sistema económico o político, pues el poder no está localizado en un único centro, sino en aquellas “microrevoluciones” contra las instituciones disciplinarias, que son dispositivos, de la sociedad moderna, como es el sistema educativo o el sistema penal (Rojas, 2016: 47).

Los dispositivos disciplinarios operan a través de la construcción de discursos, que orientan la acción de los sujetos. Foucault mantiene una visión estructural de la realidad, pero a partir de esa visión se interesa por conocer cómo la estructura encarna en los sujetos y en ello los discursos son fundamentales. Foucault no ve a los sujetos subordinados a la

estructura sino como sujetos sujetos a la estructura. Los grandes campos del pensamiento de Foucault son *La arqueología del saber* y la *genealogía del poder*. Para abordar ambas cuestiones, Foucault estudió los discursos. Los discursos de saber poder son los mecanismos a través de los cuales se construyen mandatos individuales y sociales fincados en la noción de autoridad y de verdad contruidos a través de los propios discursos como formas de nombrar las cosas, lo que tiene efectos sociales (Foucault, 2005). En ese sentido, la noción de discurso en Foucault no debe ser considerada solo como una noción de saber o solo como una noción de poder. En todo momento, el saber y el poder constituyen los hechos que ordenan el discurso (Foucault, 2005). Es por ello que en el comportamiento social los discursos de saber poder son asumidos como verdades, es decir como pautas que orientan el comportamiento y no son, en consecuencia, entendidos socialmente como imposiciones, lo cual remitiría únicamente a la noción de poder. Ejemplos del saber poder, en el sentido que lo entiende Foucault, pueden verse con mucha claridad en la práctica médica: los médicos tienen poder sobre sus pacientes no porque los “dominen” sino porque ellos saben lo que le pasa al paciente y en cambio el paciente no lo sabe. Ese saber médico, le otorga poder a su portador y tiene efectos en la vida del paciente.

Los discursos organizan la vida y en consecuencia expresan relaciones de poder, pues son expresión de autoridad: la autoridad es exclusiva del que sabe (Foucault, 2005). El saber legitima la autoridad y, por lo tanto, el concepto clave de Foucault que interesa en esta tesis es el de *saber-poder*. Los discursos del saber poder normalizan las conductas, interiorizando pautas que orientan la acción y los pensamientos de las personas, quienes se salen de lo normal que está establecido por el saber poder, son los anormales, tales como los locos, los degenerados, los delincuentes, los desviados. Es decir, los discursos del saber poder clasifican lo que es normal y lo que es anormal, lo que es correcto e incorrecto y esto va cambiando históricamente.

Para Foucault, la realidad no existe independientemente de los discursos pues esos determinan las percepciones, el sentido de realidad y las experiencias de los sujetos. Foucault aclara que el análisis del discurso no se limita al conocimiento reducido de sus

signos, más bien los entiende “como prácticas que forman sistemáticamente los objetos de los cuales hablan” (Foucault, 2005: 74). Añade que es necesario recurrir a las regularidades históricas que se presentan en el cúmulo de expresiones dispersas que conforman el discurso, pues este no es una ordenación lineal sino que presenta discontinuidades y rupturas: “esto sucede por los ordenamientos regulares y las formas de estructuración de las proposiciones de una época, históricamente diferentes, que asignan un significado recíproco en su relación diferencial y constituyen esquemas de orden cognitivos autónomos” (Moebius, 2012: 539).

En ese sentido para Foucault, las estrategias del poder son tanto discursivas como no discursivas y denomina a estas como *dispositivos* a través de los cuales se disemina el poder, en tanto las prácticas discursivas y no discursivas crean el orden de las cosas. El autor ofrece una serie de categorías para mostrar los dispositivos que permiten identificar el orden de las cosas que acompañan a los discursos y que dispersan el ejercicio del poder. De esas categorías retomé para el análisis en mi investigación las *tecnologías políticas del cuerpo* y los *aparatos disciplinarios*.

Define la *tecnología política del cuerpo* como el saber no científico que opera para controlar los cuerpos sin un conocimiento necesariamente razonado sobre como ejercerlo, sino que lo ejercen las personas internalizadamente, como si estuviera dada por razones naturales o sociales inmutables ya establecidas; son una instrumentación multiforme de herramientas y procedimientos rara vez formulada en discursos (Foucault, 1996: 33). Por su parte, a los *aparatos disciplinarios* los entiende como: “métodos que permiten el control minucioso de las operaciones del cuerpo, que garantizan la sujeción constante de sus fuerzas y les imponen una relación de docilidad-utilidad, es a lo que puede llamarse disciplinas” (Foucault, 1996: 141).

Un ejemplo ilustrativo sobre los aparatos disciplinarios que el autor menciona en esa misma obra —y que además retomo porque resulta fundamental en esta investigación, lo que se verá puesto en juego en uno de los capítulos— es su concepción acerca del ejercicio físico como una técnica “por la cual se impone a los cuerpos tareas repetitivas y diferentes

pero siempre graduadas” que garantizan “en forma de continuidad y de coerción, un crecimiento, una observación, una calificación” (Foucault, 1996: 165).

El aparato teórico de Foucault fue útil en esta investigación, especialmente a través de su concepción de los discursos de saber- poder. Consideré que esta actividad se configura a partir de discursos sociales desprendidos del pensamiento dicotómico ordinario que opone a mujeres y hombres en femenino y masculino – cuestión se exponen en el capítulo IV. Específicamente se explica como los discurso dominantes sobre la feminidad entendida cómo las características físicas y de comportamiento que socialmente se establecen como adecuados de “ser mujer”, son recreadas en el campo del edecanaje para construir y organizar la actividad. Es a través del concepto de mujer- erótica (Lagarde, 2015) que explicamos el tipo de feminidad socialmente construida de la que se apropia la actividad para reclutar a mujeres que posean de alguna forma estas características.

Se encontró que en este trabajo, los esquemas de reclutamiento, los procesos y la organización del trabajo, se establecen a partir de discursos estéticos sobre las ideas binarias de belleza/fealdad, perfección/imperfección, salud/enfermedad, avalados por instituciones como la medicina estética o los medios masivos de comunicación, con la finalidad de “normalizar” y “naturalizar” la existencia de los sujetos, al mismo tiempo que definen la “anormalidad” y documentan los procesos de exclusión/discriminación para los diferentes” (Muñiz, 2011: 24). Este discurso sobre la belleza que se propaga a través de los medios masivos de comunicación, y que circula a través de los medios actuales de información como es el internet, en donde mujeres comparten fotografías naturales o retocadas y que pretenden mostrar la belleza asociada a la esbeltez, a la perfección y en donde, como en los medios tradicionales, se busca ocultar la imperfección y todo aquello que sale de la norma, todo lo que se pueda asociar con la fealdad. Estos medios pueden ser entendidos como tecnologías políticas que contribuyen a mantener y naturalizar el orden social de las cosas, en este caso las asociaciones históricas en la división sexo/genérica, donde las mujeres encarnan al “sexo bello”, es decir, estas actividades funcionan como reproductoras del género normativo y la heterosexualidad obligatoria (Wharton, 2009;

Wolkowitz, 2006; Hochschild, 2003; Witz, Warhurst y Nickson, 2003).

Los beneficiarios de los dispositivos disciplinarios ejercidos sobre las trabajadoras de las que trata esta investigación — dispositivos como son: el ejercicio realizado en los gimnasios, o cualquier otro mecanismo para potenciar y modificar al cuerpo; y las prácticas corporales como el cuidado mediante el uso de productos de belleza, la intervención de profesionales en tratamientos corporales o las cirugías estéticas— son los contratistas y contratantes de esta actividad laboral, quienes se “apropian” del cuerpo ahora convertido en fuerza productiva. El discurso estético, en ese sentido, permite conjuntar a un número importante de trabajadoras con determinadas características, así como flexibilizar la organización para la actividad y los honorarios de las trabajadoras, como se verá en esta tesis. De este modo describimos, a través de los conceptos de poder, tecnologías políticas del cuerpo y disciplina, los recursos culturales, y las incorporaciones a través del trabajo corporal que realizan las edecanes fuera de las jornadas laborales, que requiere la actividad para poder ser mercantilizable.

1.3.3 La perspectiva del trabajo estético

La perspectiva centrada en el trabajo estético se refiere al reconocimiento de las estrategias empresariales en la creación de una experiencia estética en la construcción de una mercancía o del propio servicio interactivo. Los actos estéticos pueden definirse como “configuraciones de la experiencia que crean nuevos modos de percepción sensorial” (Rancière: 2004: 9) o también como “el sistema de formas a priori que determina lo que se presenta a la experiencia sensorial” (Rancière, 2004: 13).

Sobre cómo la cuestión estética ha sido llevada al mundo del trabajo, y no solo como una expresión que se encuentra en el arte, es conveniente indicar “la experiencia sensorial de los artefactos de la organización, teniendo como referencia la materialidad de dichos objetos” (Da Cunha, Lima y Padua, 2016: 138). En ese sentido, el interés de las corporaciones por la apelación a las preferencias estéticas se dio, por un lado, al desarrollar

una *estética de la mercancía* (Haug en Da Cunha, Lima y Padua, 2016: 139) aspecto que intenta explicar como “la “belleza” —esa manifestación sensible y agradable al sentido— ha sido desarrollada por el capital y agregada a las mercancías para excitar el deseo de posesión y compra”. De acuerdo a Da Cunha, Lima y Padua, (2016), Haug muestra que la estética de la mercancía, en esta estrategia productiva, se acompaña del interés por controlar la apariencia y el comportamiento de los trabajadores en concordancia con los productos que se venden. Por ello, los autores puntualizan que: “en el modo de producción actual, la mercancía-trabajo se ha convertido en un objetivo sensible que se percibe en cuanto a simetría, limpieza, agradabilidad, modernidad, juventud, disposición. Es decir, para el comprador de la mercancía-trabajo, la apariencia entra en juego incluso antes de su consumo productivo”(Da Cunha, Lima, Pádua, 2016: 139).

De acuerdo a Witz, Warhust y Nickson (2003) a partir de 1980 las empresas han considerado, como estrategia de ventas, la necesidad de diferenciarse en el mercado mediante la construcción de una imagen o concepto de marca; esto se lleva a cabo a través de los diseños interiores de los espacios en los que se brinda el servicio y a través de diferentes formas de encarnación de sus trabajadores. La intención es crear una experiencia estética acorde a las expectativas del consumidor y llegar a nuevos nichos de mercado interpelando los gustos y las aficiones de los clientes. En particular, Witz, Warhust y Nickson enfatizan que para las corporaciones los empleados son considerados como un componente integral animado de la producción del servicio (Witz, Warhust y Nickson, 2003). En ese sentido, su definición sobre el trabajo estético es “la movilización, el desarrollo y la mercantilización de las disposiciones incorporadas” (2003: 37).

Si la perspectiva del trabajo emocional esta nutrida del enfoque de Goffman, la sociología del cuerpo por la perspectiva del disciplinamiento de Foucault, la perspectiva del trabajo estético se nutre de la teoría de Bourdieu a través de la noción de encarnamiento o disposiciones incorporadas “que se refiere a formas sostenibles de pararse, hablar, caminar y, por lo tanto, de sentir y pensar” (Witz, Warhurst y Nickson, 2003: 37).

A partir de esta influencia, los estudios sobre trabajo y la estética han reconocido que las actividades en los servicios requieren de la apropiación de ciertas disposiciones incorporadas por parte de sujetos, previamente adquiridas fuera de los espacios de trabajo, relacionadas con cuestiones como la posición de clase, atributos heredados por la historia familiar, talentos desarrollados por sensibilidades en áreas específicas por parte de los sujetos —como son las artes, la educación.

La perspectiva del trabajo estético “reconoce el papel de la sexualidad y la performatividad de género” (Witz, Warhurst, Nickson, 2003: 34) por tanto, indica Wolkowitz que: “Si bien el discurso de la igualdad de oportunidades sugirió que deberíamos ignorar estas marcas de diferencia, permitiendo que cualquier trabajo, en realidad, parece que se da lo contrario. En particular, la instrumentalización y estetización del cuerpo de género, más que su borrado, se ha convertido en la norma” (Wolkowitz, 2006: 96).

Estas perspectivas enfatizan el hecho de que “los tipos de disposiciones incorporadas que adquieren valor de cambio no se distribuyen por igual, sino que están divididas por clase, género, edad y posiciones o ubicaciones racializadas” (Witz, Warhurst y Nickson, 2003: 40) y que esos elementos son fundamentales en la constitución de los servicios. Las empresas que utilizan altos componentes de trabajo estético valorizan altamente el acuerpamiento, generando de esa forma nuevos modelos de encarnación (Witz, Warhurst y Nickson, 2003: 41), al respecto indica Wolkowitz:

Las actitudes de los trabajadores hacia la estetización de la apariencia se han estudiado aún menos. Puede ser que estas actitudes estén ahora tan profundamente arraigadas en la estética más amplia de la cultura de consumo que se den por sentadas. Podemos ver en los datos producidos por Leslie el resentimiento de algunos trabajadores, pero sus actitudes hacia la disciplina corporal son ambiguas, en la medida en que comparten la misma imagen del cuerpo deseable que el empleador (Wolkowitz, 2006: 98).

En función de los aspectos indicados, la importancia de Bourdieu para investigaciones desde la perspectiva del trabajo estético es que permite enfocar el cuerpo social, “uno compuesto de significados y valores, gestos, postura, porte físico, habla y lenguaje” (Wolkowitz, 2006: 173).

La perspectiva sobre el trabajo estético fue de utilidad para esta tesis en tanto permitió ubicar especialmente que en el trabajo de las edecanes sus cualidades estéticas y corporales están asociadas y fragmentadas según disposiciones específicas de clase, género y raciales. Es decir, las formas de concebir lo bello no es neutral, ni están asociadas solamente a significantes estéticos universales como son la proporción o la simetría, sino principalmente, a significaciones asociadas a la clase —porte, distinción, elegancia, refinamiento— y a la adscripción étnica —color de ojos, color de piel, tamaño de pies y manos— que son utilizados en la actividad de las edecanes para segmentar el trabajo y pagar salarios estratificadamente — mayores para quienes encarnen o sean capaces de representar a las clases acomodadas y menores para quienes encarnen rasgos de las clases populares.

Como se verá en los capítulos subsecuentes, encontramos que las disposiciones adquiridas en términos de “capacidad y disposición para actuar, para distinguir situaciones en las que son apropiados diferentes actos y para decidir la cantidad de esfuerzo a realizar” (Wolkowitz, 2006: 97) son utilizados por los empleadores de las edecanes para dirigir a las trabajadoras a diferentes espacios laborales constituidos por diversos sectores sociales, lo que implica que esta capacidad de actuar en determinados espacios está facilitada por las experiencias de vida de las trabajadoras y es utilizada por los empleadores para dirigirse a diferentes fracciones de clase así como para pagar salarios diferenciados.

En mi investigación identifiqué que la apariencia y el comportamiento se alinea con las propiedades de los productos que venden (Haug en Da Cunha, Lima, Pádua, 2016: 139) pues como se verá a lo largo de esta tesis, el grupo de edecanes que se dedica a promocionar productos dirigidos al grupo familiar deben de exhibir reglas de sentimientos principalmente asociadas a la amabilidad, al buen trato, a la sonrisa, a la alegría; en tanto

las edecanes que promocionan productos dirigidos al sector de los hombres o masculinizados deben exhibir principalmente erotismo, coquetería y sensualidad.

También esta perspectiva permitió analizar el papel que juega la estética asociada a las concepciones de género, feminidad y sexualidad en el trabajo de las edecanes para atraer a los clientes e incentivarlos a comprar una mercancía o un servicio, lo que supone el papel social de las mujeres como atractivos sociales; actividad que perpetua la concepción de las mujeres como objetos de ornato para el placer de los hombres especialmente. En ese sentido, la perspectiva teórica de Bourdieu es relevante para los temas tratados en esta tesis.

1.3.3.1 Pierre Bourdieu y los conceptos de campo, habitus y capitales

Pierre Bourdieu es un autor relevante tanto para la sociología como para la antropología social. Para esta investigación algunas de sus perspectivas y de sus conceptos fueron de utilidad, tanto para complementar los conceptos de Foucault utilizados como para asentar las reflexiones en torno a cómo el trabajo de las edecanes opera a través de un conjunto de reglas del juego específicas. Los conceptos de Bourdieu tomados para esta investigación son aquellos relacionados con los elementos que permiten comprender cómo se construye el *espacio social de diferencias* (Bourdieu, 2012), es decir cómo se pueden analizar las posiciones que van adquiriendo los individuos en diferentes momentos de su historia a partir sus trayectorias y de las decisiones estrategias que toman, las que les permiten ir movilizándose dentro del *espacio social*.

Bourdieu está interesado en reformular la idea de clase social a partir de la noción de *enclasmiento*, lo que implica que la clase social no es una categoría únicamente económica sino que existen predisposiciones, cultural e históricamente construidas, que influyen en las formas en que las personas asumen su posición de clase independientemente del hecho objetivo de su situación socioeconómica (Bourdieu, 2012).

Al respecto debe destacarse una transformación en el pensamiento y postulados de Bourdieu en la cual se da una transición del concepto de *clase social* al de *campo social*. De acuerdo a Branger (2004), en primera instancia Bourdieu definiría en su libro *Travail et Travailleurs en Algérie* (publicado en 1963) la clase social argelina considerando que esta devenía de propiedades ligadas a la posición que ocupa dentro de la estructura social definida sincrónicamente a partir de diferencias económicas que están intensificadas por distinciones simbólicas; es decir, en ese momento el autor ya consideraba que las clases también pueden ser definidas por relaciones simbólicas que refuerzan las diferencias socioeconómicas. En su análisis, el autor toma como elementos de su constitución, el sector económico del sujeto, la estabilidad profesional, el tipo de actividad (manual o no manual) que realiza y el grado de calificación o nivel de instrucción que posee. Bourdieu divide así la estructura de clases: los *subproletarios*, trabajadores no permanentes desprovistos de toda calificación; *proletarios*, trabajadores manuales, calificados, reducida elite obrera; artesanos y comerciantes, trabajadores permanentes no manuales (pequeña burguesía) (Branger, 2004). Este primer orden de ideas sobre la constitución de la clase social devendría en una nueva interpretación del autor, en la cual pone en el centro la definición de espacio social para comprender la movilización de los trabajadores dentro de determinados campos de acción.

Una perspectiva teórica posterior y más madura de Bourdieu sugiere que el *espacio social* está construido a través de relaciones entre las *prácticas* de los *agentes-sujetos* y las estructuras que norman la vida social (Bourdieu, 2012). Los agentes participan en el espacio social a través de campos, que es dónde realizan sus prácticas y movilizan sus capitales. Esas prácticas están a su vez sujetas al *habitus*. Todo ello: prácticas, estrategias, capitales y *habitus* permiten identificar la posición de los agentes-sujetos en los campos de los que participan; estas dimensiones analíticas siempre están interconectadas y se articulan a través de las estrategias puestas en juego por los agentes-sujetos. Bourdieu define el campo como:

Una configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones están objetivamente definidas, en su existencia y en las determinaciones que

imponen sobre sus ocupantes, agentes o instituciones, en la estructura de distribución de especies del poder (o capital) cuya posesión ordena el acceso a ventajas específicas que están en juego en el campo (Bourdieu en Bourdieu y Wacquant, 2005: 150).

En Bourdieu, los campos deben entenderse como microcosmos sociales relativamente autónomos (Bourdieu en Bourdieu y Wacquant, 2005: 150) que tienen sus propias reglas pero que no están desconectados de la estructura social general. En ese sentido, en el espacio social existen infinidad de campos y los sujetos-agentes participan en varios y no solo en uno. Por ejemplo, existen el campo académico y el campo artístico, y un sujeto-agente puede participar en ambos, pero sus prácticas serán distintas en función de las reglas de cada uno. Eso no implica que los sujetos-agentes no tienen capacidad de decisión, al contrario, la perspectiva de Bourdieu supone que justamente se puede actuar en cada campo de participación en forma diferente gracias a que los sujetos-agentes ponen en juego estrategias para el uso de sus capitales y con ello poder ingresar y posicionarse en los campos en los que participan. En los campos, las reglas del juego no son explícitas ni están codificadas. Esto es importante porque permite entender que las relaciones entre las prácticas de los sujetos-agentes y las reglas de los campos no son mecánicas ni están basadas en la obediencia consiente de unas reglas, sino que se les obedece porque están internalizadas (o interiorizadas) a través de los *habitus*. Dos, muy densas citas de Bourdieu pueden sintetizar lo anterior:

Los individuos no se desplazan al azar en el espacio social, por una parte porque las fuerzas que confieren su estructura a este espacio se imponen a ellos, y por otra parte porque ellos oponen a las fuerzas del campo su propia inercia, es decir, sus propiedades, que pueden existir en estado incorporado, bajo forma de disposiciones, o en estado objetivo (Bourdieu, 2012: 125).

Los *habitus* son:

Sistemas de esquemas generadores susceptibles de ser aplicados, por simple transferencia, a los dominios más diferentes de la práctica, las prácticas que engendran los distintos *habitus* se presentan como unas configuraciones sistemáticas de propiedades que expresan las diferencias objetivamente inscritas en las condiciones de existencia bajo la forma de sistemas de variaciones diferenciales que, percibidas por unos agentes dotados de los necesarios esquemas de percepción y de apreciación para descubrir, interpretar y evaluar en ellos las características pertinentes, funcionan como estilos de vida. Estructura estructurante, que organiza las prácticas y la percepción de las prácticas, el *habitus* es también estructura estructurada (Bourdieu, 2012: 200-201).

Para Bourdieu, las posiciones que los agentes ocupan en los campos son importantes porque permiten identificar las reglas del juego a las que deben someterse todos los participantes del campo para poder ingresar y permanecer. Las reglas del juego están determinadas por quienes detentan las posiciones más altas en el campo, en función de los capitales con los que cuentan y de las estrategias que usan para lograr la posición alta. La lucha por las posiciones en los campos es fundamental, pues desde las posiciones altas se tiene la legitimidad para dictar las reglas del juego. Lo anterior puede ligarse a la noción de discurso de saber-poder de Foucault (2005) porque esos discursos están contruidos a partir de la posición alta de quienes cuentan con el saber, lo cual en los términos de Bourdieu, sería una expresión de su capital. En Bourdieu, lo objetivo debe entenderse como lo externo al agente-sujeto, no como neutralidad. Es decir, lo objetivo es lo que está “afuera” del agente pero que forma parte de sus esquemas de acción y de apreciación y es, en consecuencia, lo externo que se interioriza y que se expresa en las prácticas y en las percepciones de los agentes-sujetos.

Para Bourdieu, los sujetos-agentes cuentan con conjuntos de elementos que les permiten participar en los campos sociales. A esos elementos los llama *capitales*, que deben entenderse como posesiones incorporadas en los sujetos-agentes, ya sea a través de la herencia o de la adquisición (Bourdieu, 2012). La herencia remite a la posición original del sujeto-agente en la estructura social y denota el traslado de capitales en función de esa

posición en la que le son dados los elementos que le facilitarán participar en los campos, tales como las “buenas costumbres”, el acceso a libros y viajes, entre otros. La adquisición, por su parte, remite a lo que los sujetos-agentes incorporan a lo largo de sus trayectorias vitales, es lo que se va obteniendo en función de las prácticas y las estrategias (Bourdieu, 2012).

Los capitales, tanto los heredados como los adquiridos, son posesiones de los sujetos-agentes pero únicamente son útiles cuando se ponen en juego en los campos, es decir, cuando son invertidos para obtener posiciones en los campos respectivos. Como sostiene Bourdieu: “Esto significa, en concreto, que el rango social y el poder específico que los agentes reciben en un campo particular dependen en primer lugar del capital específico que puedan movilizar, sea cual sea por otra parte su riqueza en cualquier otra forma de capital” (Bourdieu, 2012: 129).

Los capitales, en consecuencia, tienen pesos diferentes en función de los campos y eso permite comprender que, en las relaciones sociales, los capitales no necesariamente son mayores en todos los casos en función de la posición social y económica de los sujetos-agentes. Por ejemplo, puede darse el caso de un comerciante rico con poca educación y un artista con alta cultura pero con muy escasos recursos económicos (Bourdieu, 2012: 131). En el primer caso, el comerciante cuenta con amplio capital económico pero escaso capital cultural y, en el segundo caso es a la inversa. Ello implica que el comerciante tiene los medios para participar con éxito en el mercado económico pero que no podrá participar con éxito en el campo cultural. De esa forma, los capitales son posesiones que se ponen en juego en los campos y que funcionan cuando son invertidos, es decir, usados estratégicamente.

En ese sentido, para Bourdieu los sujetos son agentes actuantes y conscientes dotados de un sentido práctico, sistema adquirido de preferencias de principios de visión y de división de estructuras cognitivas duraderas, De acuerdo a Nieto:

Bourdieu propone que el individuo es un agente social impulsado por un interés, personal o colectivo (su grupo, su familia) y por ello realiza sus prácticas en el marco elaborado por el *habitus*. Es decir que, sobre la base de un conjunto reducido de algunos principios normativos, que corresponden a una posición social y una condición material, el agente desarrollará la estrategia que mejor se adapte a sus objetivos (Nieto, 2012: 484).

Nieto (2012) recupera algunas reflexiones importantes que el autor de referencia realizó sobre la cuestión laboral, especialmente en lo que concierne a la experiencia de trabajo y sus asociaciones simbólicas:

Recuerda Bourdieu que las condiciones de trabajo más alienantes, las más repulsivas, las más cercanas al trabajo forzoso siguen siendo aprehendidas, asumidas y cuentan con el apoyo del propio trabajador, quien las percibe, las aprecia, las domestica, las acomoda, y el mismo se acomoda en ella, poniendo en juego su biografía y la historia del propio linaje (Nieto, 2012: 494).

Asimismo, para Bourdieu las situaciones de explotación se posibilitan debido a que: “con excepción de las situaciones extremas —las más cercanas al trabajo forzoso— podemos ver que la verdad objetiva del trabajo asalariado —es decir, la explotación— es posible en parte por el hecho de que la verdad subjetiva del trabajo no coincide con su verdad objetiva” (Nieto, 2012: 494) pues el trabajo no se reduce a las ganancias económicas, sino a las ganancias del *interés* del sujeto que le produce participar en un campo, eso hace más aceptable la explotación. En esta tesis veremos cómo eso juega en las representaciones de su propio trabajo por parte de las edecanes.

En suma, los conceptos de Bourdieu sobre campos, *habitus* y capitales, permite añadir elementos importantes al análisis para comprender la configuración del trabajo de las edecanes. Bourdieu se interesa por la aprehensión de estructuras y mecanismos que

tengan una validez universal pero sin perder de vista a los individuos como agentes actuantes y consientes dotados de un sentido práctico.

Pierre Bourdieu es un autor central en las perspectivas del trabajo estético (Da Cunha, Lima y Pádua, 2016; Lane, 2016; Wolkowitz, 2006; Witz, Warhurst y Nickson, 2003) para explicar cómo es que ese tipo de actividades laborales requieren de disposiciones encarnadas para ser representadas dentro del proceso de trabajo. Tengamos en cuenta que para Bourdieu la acción individual es relevante, en tanto que a través de ellas se expresan y se conectan los *habitus*. A través de sus *habitus* los sujetos-agentes formulan estrategias para participar en diferentes procesos sociales y laborales. El concepto de *habitus* permitió en esta investigación articular las prácticas y las percepciones de las edecanes como una parte constituida por los discursos de saber poder que enfatiza Foucault, pero centrando la atención en lo que las personas hacen en su práctica con, o frente a esos discursos. El *habitus* se operativiza a través de las estrategias que a su vez generan las practicas, es decir, el *habitus* se expresa en las prácticas y resulta, en consecuencia, cognoscible.

El *habitus* es un concepto que me permitió observar y analizar las disposiciones de las edecanes, entendidas estas como resultado de un conjunto de esquemas de apreciación de la propia situación en un campo social dado, el del edecanaje. Esto está ligado en mi análisis a la dimensión estética de las ocupaciones, pues las formas en que se experimentan las actividades laborales no están desligadas de los esquemas de percepción y apreciación de los que está dotada cada trabajadora.

El aparato conceptual de Bourdieu, fue de suma utilidad para esta investigación, en tanto permitió comprender que el trabajo de las edecanes opera como un campo, en el cual ponen en juego sus capitales heredados y adquiridos para ganar posiciones prestigiosas. Los capitales relevantes que operan dentro del campo son especificados por las diferentes figuras patronales como requisitos de contratación. Definí cuatro capitales específicos que las trabajadoras requieren para insertarse en la actividad, y realizarla con las menores contrariedades posibles. Estos son capitales corporales, capitales emocionales, capitales estéticos y capitales performáticos – los que serán definidos en el capítulo II de la tesis. Se

caracterizó como estos capitales no solo son apropiados, explotados y mercantilizados por parte de los contratistas, a través de su transmutación en diferentes reglas de exhibición – corporales, emocionales, estéticas y performaticas – sino que las trabajadoras los utilizan mediante estrategias derivadas de su sentido práctico, que les permite obtener posiciones prestigiosas dentro del campo, ser reconocidas como edecanes por un amplio número de personas, y por tanto, incrementar la posibilidad de tener un mayor número de eventos, obtener mayores ingresos y ganar notoriedad como figuras públicas, elemento subjetivo importante que puede explicar la permanencia y gusto por parte de las edecanes dentro del campo.

El concepto de *habitus* fue de utilidad para identificar y analizar aquellas predisposiciones que las edecanes ponen en juego en su actividad a través de sus prácticas y de sus estrategias. El *habitus* al ser un esquema de percepción y apreciación, facilita la comprensión de cómo los gustos y las preferencias de las edecanes son funcionales para incursionar y permanecer en el campo del edecanaje, a través de la apropiación por parte de los empleadores de tales gustos y preferencias de las trabajadoras. En ese sentido, el concepto de *habitus* permitió facilitar la articulación entre los capitales y las reglas del campo, que es como se utiliza operativamente tal concepto en esta tesis.

La principal diferencia, para los temas que nos ocupan, entre Foucault y Bourdieu es que mientras el primero pone énfasis en la importancia del discurso y en consecuencia en sus planteamientos, el sujeto tiende a diluirse en los discursos, en el segundo el sujeto es un agente activo en todo momento que, a través de su práctica influye en las estructuras sociales, de allí su concepto de *habitus* como estructura estructurante y estructurada. En función de lo anterior, puede verse que mientras en Foucault la interiorización de las estructuras tiende a ser el resultado del disciplinamiento generado por los dispositivos disciplinarios, en Bourdieu la interiorización de las estructuras implica una disposición del sujeto o agente a esa interiorización pues ella es a un mismo tiempo un resultado de dominación como una práctica engarzada a las estrategias de los propios sujetos.

Por lo anterior, en mi investigación fueron de utilidad conceptos de Foucault que permiten entender aspectos estructurales que influyen en los sujetos, tales como las tecnologías del yo, disciplinamiento del cuerpo y discursos. Esos conceptos los ligué a la dimensión de proceso de trabajo para entender los dispositivos en los que las edecanes participan. De esta forma, Foucault ayudó a abordar elementos de análisis estructural y Bourdieu, por su parte, facilitó comprender las expresiones prácticas de la interiorización de los dispositivos y el disciplinamiento.¹³

Foucault y Bourdieu permitieron analizar dos de los cuatro niveles de realidad¹⁴ que ubiqué pertinentes para esta investigación, específicamente los niveles intermedios; el segundo corresponde a los *habitus* identificables para el despliegue y realización del proceso de trabajo, pero que se configuran fuera de él; y el tercer nivel que corresponde a los discursos de saber poder pertinentes para la actividad. El primer nivel de realidad versa sobre cómo se da el proceso de trabajo en el campo del edecanaje. Para este nivel, recurrimos a las teorías centradas en el análisis de la producción de símbolos en las interacciones cotidianas, como son el interaccionismo simbólico, la hermenéutica y la etnometodología, pero me centré principalmente en la perspectiva de la dramaturgia de Erving Goffman (2001) para explicar la significación de las interacciones que se dan entre los diferentes actores cuando las edecanes realizan la actividad.¹⁵ Estos cuatro niveles de

¹³ Tanto Foucault como Bourdieu estarían haciendo preguntas para responder la noción de Weber respecto a la dominación. En Weber “por dominación debe entenderse la probabilidad de encontrar obediencia a un mandato determinado” (Weber, 2005: 43). Este concepto de dominación de Weber está muy ligado al concepto de disciplina del mismo autor: “por disciplina debe entenderse la probabilidad de encontrar obediencia para un mandato por parte de un conjunto de personas que, en virtud de actitudes arraigadas, sea pronta, simple y automática” (Weber, 2005: 43). En este punto, ambos autores —Foucault y Bourdieu— se están preguntando por qué obedecemos la estructura social. Toda su formulación está orientada a lo que explica la relación entre las prácticas de los sujetos o agentes y las estructuras sociales en los que estos participan.

¹⁴ La construcción de los niveles de realidad es retomada de la propuesta configuracionista que plantea lo siguiente: “Sobre el dato hay tres presiones (triple hermenéutica): primera la que viene de los conceptos teóricos utilizados en la investigación, o bien en la descripción articulada de las configuraciones teóricas y de los conceptos desarticulados. Aquí las relaciones son por niveles de abstracción del nivel más abstracto del concepto teórico al más concreto del dato (De la Garza, 2012: 247).

¹⁵ De acuerdo a de la Garza (2012): “La distinción entre abstracto y concreto pensado, es decir, entre categorías y conceptos (las categorías como los conceptos más abstractos o los que sirven de fundamento) remite a que los últimos son síntesis más determinantes que las primeras, pero el camino de la exposición de lo abstracto a lo concreto es de inclusiones sucesivas donde las últimas, las más concretas presuponen a las

realidad se corresponden con las dimensiones de análisis propuestas en esta tesis y permitieron enlazar los conceptos pertinentes a las categorías de análisis.

Como Foucault y Bourdieu, los teóricos de la Sociología Interpretativa se interesan en el mundo de los símbolos y significados pero, a diferencia de ellos, desarrollan una metodología específica para estudiarlos en el ámbito de las interacciones sociales (análisis micro-sociológico). Por lo tanto, a través de la sociología interpretativa nos adentramos al mundo de los significados, la subjetividad y la construcción de sentido de los sujetos de la realidad interpretada.

1.3.4 El paradigma interpretativo

El paradigma interpretativo se desarrolla en oposición al positivismo, que pone énfasis en los datos observables y cuantificables como datos *objetivos* establecidos por las ciencias naturales. La perspectiva interpretativa enfatiza el carácter de las humanidades como ciencias *subjetivas* con una metodología propia y específica para analizar las realidades sociales a través de la comprensión de producción de sentido dentro de un universo simbólico (Velasco, 2012: 199-200). El análisis se centra en los sujetos y en la comprensión de la sociedad a través de la comunicación para establecer constructos teóricos de modos típicos de conducta que iluminen los fundamentos subjetivos de la acción. Se fija como foco de análisis la mayor clarificación de lo que piensan sobre el mundo social quienes viven en él. De acuerdo a las posturas hermenéuticas, sólo se pueden conocer las cosas cuando *aparecen como fenómenos* y nunca en cuanto cosas como tales, por tanto la *objetividad* se logra por medio de establecimiento *intersubjetivos*. A la forma de Weber, la ciencia social consiste en brindar una *comprensión interpretativa* de los fenómenos *subjetivamente significativos* (Velasco, 2012: 205-211).

más abstractas. Esta concepción acerca de la relación entre categorías y conceptos no podría reducirse a la deducción que sólo podría generar términos del mismo nivel de abstracción que sus premisas”.

Para Dilthey, el que hacer sociológico consiste en desarrollar un método de *comprensión* de la realidad social, en el que las relaciones sociales sean *interpretadas* a través de la comprensión de las experiencias de los sujetos. Se interesa en la experiencia captada a través de la propia interpretación de los sujetos-agentes, de la realidad psíquica que se expresa a través de diferentes signos que reflejan expresiones de las experiencias de vida (Velasco, 2012: 205-209). Dilthey entiende la acción como discursos que implican expresiones con significado. Por lo tanto, se interesa en indagar sobre los signos y significados de la realidad social. En ese sentido, Dilthey plantea una teoría de la comprensión que estudia la interpretación del *significado* de las acciones humanas -no las *causas* de las acciones- propósito fundamental del análisis hermenéutico (Velasco, 2012: 211). Rickert, por su parte, agrega a la propuesta de Dilthey que el interés cognoscitivo determina al objeto de análisis (Velasco, 2012: 208). Este autor se opone a las leyes universales frente a los acontecimientos históricos, a diferencia de Max Weber quien da prioridad a las reglas sociales intersubjetivas y quien ancla su análisis más en la sociología que al psicoanálisis de Dilthey (Velasco, 2012: 207-208). Weber toma en cuenta las reglas intersubjetivas de una comunidad para interpretar el significado de las acciones. Así, cada tipo ideal de Weber corresponder con una forma de racionalidad, que puede ser con arreglo a fines, a valores, a endopatía o a tradiciones (Weber, 2005:20); Weber reformula la distinción metodológica establecida por Rickert entre la construcción de conceptos, leyes y teorías generales y la comprensión del significado singular de las acciones particulares. Para Weber, a diferencia de Dilthey, la comprensión es un proceso de construcción teórica “no se re-experimentan los motivos del agente, sino que hipotéticamente el investigador imputa al agente ciertos motivos o intenciones que son teóricamente probables en un contexto típico-ideal” (Velasco, 2012: 208).¹⁶

Por su parte, Schutz regresa a Weber para explicar el giro hacia la comprensión de

¹⁶ Winch retoma a Popper quien es el hermeneuta de mayor reconocimiento en las ciencias sociales. Winch, a partir de Weber, considera que se debe comprender en su especificidad la acción social significativa. Para ello se deben estudiar concepciones y los fines de los sujetos para realizar las acciones “la comprensión de la acción en función de la imputación objetiva de motivos requiere reconstruir las reglas sociales existentes en el contexto específico del agente”. Para Winch “la comprensión de la acción es un trabajo de elucidación o esclarecimiento” (Velasco, 2012: 209).

las acciones por parte de Garfinkel, quien integra a Husserl y a Weber en la etnometodología; y por otro lado Winch propone una mezcla entre Wittgenstein y la sociología weberiana. En la etnometodología se resalta la conciencia intencional de los actores en el mundo de la vida y Winch se centra en escudriñar cómo las reglas intersubjetivas de los juegos lingüísticos definen los significados de las acciones. Los actores definen el sentido y racionalidad de las acciones por sentido común o reglas (Velasco, 2012: 210). Schutz toma de Husserl el concepto de mundo de vida, que a su vez se inspira en el concepto de espíritu objetivo de Dilthey. Husserl, a su vez, desarrolla el concepto de mundo de vida con conciencia intencional – constituye el significado de las acciones que tienen un sentido proyectivo- este último desarrollado por Schutz. La acción es y construye sentido común, el cual define el sentido de las acciones. “La finalidad de las ciencias sociales consiste precisamente en interpretar ese significado constituido desde el sentido común de la sociedad a la que pertenece el actor” (Velasco, 2012: 211).

Los etnometodólogos, por ende, estudian lo que se da en las prácticas de sentido común a través de las cuales los miembros de la sociedad coordinan, estructuran y entienden sus actividades diarias. Mediante *acciones y prácticas localizadas* las personas se encargan de crear y sostener el orden social (Velasco, 2012: 209-211). Los etnometodólogos están interesados en la *acción social, la intersubjetividad y la comunicación lingüística* cuando investigan las prácticas sociales. Sus investigaciones se centran en la reflexión en torno a situaciones de la vida diaria, cómo es que se realizan trabajos concretos con los recursos que disponen y los métodos que utiliza para hacer las tareas. Es a través del análisis conversacional que, de acuerdo a los etnometodólogos, permite el análisis de los discursos en su contexto (Potter, 1998: 62-90). Se pone énfasis en las estructuras del *sentido común, en los* procedimientos más básicos tomados por una sociedad, el estudio de actividades que son cotidianas. Se interesa por la reflexión en torno a las situaciones de la vida diaria y los métodos que ejecutamos para elaborar lo más simple y que mediante su ejecución sostiene el orden social a partir de acciones prácticas localizadas (Velasco, 2012: 209-211). El análisis etnometodológico propone el estudio respecto a cómo se producen las representaciones del mundo social, cuales son los métodos que los seres humanos emplean para hacer

descripciones a través del análisis de las interacciones en situaciones y contextos de habla específicos. En ese sentido, se trata de una metodología que a través de la comprensión del lenguaje busca establecer el sentido de expresiones producidas en un contexto (Potter, 1998: 62-90).

1.3.4.1 Goffman y el performance laboral

La perspectiva del interaccionismo simbólico que se retomó para esta investigación es la de Erving Goffman (2001) quien elaboró una metodología específica para comprender las reglas que subyacen a las interacciones entre individuos. De acuerdo a este autor, el sujeto-actor contiene un control expresivo estándar definido de antemano a partir de restricciones culturales. Es institucional, responde a expectativas abstractas y estereotipadas. Definen roles y dirigen la acción (Goffman, 2001: 62-67). No son producto de una individualidad sino un producto cultural. Conceptualiza a la *máscara* como una apariencia física que el actor presenta ante el público y es esa la que el investigador puede conocer, más no el *self*, de acuerdo a Goffman “representa el concepto que nos hemos formado de nosotros mismos -.-el rol de acuerdo con el cual nos esforzamos por vivir-, esta máscara es nuestro «sí mismo» más verdadero, el yo que quisiéramos ser” (Goffman, 2001: 31).

Goffman en su obra, *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (2001) se interesa en construir un modelo explicativo de las reglas interaccionales y los roles que juegan los *actores* a través de la puesta en escena de acciones que los individuos utilizan para generar impresiones que correspondan a sus propósitos vitales. Sugiere ejemplos a lo largo del texto que indican cómo los trabajos en servicios interactivos no escapan de las reglas de interacción diarias.

Su propuesta a este respecto se centra, fundamentalmente, en la decodificación de los aspectos no verbales de las interacciones, que asegura, expresan la real emocionalidad del *self* en contextos determinados. Para Goffman, todos los actos lingüísticos pueden ser

contradichos por nuestras reacciones corporales y por el lenguaje no verbal, los cuales exponen la verdadera experiencia del sujeto con quien interactuamos, o al menos indican reacciones que crean una disrupción en la escenificación que buscamos mostrar. Por lo tanto, considera que si atendemos a las expresiones faciales, al lenguaje no verbal, se puede comprender mejor la realidad social dentro de una interacción social dada.

Para comprender estas relaciones, sugiere que hay que penetrar en las reglas que subyacen a las interacciones cotidianas para conocer qué es exactamente lo que se pone en juego en la venta de una acción dramatizada (performance). El término performance, en el sentido de Goffman, se define como “la actividad total de un participante dado en una ocasión dada que sirve para influir de algún modo sobre los otros participantes” (Goffman, 2001: 27). En ese sentido, entiende la actividad performática como “toda actividad de un individuo que tiene lugar durante un período señalado por su presencia continua ante un conjunto particular de observadores y posee cierta influencia sobre ellos” (Goffman, 2001: 33). Nieto (2017), por su parte, propone el término *performance laboral* para referirse a como “laboralmente se dramatiza el intercambio de emociones y afectividad” (Nieto, 2017:40). Término que utilizo en esta tesis para explicar en qué consiste la dimensión performática como proceso de trabajo de las edecanes.

Con los aspectos planteados por Goffman, tuve herramientas para considerar que el proceso de trabajo del que trata esta tesis contiene elementos de escenificación, de una puesta en escena, de un performance llevado a cabo en las interacciones entre trabajadores y clientes. En un contexto interaccional se da una definición total de la situación a partir de demandas temporalmente aceptadas por los participantes.

La actuación se escenifica en regiones definidas como “todo lugar limitado, hasta cierto punto, por barreras antepuestas a la percepción” (Goffman, 2001: 117) en las que se configuran ciertas normas de comportamiento que van definiendo la situación que se suscita al momento de la interacción. De acuerdo con eso, durante la interacción los actores esperan que se repriman los sentimientos sinceros que se manifiestan durante la puesta en escena (performance), dando lugar a una opinión temporalmente aceptable —fachada de

consenso— encubriendo las necesidades propias de cada uno de los participantes. Los sujetos-actores son capaces de estar familiarizados con las fachadas y actuar en una amplia variedad de situaciones. Las fachadas son definidas por el autor como “la parte de la actuación del individuo que funciona regularmente de un modo general y prefijado, a fin de definir la situación con respecto a aquellos que observan dicha actuación” (Goffman, 2001: 33-34). También la define como la “la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación” (Goffman, 2001: 34).

Durante las interacciones, se conforman dos equipos que se articulan para recrear una fachada específica, uno frente al otro, sin importar status o particularidades para recrear los roles asociados a la interacción. Ambos equipos mantienen roles específicos, uno como actuante y el otro como auditorio. Considera que los actuantes pueden ser reconocidos en cuanto tal según su capacidad de controlar el medio, o los que contribuyen de manera más activa durante la interacción (Goffman, 2001: 88-115).

Las herramientas de análisis que brinda el autor para indagar sobre cómo se conforman, cuáles son las regularidades, y las normas de interacción permiten comprender los procesos de trabajo en los servicios como una puesta en escena, con roles y normas interaccionales implícitas que se pactan al “prestar el servicio” durante la interacción. La obra de Goffman, de hecho, está orientada a servir como metodo para estudiar las relaciones sociales que se desarrollan en el trabajo, tanto industrial como en lo servicios (Goffman, 2001: 11). En los servicios particularmente presenta enorme relevancia por la cualidad interaccional de las actividades *en* y *como* proceso de trabajo.

En síntesis, el trabajo de Goffman permitió abrir los siguientes razonamientos para el problema de investigación de las edecanes: ¿qué utiliza el trabajo de las edecanes de las reglas de interacción?, o más concretamente ¿de qué reglas de interacción se apropia la organización del trabajo para vender, mercantilizar y controlar el proceso de trabajo?, ¿cuál es la fachada de consenso?, ¿cuál es la actuación puesta en escena?, ¿cuáles son las normas de interacción de acuerdo a la región?, ¿cuáles son las normas para los modales?, ¿cuáles

son las normas para la apariencias?, ¿cuál es la actitud durante la interacción?, ¿cuál es la actitud sin interacción?, ¿cuáles son los requisitos morales o instrumentales en la realización del proceso de trabajo?. Estas preguntas fueron orientadoras para construir parte de los guiones de entrevista y para dirigir las observaciones, en tanto facilitaban identificar aspectos de interés para abordar las dimensiones del proceso de trabajo, las relaciones laborales y la subjetividad, lo que se muestra en otros capítulos de la tesis.

En términos generales, de este análisis sostengo que en la actividad del edecanaje se da una apropiación de la realización dramática, control de la fachada personal y de la fachada social, apropiación del control expresivo, lo que implica un control emocional por parte de las trabajadoras. Todas están vinculadas a los discursos sobre la estética y la feminidad.

Si bien Erving Goffman ha recibido críticas a su propuesta sobre la dramaturgia social, como es el caso de Hochschild (2003) quien sugiere que el autor se enfoca tanto en la performatividad que olvida la vida interior de las personas, de su emocionalidad, para esta investigación consideré que ambas propuestas podían ser complementarias, tomando en cuenta la crítica de Hochschild, es decir que la puesta en escena existe pero implica una regulación emocional —o un trabajo emocional— eficiente en determinados momentos de la interacción durante el proceso de trabajo.

Las perspectivas teóricas y los conceptos revisados en los apartados de este capítulo constituyeron el armazón general de la investigación, por lo que orientaron tanto el diseño como el desarrollo de los temas cruciales presentados en esta tesis. Fueron fundamentales para analizar e interpretar el trabajo de las edecanes desde un punto de vista que permitiera comprender los diversos procesos que se entrecruzan en la actividad del edecanaje. El disciplinamiento, el control, las tecnologías del yo, los discursos de saber poder, el biopoder, el *habitus*, los campos, la subjetividad, la dramaturgia social, la acción emocional superficial y la profunda, contribuyeron a definir los niveles de realidad observables en la investigación y a reflexionar sobre ellas a través de conceptos operativos de los estudios laborales, como la subcontratación, la precarización del trabajo, la informalidad y la deslaboralización, insertos en categorías como trabajo estético, trabajo emocional y trabajo interaccional

(véase el esquema 1.1). Ese engarce entre posicionamientos teóricos y niveles de realidad en una actividad laboral concreta, fue posible gracias al diseño de la investigación desde la epistemología configuracionista, lo que muestro en el siguiente apartado.

Esquema 1. Los cuatro niveles de abstracción de la investigación



Nota: Niveles de realidad pertinentes para reconstruir el problema de investigación como una totalidad concreta.

Fuente: Elaboración propia (2019)

1.4 Epistemología configuracionista

En la investigación sobre el trabajo de las edecanes, nos apoyamos centralmente en la postura configuracionista, planteamiento teórico y metodológico latinoamericano que cuestiona los principios hegemónicos en la construcción de la ciencia que han sido dominantes, en particular los agrupados en el sistema hipotético deductivo positivista como método de construcción de la teoría (De la Garza, 2012: 231).

La discusión con el método hipotético deductivo gira en torno al hecho de que la metodología de las ciencias sociales estuvo vinculada, desde un inicio, a los principios epistemológicos de las ciencias naturales. El método de las ciencias naturales para la ciencia moderna trataba “de extender la certeza de las matemáticas al conjunto del saber humano, dando lugar a un *mathesis universalis*. Así, todos los fenómenos de la naturaleza debían poder explicarse conforme a leyes, partiendo de las figuras y los movimientos tal y como éstos habían sido analizados por las matemáticas, especialmente por la geometría” (De la Garza y Leyva, 2012: 19). En ese sentido, el método de la ciencia natural ha buscado juicios sólidos que llegaran a expresar verdades observables. En el siglo XIX nace la sociología como disciplina científica, ligada ampliamente a las versiones positivistas de la ciencia; para Comte en particular, los criterios del positivismo para llegar a la verdad serían la metodología de las ciencias naturales y la prueba empírica.

Enrique de la Garza y Gustavo Leyva (2012) plantean que la etapa del positivismo del siglo XIX añadió a sus criterios de validez la necesidad de que los conceptos científicos fueran observables; esta sería una condición para asegurar la objetividad del fenómeno que se estudia. Sin embargo, rápidamente se reconoció el lenguaje teórico y observacional en la ciencia, y el paso que vincula a ambos lenguajes fue la deducción. En ese sentido, el método hipotético deductivo se expresó como un método científico universal de comprobación de hipótesis.

Carnap, figura fundamental del empirismo lógico y quien planteó la necesidad de la unidad de las diferentes ciencias, considera que los objetos de la ciencia son de diversos órdenes: reconoce a los objetos culturales, los contenidos mentales, los objetos físicos, considerando los diferentes niveles y relaciones entre ellos (Peláez, 2012: 34-42). Para ese autor, la relación que se establece entre los objetos de la realidad mantiene necesariamente, por un lado, una relación de correspondencia, y por otro una relación de esencia. En el caso del análisis de correspondencia, Carnap plantea que su ubicación consistiría en definir la ley de correspondencia de la relación por investigar, es decir, indagar qué causas están conectadas con cuáles efectos. Para el caso de la indagación sobre la

esencia “no es cuestionada por los términos que componen una relación, sino por la conexión esencial que une dichos términos” (Peláez, 2012: 38).

Si bien los principios del empirismo lógico de Carnap se encuentran presentes en las formulaciones generales del método hipotético deductivo y de la ciencia natural, es decir la objetividad entendida como el conocimiento de la realidad a partir de un objeto que se presenta en la realidad como algo ya dado, el establecimiento de leyes generales, etcétera, en Carnap encontramos la reflexión acerca de que las ciencias de la cultura solo pueden ser cognoscibles a partir de la comprensión intuitiva. Es decir, Carnap reconoce la interferencia de factores adicionales en la construcción del conocimiento que contravendrían la postura del dato puro dado en la realidad comprensible a través de los sentidos del positivismo (Peláez, 2012: 34-42).

Por otro lado, Neurath “filósofo, publicista, activista, burócrata, estudioso, científico social y marxista” (Carwright citado en Peláez, 2012: 42), quien defendió el punto de vista de la unidad del saber científico, enfatiza la necesidad de unificar las leyes planteadas por las distintas disciplinas. Rechaza la postura de la dicotomía entre las ciencias de la naturaleza y las ciencias del comportamiento, cuyos efectos compararía con la antigua división entre el mundo de lo ideal y el mundo de lo real. Para Neurath, el lenguaje de esta ciencia es el *fisicalista*, es decir “enunciados acerca de posiciones espacio-temporales de objetos o eventos físicos” (Peláez, 2012: 46).

El marxismo, durante el siglo xx, mantuvo una discusión con el neopositivismo. En particular, la escuela de Frankfurt discutió con el positivismo lógico en una segunda etapa de su desarrollo teórico a partir de los años sesenta. Los propios marxistas fueron también, durante ese período, quienes realizaron una revisión del método de la economía política para ser concebido “como un método de construcción de teoría y no de justificación de hipótesis” (De la Garza, 2012: 231). Sin embargo, durante este primer periodo de crítica al positivismo lógico, según Enrique de la Garza, no se elaboró una confrontación de fondo a los principios de la postura epistemológica fundamentada en el hipotético-deductivo. Para este autor, en ese periodo surgieron trabajos que contenían un método distinto del

positivista. E.P. Thompson es uno de los autores que con su obra *La formación de la clase obrera en Inglaterra* (2012), a través de la categoría de *experiencia*, permite recuperar como elemento fundamental del análisis el acercamiento a la vida de los sujetos.

En ese contexto, el configuracionismo latinoamericano tiene como antecedente fundamental el análisis del método de Marx. Para Enrique de la Garza, la idea de *tendencia* en Marx podría definirse como “acondicionamientos objetivados que escapan a la voluntad de los sujetos pero que no determinan sino presionan” (De la Garza 2012: 233). La interpretación sobre Marx de este autor es que la postura marxista sobre la realidad social admite los ámbitos del sentido que generan los sujetos en la vida cotidiana, las significaciones son objetivaciones en Marx al igual que los productos objetivados del trabajo.

El método concreto-abstracto-concreto representa, por lo tanto, una alternativa al análisis hipotético-deductivo y al hermenéutico, y consiste en reconstruir permanentemente y no en deducir a partir de la teoría acumulada. Para de la Garza (2012) la prueba de este método no se reduce a la verificación de hipótesis sino a la apertura de una perspectiva en permanente diálogo con los datos empíricos.

La lectura que Enrique de la Garza realiza sobre Marx acerca de lo que éste último desarrolló como leyes de tendencia, que acotan el marco de acción de los sujetos, son al mismo tiempo los espacios de posibilidad para la acción, de modo que “el resultado final depende también del sujeto, de sus interacciones y de su subjetividad” (De la Garza 2012: 239). Por tanto, la ley de tendencia en Marx no corresponde a las leyes universales del positivismo de las ciencias naturales sino que implica relaciones sujeto-objeto.

Estos elementos de Marx y del marxismo posterior, como es el de la Escuela de Frankfurt, Gramsci y Thompson, nutren la propuesta del método configuracionista, que reconoce la articulación entre estructuras, objetos y significados. Tal perspectiva epistemológica es la que utilizamos en la presente tesis y desde ella construimos el abordaje del objeto concreto de investigación.

El configuracionismo retoma la categoría de experiencia, de E. P. Thompson, el cual permite poner en entredicho la idea del dato puro que debe ser verificado, pues el estudio de la experiencia de los sujetos comprende sus concepciones como parte constitutiva del objeto de investigación: “El positivismo redujo el rico concepto clásico de experiencia en la verificación de una experiencia contemplativa y, en esa medida, no pudo dar respuesta al problema de la hermenéutica de la percepción empírica, es decir el dato” (De la Garza, 2012: 239). Los conceptos implícitamente utilizados por Thompson convocan a mirar la realidad social como un conjunto de procesos dirigidos y pautados por la acción humana, pero como acciones acotadas por las estructuras sociales.

En un análisis sociológico, el estudio de la experiencia permite conocer contextos sociales más amplios que sirven de marcos referenciales para identificar la composición social de los grupos de estudio. Conocer su composición permite observar los distintos mundos de vida que intervienen en la construcción de la organización, de la acción y las identidades. Nos permiten recrear un proceso particular en el que inciden los factores de la vida cotidiana en su construcción.

Desde la década de 1960, en América Latina, se comenzó a forjar una corriente de pensamiento, con Hugo Zemelman a la cabeza, que en los años ochenta del siglo pasado criticó de forma sistemática la perspectiva del método dominante de construcción de teoría (De la Garza, 2012). Zemelman estudió cómo la metodología podía formar parte de la construcción de la teoría; para este autor “lo dado no exige estructuras teóricas sólidas, sino organizaciones conceptuales abiertas a través de la desestructuración de los cuerpos teóricos preexistentes”. (De la Garza, 2012: 240). La propuesta de Zemelman es la de generar una metodología que permita observar el objeto en movimiento.

Para Enrique de la Garza, quien nutre el método configuracionista desde la perspectiva de Zemelman, considera que en lo que respecta a la propuesta de la descripción articulada, faltaba la incorporación de la visión del sujeto de investigación en la articulación teórica, por un lado, y la dimensión de la subjetividad considerada como una dimensión específica que orienta la acción de los sujetos, por el otro (De la Garza, 2012: 232-233). El

configuracionismo es, entonces, una propuesta que, a partir de la crítica del método hipotético-deductivo, la perspectiva de la descripción articulada, el marxismo, los aportes de Thompson y los principios de hermenéutica, se plantea como una postura que ordena sistemáticamente una crítica frente a la metodología hegemónica: “El configuracionismo latinoamericano de inicios del siglo XXI resulta del debate con el positivismo, con su pretensión de ley y método universal, demarcación de teoría estándar y de dato dado” (De la Garza, 2012: 246). Esta postura distingue la cultura como código y la subjetividad como proceso de significación, lo cual fue un aspecto fundamental en la investigación que da origen a esta tesis, tanto para el posicionamiento teórico como, sobre todo, para el diseño metodológico.

La crítica del configuracionismo al método hipotético-deductivo tiene como sostén el planteamiento de que la metodología debe ordenarse a partir de cada caso concreto de investigación. De la Garza y Leyva (2012: 22) consideran que “la obediencia incondicional a un órgano de reglas del método tendía a provocar un efecto de «clausura prematura» en el contenido de los conceptos y sus relaciones”.

Otro problema que plantea esta postura acerca del positivismo, y que también es cuestionado y replanteado por otras posturas como la hermenéutica, es el del papel del sujeto, del significado y su relación con la acción social. La fenomenología, la etnometodología, el interaccionismo simbólico y la hermenéutica son corrientes que se retoman y que ponen en la mesa la discusión de estas problemáticas.

En ese sentido, el configuracionismo es una postura teórico-metodológica que busca la reconstrucción de la totalidad del objeto de estudio con sus configuraciones objetivas y subjetivas pertinentes. Su método es el de hacer un uso no deductivo de las teorías, sino uno reconstructivo, primero definiendo relaciones sociales pertinentes al objeto de estudio:

Luego la selección de conceptos ordenadores desarticulados de sus *corpus* teóricos, seguido de una primera descripción también desarticulada, con miras a descubrir nuevas relaciones en los conceptos ordenadores; después nuevas

relaciones en los conceptos ordenadores; después otra descripción articulada para consolidar los vínculos entre conceptos de diferentes áreas (De la Garza, 2012: 249-250).

El configuracionismo, a diferencia de la hermenéutica que considera a las estructuras como “juegos del lenguaje” (De la Garza, 2012: 244), acepta la idea de estructuras no sistémicas conformadas por diversos niveles de relaciones duras o blandas. Para esta postura, el dato debe ser la guía que permita reconstruir las teorías a partir del descubrimiento de nuevas relaciones. Reconoce, en consecuencia, que el dato es una construcción social presionada por las configuraciones teóricas desarticuladas y rearticuladas de acuerdo a las relaciones pertinentes al objeto-sujeto de investigación (De la Garza, 2012: 246-247).

Para la postura configuracionista, la totalidad no es sistémica y es importante la dimensión de sentido de la realidad. Analizar la significación implica que el acercamiento al dato es una subjetivación, de hecho es una triple subjetivación: la teórica, la del investigador y la de los sujetos investigados (De la Garza, 2012: 247). La subjetividad, por ello, es considerada fundamental por parte del configuracionismo, en tanto permite analizar las estructuras sociales como relaciones que acotan la acción y como configuraciones de acción posible. La perspectiva del configuracionismo:

Recupera del marxismo clásico la idea de método de reconstrucción ante una realidad en movimiento y sujetos que ponen su impronta en los cambios, así como ley de tendencia, de abstracciones y de conceptos históricamente determinados. De la descripción articulada la idea de desarticulación de conceptos de sus corpus teóricos, de búsqueda de nuevas articulaciones en relación con la empiría; pero se añade el problema de la relación sujeto-objeto traducida al de relación entre estructura, subjetividad e interacción y dentro de esta se añade la distinción entre cultura y subjetividad (De la Garza, 2012: 246).

Los elementos expuestos a grandes rasgos sobre la epistemología configuracionista, facilitaron en esta investigación ensamblar el conjunto de dimensiones, categorías y conceptos puestos en juego. Sobre todo, contribuyó a construir el objeto de estudio como un fenómeno laboral complejo en el que las prácticas y las experiencias de las trabajadoras están insertas en entramados de significaciones y orientadas-presionadas por las lógicas de las estructuras sociales. Por ello, la metodología de investigación empleada fue una de carácter cualitativo configuracionista.

1.5 Metodología de la investigación

1.5.1 La perspectiva cualitativa dentro de la investigación socio-antropológica

De acuerdo a Ruiz (1996), la atribución de sentido y significados de las cosas es una característica definitoria de la investigación cualitativa, frente a los estudios centrados en la descripción de los hechos objetivos sometidos a leyes generales propios de las perspectivas cuantitativas. Los pensadores de los enfoques cualitativos han dado una larga lucha por posicionar las metodologías que pueden darle su especificidad a las ciencias sociales. Estos reconocen que el lenguaje de estas metodologías no puede ser el de los números y la precisión estadística, sino el lenguaje conceptual y metafórico generado a partir de un modo flexible y desestructurado de obtener la información (Ruiz, 1996: 26). Las preguntas de los enfoques cuantitativos e interesados en las interacciones simbólicas son las siguientes:

¿Qué sucede específicamente en cada acción?, ¿qué sucede en este marco concreto?, ¿qué significan estas acciones para los actores en el momento en que acaecen?, ¿cómo se organizan culturalmente los actores?, ¿cómo están presentes unos y otros?, ¿cómo se relacionan estos sucesos, como un todo, con niveles culturales y sociales más amplios?, ¿cómo se compara la vida cotidiana de este caso con la de otros casos? (Ruiz, 1996: 24).

En esta tesis se realizó un estudio socio-antropológico en el que, por un lado, se buscó identificar, en el nivel interaccional, cuáles son los diferentes tejidos simbólicos que dan sentido a la actividad laboral de las edecanes, que la posibilita en el nivel de la acción, pero también encontrar, en un nivel más abstracto, el papel de esas actividades laborales en el conjunto de la economía de los servicios. De acuerdo a Geertz (2005) el análisis de la cultura debe caracterizarse por ser interpretativo y centrado en la búsqueda de significaciones, por lo que su estudio consiste en “la interpretación de expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie” (Geertz, 2005: 20). Esto implica la comprensión de la jerarquía estratificada de las estructuras significativas. La intención del análisis interpretativo es desentrañar las estructuras de significación y determinar su campo social y su alcance. Las concepciones cualitativas, por lo tanto, enfatizan que la acción siempre tiene un contenido simbólico y tienen preferencia por captar los significados por encima de describir los hechos sociales.

Fue elegida la actividad de las edecanes por sus altos componentes simbólicos; porqué su existencia es una prueba de que las necesidades no se reducen a lo material, sino que también existen necesidades simbólicas, afectivas, emocionales y estéticas que están sujetas a procesos de comercialización. Pero también por qué es una actividad que se hace posible a partir de la transformación cultural. La actividad del edecanaje satisface experiencias: interpela a los sentidos, produce sensaciones y promueve la creación de fantasías. Es una actividad que tienen que ver con la creación de ambientes y el despliegue de símbolos que se materializan en la producción de pautas sociales. Es decir, la actividad de las edecanes busca la realización de una aventura imaginaria, que implique el despliegue de emociones y sensaciones por parte del cliente.

Nuestra herramienta es, por lo tanto, la investigación cualitativa, que nos ubica en el mundo de la experiencia práctica y en los significados de las acciones. Las herramientas cualitativas invitan a *describir* -procedimiento metodológico- que va al detalle y a lo minúsculo de las prácticas para interpretar los significados de distintos acontecimientos. A *decodificar*; acción que implica encontrar el código culturalmente definido en un contexto

socio-cultural dado, e *interpretar* -acción que consiste en discernir los significados en una trama compleja de sentido.

En ese sentido, me interesé por analizar un trabajo como el de las edecanes porque considero que es un micro-cosmos interesante que refleja la puesta en juego de dimensiones novedosas para comprender la composición y la complejidad de los trabajos en los servicios interactivos actuales. Las edecanes realizan su actividad laboral en el marco del capitalismo de los servicios, es decir, que entre trabajador y empleador existe una relación laboral, en donde quien recibe un pago por realizar la actividad es explotado y por tanto del producto de su trabajo se extrae valor, una ganancia para el empleador. Sin embargo, en términos de los procesos de trabajo, requieren concepciones novedosas o al menos la integración de diversas perspectivas para comprender en qué consiste la actividad; debido a que los elementos materiales que existen para ejercer el propio trabajo, y el control sobre el proceso de trabajo, no son principal o fundamentalmente materiales, la relación de explotación por tanto no es tan evidente porque su realización no requiere de una máquina que contabilice tiempos y movimientos.

El trabajo del edecanaje contiene a un sujeto de investigación que puede ayudar a comprender algunas características de los trabajos en el capitalismo de los servicios actuales, en un país como México. Reconocer el papel que hoy se les otorga a las mujeres en los mercados de trabajo, comprender que es lo que se espera de las mujeres edecanes en términos de su participación en la generación de riqueza social, son aspectos que conciernen a esta tesis.

Sin embargo, lo más relevante, y por lo que considere pertinente este tema de investigación, fue el interés por indagar las razones por las cuales su materialización requiere de elementos que pertenecen al ámbito de la cultura, de la apropiación de símbolos y significados sociales que se reproducen en la vida cotidiana, pero que son reapropiados al momento de realizar la actividad de edecanaje.

En ese sentido, la perspectiva metodológica implementada en la investigación estuvo sustentada en el interés por identificar los aspectos culturales que inciden y moldean

las características del proceso de trabajo y de las relaciones laborales en las actividades de edecanaje. Con este enfoque quiero contribuir al uso de la dimensión cultural de la vida social, con un anclaje entre sociología y antropología social en los estudios laborales. Ello no significa que la cultura, como dimensión de la vida social, no exista en los estudios laborales. En los análisis del trabajo, desde la sociología del trabajo y los estudios laborales, la cultura está presente pero como una dimensión que configura las acciones de los sujetos en la realización de sus actividades laborales. Pero en la actividad laboral de las edecanes, los aspectos culturales son “la maquinaria específica” (Marx, 1984) y se insertan directamente en la realización del proceso de trabajo y, en algunos casos, ciertos aspectos culturales son directamente convertidas en procesos de trabajo.

1.5.2 Trabajo etnográfico, entrevistas, charlas informales y procesos de observación

Para responder la pregunta general de investigación y cumplir los objetivos planteados, seguí una estrategia metodológica basada en el análisis etnográfico, sustentada en la noción de que las experiencias y las percepciones de las personas constituyen un discurso social que puede ser interpretado, y que esas interpretaciones permiten comprender fenómenos sociales complejos (Geertz, 2005). De acuerdo con el enfoque etnográfico tradicional, la narrativa de los sujetos que viven los fenómenos en estudio permite visualizar e interpretar las experiencias que configuran realidades sociales.

Las narrativas de las trabajadoras entrevistadas para esta investigación fueron el principal insumo para el análisis del proceso que han vivido respecto a su situación laboral; sus narrativas, desde mi punto de vista, si bien no permiten establecer generalizaciones, sí permiten aproximarnos a sus realidades laborales pues, de acuerdo con Arfuch (2007), lo biográfico (que se expresa en la narrativa de la propia experiencia de los sujetos) es un espacio intermedio entre lo público y lo privado, donde la narración que hacen las personas sobre aspectos que tienen que ver con su vida, muestra el vínculo entre la experiencia personal y los aspectos sociales que han influido para que la experiencia exista. Así, al

recuperar y analizar las narrativas sobre las experiencias de las edecanes respecto a su labor, asumí el trabajo etnográfico como un instrumento metodológico e interpretativo que me permitió analizar la vivencia y la percepción de los sujetos desde sus propias narrativas. En ese sentido, Geertz apunta que en el análisis etnográfico:

Comenzamos con nuestras propias interpretaciones de lo que nuestros informantes son o piensan que son y luego las sistematizamos. Así, la etnografía como descripción densa consiste en interpretar los significados de la vida social – los flujos del discurso social – rescatando lo dicho y fijándolo para su consulta, desde una construcción microscópica de conocimientos (Geertz, 2005: 32).

De esta forma, abordé el trabajo empírico guiándome por las reglas elementales del procedimiento etnográfico señalado. Desde esa perspectiva, considero a la etnografía como una actividad constructora del conocimiento que obliga al investigador en campo a mantener relación con lo general y con las abstracciones teóricas (Rockwell, 2009). Esto significa que si bien los análisis presentados en esta tesis están fundamentados en lo observado y escuchado por parte de quienes participaron como informantes, tuve en todo momento en cuenta el marco estructural en los que se producen el proceso de trabajo que aquí se estudia. Para Elsie Rockwell (2009), toda etnografía debe estar enmarcada en un trabajo teórico que acompañe a la descripción en campo. Estos datos son presentados de manera descriptiva e interpretativa al mostrar los resultados a lo largo de los cuatro capítulos etnográficos de esta tesis.

El trabajo etnográfico realizado incluye diversas fuentes de información, dadas las características del problema de investigación y de las dimensiones elegidas para construirlo. El primer paso fue buscar elementos que permitieran conocer de qué modo se podría contactar a las edecanes, dado que cuando se inició la investigación no conocía a ninguna de estas trabajadoras salvo por el hecho de haber observado que existen mujeres que reparten folletos en diversas calles de la ciudad, o que están fuera de diversos negocios invitando a los transeúntes, así mismo porque en diferentes programas de televisión son

contratadas para prestar su imagen o para bailar. Mi conocimiento en términos generales se reducía a esos elementos.

Como en todo proceso de investigación, el primer procedimiento fue realizar una búsqueda de fuentes bibliográficas sobre el tema para conocer qué tipo de investigaciones existían en torno al fenómeno. Por ello fueron consultadas bases de datos de revistas y tesis de diferentes instituciones de México, como fue la biblioteca digital de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), el acervo del sistemas de bibliotecas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), las fuentes de la biblioteca Rosario Castellanos del Centro de Investigaciones y Estudios de Género de la UNAM, los recursos digitales de la biblioteca René Zavaleta Mercado de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede México (FLACSO), el acervo bibliográfico de la Escuela Nacional de Antropología e Historia (ENAH) y de la biblioteca José Vasconcelos, principalmente. Asimismo, fue utilizado el motor de búsqueda del *Google* académico para identificar la existencia de trabajos de corte internacional en la temática de esta tesis. Los textos identificados en esta búsqueda fueron relevantes para presentar y argumentar diferentes aspectos contenidos en la introducción de la tesis.

Paralelamente, se realizó un trabajo de identificación de fuentes no académicas en internet para conocer si existía información al respecto o no. Fue a través de esta búsqueda como identifiqué que una primera fuente de información valiosa provenía de las agencias de contratación de edecanes que promocionan sus servicios a través de portales con registro en el internet. Estas fueron una fuente de información importante debido a que en ellas pueden encontrarse los servicios que promocionan, así como datos de las trabajadoras, lo que me permitió un primer acercamiento respecto a cómo se construye el mercado de trabajo y cómo las agencias ponen en juego las cualidades estéticas y corporales de las trabajadoras para ofertar sus servicios. Este acercamiento permitió observar la condición jerarquizada a través de la cual se organiza a las edecanes en función de sus características físicas, situación que se pudo comprobar posteriormente con los acercamientos y las entrevistas realizadas a las trabajadoras. Pero la principal reconstrucción que se pudo realizar a partir de esos archivos fue el trabajo de observación

detallado de las fotografías, el cual me facilitó –junto a las narrativas- reconstruir los símbolos y significados asociados a la actividad que se expresan en la estética y en la corporalidad de las edecanes, cuyos resultados se presentan en el capítulo IV.

Una fuente adicional de información utilizada en esta tesis fue un conjunto de reportajes y notas periodísticas respecto al trabajo de las edecanes en México. En su mayoría, esa información está centrada en los debates en torno al cuestionamiento de la actividad por parte de diferentes grupos respecto a si el edecanaje constituye o no una forma de perpetuar estereotipos sobre la belleza y el erotismo de las mujeres. Este tipo de información fue de utilidad para el análisis e interpretación, en parte, de las formas en que se dan las relaciones laborales en esta actividad a partir de la recopilación de anotaciones de usuarios de internet vertidos en las secciones de comentarios de estos reportajes y noticias, resultados que se exponen en el tercer capítulo.

En función del análisis de la información recabada, se llevaron a cabo acercamientos a los lugares en donde conocía de antemano que las trabajadoras ejercen sus procesos de trabajo. En esta actividad los acercamientos a los lugares de trabajo presentaron un problema adicional debido a su carácter pluri-localizado - como se explica en el tercer capítulo, es decir, que no tienen espacios fijos de trabajo y así como por las jornadas laborales cortas que regularmente realizan –que suelen ser de entre dos y cuatro horas. Encontré, en ese sentido, que no era tarea sencilla saber en dónde van a realizar sus actividades, por lo que decidí comenzar a hacer recorridos por los diferentes espacios públicos en los que regularmente realizaban su actividad, como son centros comerciales, grandes almacenes de venta de mercancías, tiendas de productos para el hogar y concesionarias de automóviles, entre otros. Esto me permitió, por un lado, escribir en un diario de campo las observaciones realizadas en relación al proceso de trabajo, es decir, cómo realizan las diferentes actividades de imagen, promoción y animación, aspectos que se detallan en el capítulo III. En estos espacios comencé con los acercamientos a las trabajadoras para hacerles saber mi interés por conocer sus experiencias laborales. Inicialmente me pareció que abordarlas no sería tan difícil, dado que en algunos casos no suele haber nadie que aparentemente dirija el proceso de trabajo. Sin embargo, fue ahí que

conocí que son contratadas por hora y que los contratantes están al tanto de que se cumpla su actividad minuto a minuto, por lo que tenía que esperar que las trabajadoras concluyeran sus jornadas de trabajo para acercarme y concertar las entrevistas.

Este método resultó relativamente efectivo debido a que las trabajadoras alegaban prisa para hacer otras cosas, ir a otros eventos de trabajo o simplemente se negaban a la petición. Pero también hubo otras trabajadoras que me permitieron realizarles algunas preguntas o me compartieron algunos detalles sobre cómo realizan la actividad o las características de cada segmento dentro del edecanaje. También me permitieron acompañarlas a sus transportes e iban contestando a mis preguntas durante esos trayectos, que si bien fueron cortos, me permitieron ir reconstruyendo poco a poco los diferentes aspectos que configuran la actividad. Con algunas de ellas fue posible realizar encuentros posteriores para la aplicación de entrevistas a profundidad. Asimismo, a través de una persona conocida que me contactó con una edecán, tuve la oportunidad de conocer a otras tres trabajadoras que compartieron brevemente algunas de sus experiencias.

De ese trabajo empírico se logró, por un lado, hacer observación directa en los espacios antes mencionados –negocios, concesionarias, grandes almacenes – y concretar contactos para la programación de entrevistas. El establecimiento de contactos con las edecanes dio lugar a la realización de trece entrevistas, de las cuales siete fueron entrevistas a profundidad con base en un guion construido a partir de la información documental recabada y de la formulación del problema de investigación. Las otras seis consistieron en charlas en el contexto de sus espacios de trabajo, como se indicó antes. A partir de las entrevistas y las charlas reconstruí los aspectos relacionados al tipo de relación laboral que establecen las trabajadoras con las figuras patronales, en donde se encontró que al menos existen cuatro figuras importantes con las que cuentan para obtener eventos, configurando así relaciones patronales múltiples que describo en el segundo capítulo. Asimismo, esto permitió identificar aspectos sobre lo que requieren llevar a cabo antes de la jornada laboral y cómo es su relación con clientes y el público o consumidores que asisten a los diferentes negocios en donde prestan sus servicios.

Las entrevistas fueron segmentadas en función de las dimensiones y categorías de análisis propuestas en esta tesis. De esa segmentación derivan los fragmentos de entrevistas utilizados en los diferentes capítulos. Por otro lado, las narrativas de las edecanes con las que se sostuvieron conversaciones pero no entrevistas estructuradas, forman también parte del análisis e interpretación en el conjunto de la investigación, pues esas contribuyeron a identificar aspectos relevantes para el análisis.

El perfil de las siete entrevistadas fue relevante para los objetivos de investigación, en tanto fue posible incluir una relativa diversidad de experiencias y trayectorias en esta actividad laboral. Como se explicó y se detalla en el capítulo II, las edecanes son segmentadas en la organización del trabajo según sus características físicas, y ciertas habilidades y talentos que son importantes para realizar su actividad eficientemente. Para los propósitos de esta tesis fue importante realizar entrevistas con cada uno de los segmentos de esta organización –edecanes triple A, doble A mas, doble A y A- para obtener una visión sobre las especificidades de cada uno de los segmentos. Esto facilitó comprender cuales son las estrategias puestas en juego por parte de las edecanes que tienen trayectorias prestigiosas, así como las experiencias de las trabajadoras laborando en una diversidad muy amplia de espacios, marcas o negocios en los que se solicita su actividad. También, las edecanes entrevistadas se caracterizan por tener amplia experiencia dentro del campo del edecanaje, por lo que fue posible obtener una visión muy específica de los diferentes aspectos que lo componen.

En la tabla siguiente se presentan las características generales de las edecanes entrevistadas. Sus nombres son seudónimos por razones de confidencialidad.

Tabla 1. Perfil de las edecanes entrevistadas

NOMBRE	EDAD	AÑOS DE EXPERIENCIA	CLASIFICACIÓN
OLLIN	40 AÑOS	15 AÑOS DE EXPERIENCIA	EDECÁN AAA
NELLI	27 AÑOS	3 AÑOS DE EXPERIENCIA	EDECÁN A MAS
TLALI	35 AÑOS	17 AÑOS DE EXPERIENCIA	EDECÁN DOBLE A
NENET	35 AÑOS	9 AÑOS DE EXPERIENCIA	EDECÁN DOBLE A
YOHUALLI	30 AÑOS	10 AÑOS DE EXPERIENCIA	EDECÁN DOBLE A
MEZTLY	28 AÑOS	7 AÑOS DE EXPERIENCIA	EDECÁN A
AMEYAL	31 AÑOS	6 AÑOS DE EXPERIENCIA	EDECÁN A

Nota: Lista de las edecanes con quienes se obtuvieron las entrevistas a profundidad y que fueron seleccionadas como informantes clave por su fuerte conocimiento del campo de trabajo.

Fuente: Elaboración propia (2020).

Por otro lado, el acercamiento con representantes de agencias también fue problemático, debido, por un lado, a que solo es posible contactarlos a través de los *mails* que hacen públicos para ofertar sus servicios y de los que no obtuve respuesta; la siguiente opción fue dirigirme a las direcciones que ofrecen también en sus diferentes páginas de internet, con lo cual descubrí que se trataban, al menos para estos casos, de departamentos que no ofrecen ningún tipo de indicación respecto a sus servicios y que, además, requieren de autorización previa para poder tener acceso al edificio en los que se localizan. Sin embargo, fue posible concretar una charla con uno de esos representantes y tres mujeres modelos que estaban presentes al momento del contacto, con lo que se pudo obtener alguna información con la que fue posible contrastar algunas cuestiones del trabajo del modelaje en relación con el del edecanaje, lo que se expone en el capítulo IV.

Como fue indicado, una fuente de información importante para esta investigación fueron las observaciones que se realizaron en los momentos en que esperaba a que las

trabajadoras concluyeran sus jornadas laborales. Estas fueron principalmente en espacios públicos y no existía ningún tipo de inconveniente para estar presente. Pero en otros espacios donde también suelen prestar sus servicios eran de difícil el acceso porque son privados, como en diferentes exposiciones o en eventos deportivos que tienen un costo de entrada, como el espectáculo de la lucha libre, por ejemplo. La dificultad de acceso a ese tipo de eventos para poder hacer observación del trabajo y de las interacciones de las edecanes, fue posible sortearla con el uso de plataformas de video (en vivo y otras modalidades) en la red. A través de la observación de este tipo de material fue posible observar en qué consiste el proceso de trabajo en esos espacios y como varía la representación del performance, en algunos casos a la variante erótica, frente a la representación que está dirigida al grupo familiar y que se presenta principalmente en los espacios públicos. En ese sentido fueron realizadas diferentes observaciones, tanto presenciales, como a través de registro video-gráfico en negocios, almacenes, concesionarias, eventos de futbol, eventos en las luchas y eventos automovilísticos.

CAPÍTULO 2. ENTRE TERCERIZACIÓN, FLEXIBILIZACIÓN, PRECARIZACIÓN E INFORMALIDAD

2.1 Introducción

La subcontratación es una estrategia empresarial que supone la desarticulación del proceso productivo al interior de una empresa y el delegamiento de los eslabones productivos a empresas de tipo maquilador o de reclutamiento de mano de obra con quienes la empresa compradora mantiene relaciones jurídico-laborales difusas, es decir, los trabajadores encargados de la elaboración de alguna de las fases del proceso ya no son trabajadores directos de la empresa, lo que no le impide obtener ganancias del trabajo realizado en el proceso productivo delegado pero sin tener la obligación jurídica de garantizar la seguridad laboral y social, el bienestar y el salario de los trabajadores (Neffa, 2012: 83). Anteriormente, las empresas se caracterizaban por tener sus procesos productivos integrados verticalmente a su interior, lo que requería la contratación de más trabajadores, quienes contaban con beneficios adquiridos en luchas históricas conquistadas y materializadas en el contrato y salario fijo (Neffa, 2012: 83).

La tercerización es un tipo de subcontratación que se especializa en el reclutamiento y selección de trabajadores que sean capaces de realizar tareas específicas especializadas, ya sean estas permanentes o temporales, y que la empresa que los contrata gestiona y organiza para ponerlos a disposición de otra empresa.¹⁷ Otras estrategias acompañaron la necesidad de superar las limitantes de los modelos productivos vigentes hasta ese momento, ayudados de la tercera revolución tecnológica, como fue la organización del

¹⁷De la Garza (2012a) indica que existe un conjunto de conceptos relacionados con el de subcontratación, como son: outsourcing, tercerización, externalización, triangulación, contract labour, que son utilizados de diferentes formas de acuerdo a la región, la lengua, la tradición. Para los fines de esta tesis utilizaremos el término de tercerización para definir el “suministro de trabajadores a través de agencia de gestión de la mano de obra” (De la Garza, 2012a: 25) para definir conceptualmente la relación que establecen las agencias de contratación de edecanes con las diferentes empresas o negocios a las que venden sus servicios.

trabajo conocida como toyotismo y una nueva estrategia de relaciones laborales conocidas como flexibilización, entendida como el proceso de “facilitar el empleo y el despido (flexibilidad numérica), la movilidad interna de los trabajadores entre puestos, categorías, departamentos (flexibilidad funcional) y poner el salario en función de la productividad (la calidad, la puntualidad) (De la Garza, 2013: 321) aplicada a todas las empresas organizadas en red (Castells, 2011). Estas estrategias se caracterizan por el interés de reducir los costos de la producción, a través de la precarización definida como “la inseguridad y la inestabilidad del trabajo y empleo” (Neffa, 2012: 67) para sus trabajadores.

La gestión de la crisis capitalista y estas nuevas formas de organización empresarial se posibilitaron gracias a la expansión y evolución de las tecnologías de la información y la comunicación. Gracias al microprocesador y al internet, que tienen la virtud de instaurar diversas formas de comunicación y de relaciones sociales basadas en la electrónica y la digitalización, es que se reestructura el sistema capitalista como sistema tecno económico que permite el funcionamiento flexible de la red denominada por Castells (2011: 49) como *capitalismo informacional*.

En este capítulo se presenta la descripción y el análisis sobre cuatro formas que las edecanes usan para realizar sus actividades laborales. La primera proviene de las agencias de contratación formal que prestan servicios tercerizadamente a diferentes marcas o negocios y que son las encargadas de gestionar todo lo relacionado con el reclutamiento, selección, organización y pagos de las edecanes.

En la primera parte de este capítulo describo en qué consisten las actividades que realiza una edecán y cuáles son los criterios de selección específicos que agrupan a las diferentes trabajadoras a través de un sistema clasificatorio jerarquizado según determinadas cualidades físicas, habilidades y talentos, fundamentales para la realización del proceso de trabajo.

Asimismo, presento las formas de contratación, los recurrentes acuerdos bajo palabra incluso en la configuración formal del trabajo, y por lo tanto la precarización y deslaboralización como fenómenos constituyentes de esta actividad. Se muestra que la del

edecanaje es una actividad precarizada en tanto es una actividad insegura e inestable, que carece de protecciones ante riesgos laborales y de la posibilidad de negociación de las condiciones de trabajo con las figuras patronales (Neffa, 2012:67). Es deslaborizada en tanto para las agencias formales de contratación se crea la ficción jurídica de que no existe una relación laboral entre éstas y las trabajadoras, sino un acuerdo, entre personas, en el que la agencia se compromete a *representar* a la edecán pero no a asegurarle derechos laborales. Definimos deslaborización como “la capacidad de la empresa para eludir el derecho laboral en su relación con los trabajadores participantes en la producción de bienes o servicios [...] dando paso a una relación de trabajo, que antes regulada por el derecho laboral, ahora se realiza a través del derecho civil ” (Celis y Valencia, 2012: 391).

Asimismo, se presentan hallazgos sobre la configuración específica que adquiere la estrategia empresarial de flexibilización laboral en esta actividad, caracterizada por poner en el centro aspectos corporales, estéticos, emocionales y habilidades performáticas de las edecanes. Esta configuración laboral concreta articula diferentes formas de flexibilización como es la salarial, la flexibilización de horarios y días de trabajo, y de los espacios de trabajo a partir de los elementos antes mencionados.

Por último se presentan las otras tres formas en que las edecanes se insertan en la actividad y que son resultado de estrategias de informalización del trabajo para mitigar la precarización prevaleciente en las agencias formales. Es a través de redes informales de contratación y negociaciones individualizadas entre edecán y el cliente final que utiliza sus servicios, como las trabajadoras han logrado aumentar un poco más sus ingresos y pasar por alto ciertos requerimientos obligatorios de las agencias formales.

En ese sentido, analizamos el gradual proceso que implicó pasar de la actividad de agencias formales flexibilizadas y deslaborizadas —que cada día es más obsoleta en este campo laboral—, a la informalización del trabajo como una estrategia desde abajo configurada por las propias edecanes para reapropiarse del fruto de su trabajo expropiado por las agencias formales de tercerización.

2.2 Tercerización en el trabajo de las edecanes

El surgimiento y ampliación de diferentes agencias de contratación y de prestación de servicios tiene relación con la expansión y el uso intensivo de las nuevas tecnologías de la información en diferentes países, lo que posibilita la organización en red entre agencias y empresas alrededor del mundo. La ampliación de estas tecnologías ha permitido que diversos individuos o grupos poseedores de capital se organicen para prestar servicios a negocios y empresas que requieren de su labor fundamentalmente en las áreas que no son centrales dentro del proceso productivo sino en áreas especializadas como —en el caso de esta investigación— es la promoción y venta de un producto o en la prestación de un servicio. Esta estrategia de obtención de trabajadoras y trabajadores por parte de las empresas para realizar tareas que no son centrales dentro del proceso productivo, pero que son necesarias en el conjunto de las actividades laborales para que una empresa pueda funcionar y/o vender su producto en el mercado, es la de tercerización.

Existe amplia variedad de agencias que tienen como objetivo producir bienes intangibles, entre ellos la imagen de una empresa o de un negocio. Funcionan como intermediarias para gestionar todas las actividades relacionadas a proporcionar esa imagen: encontrar espacios para distribuirla y ofertarla (como son las empresas de medios que compran espacios en los canales informativos), empresas de publicidad, empresas digitales vinculadas a las redes sociales, entre otras. Dentro de esta variedad de intermediarios encontramos que existe otra gama de actividades que tiene como propósito ser el vehículo para vender diferentes productos o servicios a través de personas que *simbolicen* con su presencia a través de un *performance laboral* (Nieto, 2017: 40), lo que las empresas o negocios consideran que podría atraer al cliente para comprar el producto. Esas actividades están directamente vinculadas a los aspectos de la distribución y el consumo; se alejan de la producción del producto o servicio, para concentrarse en la fase final, en realizar su mercancía, es decir, generar su venta, lo cual sin duda resulta una actividad fundamental.

Las actividades laborales que nos interesan, por lo tanto, no se caracterizan por producir objetos materiales sino que, a través de *personificaciones* sustentadas en formas de lucir, vestirse y comportarse, los y las trabajadoras producen experiencias subjetivas para generar un efecto entre los consumidores finales del producto o del servicio. Su objetivo principal es inducir sentimientos, emociones, fantasías o deseos para incitar a comprar un producto, adquirir un servicio o asistir a algún evento, es decir, realizan *trabajo emocional* (Hochschild, 2003: 7) dirigido a los consumidores para lograr estos propósitos.

Las agencias que se dedican a gestionar la actividad relacionada con brindar un rostro mediante trabajadores que encarnen —a través de la apariencia y el comportamiento— la imagen que la marca o negocio desea proyectar, suelen agrupar y ofertar actividades diferenciadas para este mismo propósito, dependiendo del capital de estas agencias o del sector al que desee brindar su servicio. En el caso de las agencias que ofertan la actividad de edecanes, suelen adscribirse a un modelo de negocios en el que gestionan las siguientes actividades: modelos, edecanes, animadores, *gios* (edecanes hombres), demo-edecanes (labor que explicare más adelante) y, en ocasiones, también ofrecen el trabajo de *zanqueros* y *botargueros*.¹⁸ Como se mencionó, la labor que comparten todos estos trabajadores es que a través de diversos *performance laborales* puedan atraer la atención de los potenciales clientes, incentivar la venta, y generar un reconocimiento de la marca o de un negocio.

De entre estas trabajadoras y trabajadores, quienes tienen mayor raigambre o presencia en las representaciones sociales son las modelos y edecanes, tanto por su

¹⁸ Por razones analíticas dejaré a un lado la actividad de los zanqueros, de las botargas y los gios. Los zanqueros son aquellos individuos que utilizan un par de pilares de madera en los pies para ganar una gran altura sobre el nivel del suelo y parecer de unos tres metros. Suelen ir caracterizados con ropas de origen bufonesco. Las botargas son personas con disfraces amplios que antiguamente se utilizaban en las representaciones medievales y que en la actualidad se utilizan para animar y publicitar a una marca o negocio. Aunque todas las actividades comparten la función de crear atmosferas de atracción para los clientes a través de *performances laborales*, estas requieren habilidades diferenciadas en relación a las edecanes. Solo mencionar que estas actividades muestran una clara división sexual del trabajo en tanto edecanes suelen ser mujeres, exceptuando a los *gios* —edecanes hombres— pero que representan una minoría, frente a los trabajadores zanqueros y botargas que suelen ser los trabajadores varones.

presencia en los medios masivos de comunicación como por sus vínculos con personajes públicos de la industria del entretenimiento o de la política. Por supuesto que las trabajadoras que forman parte de los medios masivos como es la televisión son una minoría, pero forman parte de las representaciones que pueden motivar la decisión de cientos de jóvenes por incursionar en estas actividades, sobre todo la del modelaje que tiene una valoración social positiva frente a la de las edecanes que suele tener una valoración social negativa o peyorativa, aunque como veremos a lo largo de la investigación, las edecanes que cumplen con ciertos criterios estéticos suelen realizar ambas actividades.

El propósito manifiesto de las agencias que proveen una imagen a los negocios es que a través del trabajo que lleva a cabo la edecán se logre impulsar y promocionar la venta de la mercancía o servicio del contratante, atraer potenciales clientes y fortalecer la imagen de la empresa o marca mediante diversos procedimientos. De entre ellos se encuentran: los *lanzamientos de marca*,¹⁹ que son eventos corporativos por medio de los cuales se presenta por primera vez en el mercado un producto o servicio del negocio contratante. Con esa estrategia buscan introducir a una marca en el mercado y que el cliente logre diferenciar la marca del resto de las opciones ya existentes. Otro procedimiento es el que se da a través de la promoción mediante *stands*²⁰, los cuales son espacios que obtiene una empresa dentro de diversas exposiciones o ferias a través de las cuales se exponen los productos, en donde se atiende a los visitantes y que buscan representar la identidad corporativa de la empresa.

También existen las *activaciones de marca*,²¹ que son actividades de promoción que pretenden crear experiencias únicas e identificables por el cliente para que éste pueda recordar a la empresa. Todas estas estrategias de promoción de marcas de empresas o negocios se caracterizan por realizar un tipo de *marketing* que incluye interacciones directas con el consumidor, a diferencia de la publicidad tradicional no directa.

¹⁹ Información obtenida de : <https://cccartagena.com/tipos-de-eventos-ideales-para-lanzamientos-de-marcas-o-productos/>

²⁰ Información obtenida de: <https://faunostudio.com/2019/10/11/que-es-un-stand/>

²¹ Información obtenida de: <https://desnudandoelmarketing.com/que-es-una-activacion-de-marca/>.

Los clientes también suelen solicitar a estas agencias el trabajo de las edecanes para ser la imagen y parte organizativa de eventos como son congresos, en donde las edecanes realizan actividades de atención a los visitantes y se encargan de aspectos relacionados a lograr que el evento funcione sin contratiempos.

Por último, las edecanes pueden ser contratadas para negocios de menor tamaño en los cuales promocionan el producto o servicio para tratar de incentivar la venta en lugares como son restaurantes, bares, antros, tortillerías, misceláneas, es decir, las edecanes son también ampliamente contratadas por clientes insertos en la denominada economía popular.

En términos generales, la intención es aludir a la experiencia sensorial de los consumidores, proporcionando experiencias estéticas y emocionales a través de una “economía gestual aprendida” (Wolkowitz, 2006: 172) por parte de las edecanes, mediante las cualidades estéticas de su cuerpo y a partir de diversos “significantes materiales que envían mensajes particulares a los clientes” (Wolkowitz, 2006: 172) como son la vestimenta de las edecanes, la presentación del lugar y la del producto, para que contribuyan “directamente a la popularidad del lugar (o del producto) entre su clientela objetivo y, por lo tanto, a la rentabilidad de la empresa” (Wolkowitz, 2006: 86).

En palabras de un representante de agencia de edecanes, los servicios que prestan son los siguientes:

Hacemos el manejo de modelos, edecanes y promotoras para eventos, inauguraciones, cosas de esas. La agencia busca resaltar la imagen de los productos de una marca para aumentar sus posibilidades de venta e impactar en una imagen corporativa, que es lo más importante actualmente en los negocios. Hemos dirigido eventos tratando de aportar una imagen divertida y juvenil para nuestros clientes para que un evento o producto logre impactar mediante su publicidad o promoción, que es de lo que nosotros nos encargamos al ofrecer el servicio a cualquier empresa que quiera mejorar su imagen o posicionar su marca (Representante de agencia, 2020).

En ese sentido, las diferentes empresas y negocios establecen una relación laboral con la empresa tercerizadamente, donde las primeras buscan los servicios de la agencia para que gestione todo los aspectos laborales con las trabajadoras dedicadas al edecanaje, por lo que la empresa que contrata pacta directamente con los representantes de las agencias los aspectos relacionados al tiempo de la promoción, los horarios de trabajo y el pago por los servicios prestados. Son las agencias las que se dedican a reclutar, gestionar y organizar la actividad laboral de las edecanes y son estas también quienes establecen las reglas de cuál es la estructura de reclutamiento de las trabajadoras y a las que todas las demás configuraciones se ciñen. Hay que acotar que el esquema de relación laboral que presento a continuación funciona para empresas registradas formalmente y en donde la agencia funge como intermediaria entre la trabajadora y la empresa que contrata el servicio. Más adelante explicaré los otros tipos de relaciones laborales que también configuran la actividad.

El contacto que establecen las marcas o negocios con las agencias de contratación se realiza, inicialmente, mediante diversas plataformas de internet, las cuales tienen *catálogos* en los que aparecen las trabajadoras a través de fotografías y especificaciones sobre sus características físicas. Al ser las edecanes integradas como parte de las trabajadoras de las agencias, estas proporcionan un *book* de fotografías²² que contiene la siguiente información: nacionalidad, estatura, edad, medidas de pecho, caderas y cintura; en algunas ocasiones, se especifica el tamaño del pie, el color de ojos y el color de la piel.²³ Esta información es la que aparece en las páginas oficiales de las agencias y a la que los clientes acceden para seleccionar a la o las edecanes con la que quieren realizar su evento. Algunas páginas pueden ofrecer solo la fotografía de la edecán y no detallar características físicas y otras pueden incluir las habilidades y la experiencia de la edecán en el medio, son cuestiones que dependen de lo que desee proyectar cada agencia.

²²“Álbum de fotos de carácter profesional; por ejemplo, el de una modelo” (Moliner, 2007: 418).

²³ Información recabada en charla con representante de una agencia durante el 2020, que adicionalmente pudo ser corroborada en páginas oficiales de agencias de edecanes. Al respecto véase los siguientes enlaces: <https://www.agenciademodelosyedecanes.com/>, <https://tokamodelos.com/>.

El criterio para las fotografías, especialmente dentro de las agencias formales, es que deben ser tomadas por un profesional e incluir: una en la que aparezcan con vestido corto pero completo que simbolice elegancia, otra en la que aparezcan con vestido casual que simbolice cotidianidad y formalidad, y otra en donde porten traje de baño de dos piezas o ropa especialmente ceñida para simbolizar erotismo. Finalmente, una fotografía en algún evento portando el uniforme respectivo. Esas fotografías son parte importante para ofrecer sus servicios a diferentes agencias y es material para el trabajo en el que las trabajadoras deben invertir. Algunas agencias suelen también filmar videos que comparten en la red para presentar a las edecanes, videos en los cuales mencionan su nombre y su edad, posan para las cámaras y en, algunos casos, realizan un poco de baile.

Mediante dicho catálogo se pretende que el cliente seleccione a la o las trabajadoras que elegirá bajo los criterios de, por un lado, las características físicas que posea la trabajadora y, por otro, de determinadas habilidades interaccionales, emocionales y performáticas incorporadas. La agencia, si el cliente lo solicita, puede sugerir a la trabajadora idónea según los requerimientos para el tipo de evento que se va a llevar a cabo, es decir, si necesita que la trabajadora sepa bailar, sea eficiente hablando a través del micrófono o tenga conocimiento sobre algún producto específico; la empresa seleccionara quien de las trabajadoras posee las características que el cliente necesita.

Los clientes también pueden involucrarse directamente en el proceso de selección de las trabajadoras mediante *castings*²⁴ presenciales, en donde se dan cita tanto los representantes de la agencia, como los de la marca, proceso que detallaré más adelante en este capítulo.

Bajo este esquema de relaciones laborales, la agencia es la que gestiona el proceso de selección de cada edecán y quien le asigna discrecionalmente los eventos que considera se ajustan a las cualidades o habilidades que posea. Asimismo es la que negocia con el cliente el pago, las horas de la prestación del servicio y la exhibición estética en forma de

²⁴ “Conjunto de pruebas que se realizan para seleccionar actores o modelos” (Moliner, 2007: 580).

vestido, trajes, uniforme y maquillaje que debe portar la edecán durante la realización del performance laboral.

2.3 Construcción del mercado de trabajo

El mercado de trabajo en la actividad de edecanaje está constituido por un sector principalmente de mujeres jóvenes, de entre 18 y 35 años, aunque como se verá más adelante es posible mantenerse dentro de esta actividad después de los 40 años, pero bajo estrictos regímenes de dieta, cuidados y ejercicios, es decir de disciplinas corporales, que deben realizar las edecanes y que dentro de la actividad se convierte en trabajo corporal²⁵ realizado fuera de las jornadas formales de trabajo. En ese sentido la apariencia física sostenida en criterios estéticos, de género, de clase y aspectos racializados (Wharton, 2009:52) inscritos en los cuerpos de las edecanes que sirven como significantes, son de los criterios más relevantes en la construcción del mercado de trabajo y en la decisión de selección considerada por parte de los clientes, representantes de marcas o negocios quienes buscan estas cualidades para atraer a posibles consumidores. Aunque este es el eje primordial de contratación de las trabajadoras, ellas requieren de la posesión de diversos aspectos tanto para ser contratadas como para realizar su trabajo eficientemente: capacidad para crear cierta exhibición (Humphrey, Ashforth, Diefendorff, 2015, 751) facial y corporal —belleza, elegancia, sensualidad, erotismo—; capacidad para representar ciertos códigos de interacción —extroversión, facilidad de palabra, relacionarse eficientemente con los clientes—; capacidad de representar ciertas reglas de exhibición emocional (Humphrey, Ashforth y Diefendorff: 2015, 159) —amabilidad, alegría, empatía, calidez, ternura—; y también algunos talentos personales que pueden ser relevantes para que la trabajadora obtenga mejores ingresos, como es la capacidad para memorizar las cualidades de los

²⁵ A lo largo del capítulo referiré trabajo corporal como las: “técnicas propias, incluidas la dieta, el ejercicio o el consumo de servicios como cirugía estética u otros tratamientos de belleza” (Wolkowitz, 2006: 17).

productos que promocionan, hablar dos o más idiomas, facilidad para el baile y el canto, entre las principales.

Asimismo, los criterios corporales y estéticos para la contratación están sustentadas en una cantidad importante de trabajo corporal incorporado²⁶ fuera del mundo laboral, estos son: la delgadez, la altura, la voluptuosidad o la forma del cuerpo, mantener el cabello y rostros cuidados, y que puedan —a través de prácticas y conocimientos, lo que se explica más adelante— mantener el cuerpo y que sepan adornarlo con vestimenta y maquillaje. Todas estas competencias mencionadas se han interiorizado antes de la realización del trabajo de las edecanes, pero también se van desarrollando a la largo de la trayectoria laboral.

Todos estos elementos son parte de las *reglas de exhibición* (Humphrey, Ashforth y Diefendorff: 2015: 159), concepto pertinente para explicar “porqué las organizaciones no pueden regular directamente estados emocionales no observables, solo manifestaciones externas de emociones” es decir la regulación de la conducta. Es esa una crítica realizada a Hochschild devenida de su concepto de “reglas de sentimientos” (Hochschild, 2003: 62) que se refiere a la normativa social sobre como sentir y expresar los sentimientos en determinados contextos. No obstante, desde la visión multidimensional que sostengo en esta tesis, sugiero que el concepto puede extenderse a: reglas de exhibición corporal, estética, emocional y performática, lo que constituye una gestión multidimensional de componentes sensibles por parte de las agencias de edecanes.

Pero son reglas institucionales de exhibición que no son enseñadas por las agencias la mayor parte de las veces, es decir, las edecanes no reciben capacitación o instrucción formal (como sí lo hacen las azafatas estudiadas por Hochschild, por ejemplo) sino que se interiorizan a partir de códigos aprendidos mediante la observación de la conducta de otras

²⁶ Al respecto Witz, Warhurst y Nickson (2003: 40) indican lo siguiente: “Las disposiciones incorporadas se refieren a formas sostenibles de pararse, hablar, caminar y, por lo tanto, de sentir y pensar. Las elaboradas técnicas de trabajo corporal, disciplina, cuidado y reparación son, a su vez, necesarias para desarrollar nuevos esquemas corporales o disposiciones incorporadas que no se fijan de una vez por todas. para ser efectivos, estos requieren doxa -una creencia práctica- que alinee la praxis encarnada con el *habitus*”.

edecanes, a través la operativización del *habitus* que indica determinadas reglas sociales del comportamiento adecuado para las mujeres y mediante la señalización por parte de las agencias de ciertas reglas generales.

Las dimensiones antes mencionadas forman parte de los diversos capitales²⁷ incorporados por lo regular fuera del mundo del trabajo —pero desarrollados e incrementados durante sus trayectorias— que las trabajadoras poseen y que las agencias se apropian y mercantilizan para obtener una ganancia. Los capitales que las trabajadoras ponen en juego dentro de la actividad laboral y de los cuales las agencias se apropian son: *capitales estético-corporales* —belleza natural y trabajada, estatura, delgadez, voluptuosidad—, *capitales emocionales* —simpatía, gracia, gestión de las emociones frente a clientes molestos—, *capitales interaccionales* —extroversión, facilidad de palabra, capacidad para atraer clientes—, y *capitales performáticos* —desplegar sensualidad, erotismo, ternura, amabilidad, felicidad.

Estos elementos, que a lo largo de la tesis entenderemos como capitales, pueden observarse desde el punto de vista de un representante de agencia en el siguiente extracto de entrevista, que permite comprender en términos generales como las agencias se apropian de estos capitales para ponerlos en juego durante el proceso de trabajo y cómo se configura, a partir de esta actividad, un modelo de negocios en el que se gestionan institucionalmente múltiples componentes sensibles que caracterizan a las trabajadoras:

En nuestra empresa tenemos edecanes con buenas capacidades: dinamismo y presencia para entretener e interactuar con los asistentes a los diferentes eventos, organizar bailes, entretener y animar. También manejamos a demostradoras, que son chicas dinámicas que promueven, venden y dan demostraciones, su objetivo es impulsar directamente las ventas y que las marcas sean conocidas por la mayor cantidad de consumidores. Los promotores son muy importantes porque realizan inventarios, rol de tiendas, pedidos y actualización de precios. Otro grupo que manejamos son los supervisores, que

²⁷ Deben entenderse como posesiones incorporadas en los sujetos-agentes, ya sea a través de la herencia o de la adquisición (Bourdieu, 2012).

son lo que realizan como su nombre lo dice, el papel de supervisar al personal, vigilarlos, dar altas y bajar y hacer reportes. Otros talentos que tenemos son a los botargueros que son personas que bailan y dan animación en eventos de los negocios, sobre todo en inauguraciones y aniversarios. También Los gios y animadores, que sus principales funciones son de entretenimiento, animación, baile y animación además de que tienen una buena presencia, son carismáticos y (tienen) una actitud de servicio (Representante de agencia, 2020).

Como veremos a lo largo de la tesis, las edecanes utilizan esos capitales apropiados y mercantilizados por las agencias para movilizarlos mediante estrategias tomadas a partir de su sentido práctico²⁸ dentro del campo del edecanaje, y así, incrementar sus ingresos y ganar posiciones prestigiosas —trayectorias que las posicionan como edecanes famosas—, siempre y cuando se adhieran a las reglas del campo y que se relacionan con la capacidad que puedan desarrollar para 1) mantener la juventud, entendida como categoría social y no biológica, 2) mostrarse sensuales y eróticas cuando es necesario en el proceso de trabajo, así como 3) ser “receptivas” a los consumidores.

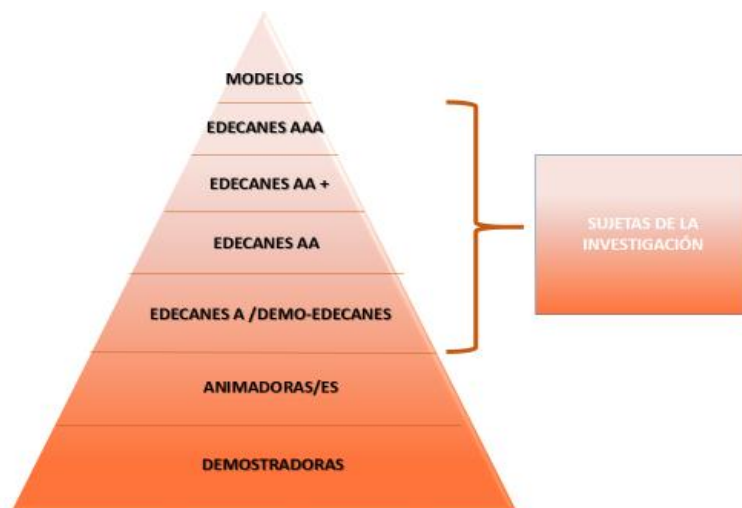
En ese sentido entendemos el trabajo de las edecanes como un campo (Bourdieu en Bourdieu y Wacquant, 2005: 150) —compuesto en términos generales por las agencias, las edecanes, los clientes, y consumidores—, un microcosmos social con sus propias reglas en el que las edecanes no solo son reclutadas y explotadas sino que ponen en juego los capitales y en el que se dan luchas por posicionarse de entre las edecanes más reconocidas y por lo tanto más contratadas.

De acuerdo con la posesión o carencia de algunas de estos capitales, se les organiza por medio de un *sistema clasificatorio*, más o menos estandarizado. Es a través de ese sistema que se establecen los ingresos económicos que podrán obtener las trabajadoras y que se determinan los espacios laborales en los que realizará la actividad. El sistema jerarquizado que organiza el trabajo, tiene la estructura que puede verse en el siguiente

²⁸ Sistema adquirido de preferencias de principios de visión y de división de estructuras cognitivas duraderas (Bourdieu, 2012).

esquema. En esta tesis analicé los estratos intermedios, que corresponden al trabajo de las edecanes:

Esquema 2. Clasificación y jerarquización de las trabajadoras



Fuente: Elaboración propia (2019).

En este sistema clasificatorio, el trabajo está jerarquizado, y esto se logra estratificando a las trabajadoras de acuerdo a la posesión y desarrollo de sus capitales, a las características físicas y cualidades estéticas que poseen y que han desarrollado a través de la incorporación de trabajo corporal, al tipo de ejecución o serie de performance laborales que deben realizar, y al conjunto de habilidades emocionales y talentos que sean capaces de desplegar durante el proceso de trabajo. Lo describo como un sistema jerarquizado, por un lado, debido a que en el escalón más bajo de esta pirámide se pagan los salarios más bajos y según se va ascendiendo de segmento los ingresos de las trabajadoras son mayores. También, porque este sistema clasificatorio, comienza en la base al clasificar a las edecanes

con características de “*belleza sencilla*”²⁹ categoría que utilizan tanto los representantes de las agencias como las propias edecanes, hasta las mujeres “*divinas*” de “*rasgos fuera de lo común*”, descriptores utilizados no sólo para describir sino para clasificar a las trabajadoras de los dos segmentos superiores de la pirámide. Estas caracterizaciones físicas aparecen acompañadas en conjunción con las habilidades y talentos que acabamos de describir y que a continuación se desarrollaran a partir de las propias narrativas de las entrevistadas.

A partir de tales aspectos se puede apreciar que las edecanes se conciben a sí mismas, en términos laborales, como ocupantes de algún segmento de trabajadoras en la pirámide indicada, cada una con características y espacios laborales diferenciados. No obstante, en diferentes momentos de su trayectoria laboral pueden realizar alguna actividad perteneciente a cualquiera de los otros segmentos aunque, por lo general, cada uno de ellos tiene sus sectores, productos y actividades específicas.

Las propias trabajadoras comienzan, en sus narrativas, exponiendo las características de las trabajadoras que están en la base del sistema clasificatorio jerarquizado, que son *las demostradoras*. Esas trabajadoras, principalmente mujeres, están en la base no solo porque reciben los salarios más bajos del conjunto de las clasificaciones de edecanes, sino también porque suele ser el conjunto que agrupa al mayor número de trabajadoras y por lo tanto los capitales corporales, estéticos y etarios no suelen ser relevantes dentro de esta clasificación, lo que implica que en ese segmento se pueden encontrar mujeres que pasan de los 40 años, que no necesariamente son delgadas como sí es la exigencia en las otras clasificaciones. Tampoco es requisito, dentro del proceso de trabajo, la utilización de recursos estético- ornamentales como es la vestimenta, arreglos o el maquillaje. Especialmente, se requiere uniforme blanco, el uso de cabello recogido, cofia y guantes para el correcto manejo de los alimentos. Ellas deben ser capaces de realizar una

²⁹ De aquí en adelante las narrativas entrecomilladas que no tienen una referencia directa forman parte de las narrativas y las descripciones generales que fueron hechas tanto por edecanes como por un representante de agencia durante charlas informales que sostuve con ellas en un periodo entre el 2019 y el 2020.

labor de venta de productos alimenticios —lácteos y embutidos sobre todo— para lograr el mayor número de ventas posibles.

Así como el perfil de trabajadoras varía en las clasificaciones de edecanes, sus condiciones de trabajo y las relaciones laborales que establecen con la agencia son distintas. Las demostradoras, a pesar de percibir ingresos menores que en las otras clasificaciones, suelen trabajar un mayor número de horas y de días durante periodos prolongados, principalmente en centros comerciales. De estas trabajadoras suele requerirse un mayor número dada la extensa demanda que se requiere para todos los centros comerciales existentes en la Ciudad de México, por lo que ellas suelen firmar contratos que regularmente se extiende a varios meses. En ese sentido es un trabajo que, en ocasiones, puede ser conveniente, por ejemplo, para posibles futuras edecanes que están comenzando y que todavía no han generado los suficientes capitales sociales y laborales para obtener una gran cantidad de eventos como edecanes y encuentran que como demostradoras, aunque el salario y el prestigio laboral sea menor, pueden trabajar durante periodos prolongados de tiempo en lo que van posicionándose dentro del campo. Este es el caso de una de las edecanes entrevistada, quien trabajó como demostradora unos años antes de pasar definitivamente a las actividades de edecán animadora:

Pues bueno, yo ya tengo 17 años trabajando en el medio, tengo 35 años, entonces tengo desde los 18 que empecé a trabajar, pues ya sabes, entré a trabajar a una empresa donde hacían fiestas infantiles y vendía cositas de piñatas, platos y cosas para fiestas y de ahí me llevaron a trabajar a los eventos y de ahí, pues me pagaban muy, muy poquito, porque aparte tenía 18 años y de ahí pues conocí a una chica, me llevó a un casting, me decía: «joye, es que tú tienes como actitud para trabajar!, y el perfil ahora es muy importante», entonces me llevó al casting y mi primer trabajo fue como edecán animadora, fue en ACT II³⁰, me llevó a una agencia, me quedé en el casting y pues ya trabajé yo ahí, así fue como llegué a trabajar en esto. Después de ahí entré a trabajar como demostradora, en una agencia, la verdad es que no nos pagaban bien, era un trabajo fijo, como que bajé mi categoría porque se recibe un mejor sueldo

³⁰ Act II es una marca estadounidense de palomitas de maíz para microondas.

como animadora o edecán que de demostradora obviamente, pero como este era un trabajo fijo y pues al final eran tres días a la semana y era fijo, estuve ahí en esa agencia trabajando cinco años. Ya después brinqué a demostradora, y después, pues ya estando en el medio, trabajaba en Bodegas Aurrera³¹, Walmart³², todo eso para Kelloggs³³, y pues vas conociendo más chicas, vas pues viendo todas las que trabajan, vas viendo chicas que sí van de edecanes, que van de animadoras, uno se va pasando los números, ¡oye de que agencias eres!, ¡no yo en tal!, ¡no que [en] tal agencia son muy estrictos y no pagan tan bien, no te dan seguro! Y bueno, ya... entre el ambiente laboral, entre todas las chicas ya te vas haciendo como de números, pues ya te gritan el pitazo ¿no?: ¡va a haber casting en tal lado!.. ¿no? y ¡van a pagar tal sueldo! (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

En este extracto de entrevista podemos observar no solo la posibilidad de generar largas trayectorias dentro del campo laboral, sino la potencialidad que existe de transitar de un segmento a otro, por lo que, de acuerdo a lo observado, los primeros segmentos pueden servir como plataformas para que, con la experiencia y con el desarrollo de los diferentes capitales relevantes que ponen en juego dentro del campo, las trabajadoras que se mantienen a través del tiempo en la actividad, pueden subir de segmento, mejorar sus ingresos y ganar notoriedad.

En ese sentido, como se mencionó, es conveniente destacar que el sistema clasificatorio jerarquizado funciona como parte del campo, en tanto las trayectorias laborales de las trabajadoras están construidas en función de elecciones estratégicas que les permiten posicionarse en su ámbito laboral (en su campo laboral), asumiendo las reglas del juego, lo que detallo más adelante, agregando capitales a sus trayectorias y, en suma, moviéndose en los diferentes segmentos cuando eso es posible en función de sus características físicas, sus habilidades y sus talentos. Ello implica que el sistema clasificatorio del que estamos tratando no impone posiciones estáticas a lo largo del tiempo sino que allí

³¹ Tienda de autoservicio en México.

³² Corporación multinacional de tiendas de origen estadounidense que opera cadenas de grandes almacenes.

³³ Compañía multinacional agroalimentaria estadounidense.

existe movilidad en función de la capacidad de agencia y de las estrategias de las trabajadoras.

En las entrevistas fue mencionada con cierta regularidad una actividad intermedia entre las demostradoras y las edecanes, que también brindan las agencias o que piden los clientes, que es la *de las y los animadores promotores* que, como se describirá más adelante, hacen labores de animación parecida a las de las *edecanes animadoras*, es decir, a través de diversas dinámicas invitan, atraen a posibles consumidores por ejemplo hablando a través de los micrófonos al exterior de los negocios o al interior de los grandes almacenes, realizando diversas actividades de entretenimiento, organizando juegos entre los consumidores de los productos y los servicios. Pueden llegar incluso a bailar y en términos generales utilizar los capitales emocionales e interaccionales que tienen para tratar con las personas: su simpatía, gracia, y su seguridad para hablar con micrófono en espacios públicos para llamar la atención. Este tipo de trabajadoras se encuentran en un espacio intermedio —entre las demostradoras y el resto de las edecanes— debido a que, cómo en el caso de las demostradoras, no se les exigen como criterios de contratación aspectos etarios o una estética corporal específica, incluso los hombres suelen estar muy presentes en este segmento como trabajadores; en ocasiones, incluso comparten el proceso de trabajo con edecanes, dirigiendo algún evento o bailando con ellas durante la realización del performance. Los animadores suelen portar camisas con el nombre de las marcas para hacerlos identificables, o incluso pueden portar diferentes tipos de disfraces, y como se acaba de mencionar pueden ser varones o mujeres en sus cuarenta años, entre quienes los criterios estéticos y corporales, —en especial la altura y delgadez— no son relevantes.

En el segmento superior al de las demostradoras se encuentran las *edecanes A* que pertenecen al segmento inferior en la categoría propiamente de las edecanes (es decir, que no incluye ni a las demostradoras ni a las modelos). Las edecanes A se distinguen de demostradoras y animadores por la relevancia que adquieren los capitales corporales y estéticos para ser definidas como tales. Este segmento de trabajadoras fue definido en las narrativas tanto de las propias edecanes como de los representantes de las agencias, como

chicas *“con presencia”*; las distinguen como mujeres en la cuales *“se busca belleza física pero no rasgos fuera de lo común”*, *“de buena presentación”* de *“bonita cara”*, como mujeres *“delgadas, que a simple vista se ven bonitas”*. También se dice de ellas que *“están bonitas de cara, pero no tienen cuerpazo, y tampoco tienen estatura”*, y que es importante que tenga un *“trato amable y experiencia”*.

Entre los criterios de inclusión en este segmento se encuentran especificaciones sobre la estatura: se espera que midan de entre 1.60 a 1.65 metros — de menor tamaño que el resto de las edecanes — y también existen especificaciones sobre la talla, por ejemplo pueden explicitar en las solicitudes de trabajo que su talla corporal sea *“de 3 a 11 como máximo”* o también entre *“5, 7 y 9”*, sin embargo no se especifican medidas, como en los segmentos siguientes. Para algunas agencias, las edecanes A son conocidas también como *demoedecanes*, trabajadoras que se dedican específicamente a promover degustaciones o regalo de productos al interior de grandes almacenes. Se les puede ver frecuentemente en supermercados y tiendas de autoservicio y se diferencian de las demostradoras, no solo por tener un perfil corporal y estético específico sino porque las primeras ofrecen degustaciones y procuran que los consumidores compren alimentos frente a las demo-edecanes que ofertan otro tipo de productos como son vinos, refrescos, teléfonos, llantas y una diversidad de productos asociados a lo masculino. Sus espacios laborales no se restringen a los grandes almacenes, sino que se extienden a restaurantes, bares, tiendas de abarrotes o las propias calles de la ciudad.

Entre las calificaciones requeridas para contratar a las edecanes A, es usual solicitar que, al menos, cuenten con la instrucción de preparatoria trunca, no necesariamente tienen conocimientos de inglés (y no es necesario) dado que el público al que se dirigen es al nacional. Pero lo realmente importante para este segmento son los *“recursos psíquicos y afectivos —que los jóvenes trabajadores han adquirido y acumulado a lo largo de su biografía— los que el capital reconoce como fuerza de trabajo emocional y convierte su potencial valor de uso en valor de cambio, en fuerza de trabajo emocional”* (Nieto, 2017: 44) como es, en palabras de los contratistas que *“sean carismáticas”*, *“simpáticas”*, de *“sonrisa agradable”*, que tengan *“trato amable”*, *“facilidad de palabra”* y *“vocación de*

trabajar con la gente”. Son habilidades personales que no pueden ser directamente controladas por las agencias, pero que si no son adecuadamente ejecutadas por las trabajadoras pueden no ser contactadas nuevamente, en tanto los supervisores o dueños de negocios observan que la edecán no es lo suficientemente dinámica, extrovertida o llamativa. Sin embargo, también son habilidades que se van desarrollando con la experiencia en la realización del propio trabajo, como relató una edecán:

Algo bueno, que aprendes trabajando en esto, es que tienes que verte segura, yo antes de esto era un poco tímida para acercarme a la gente, me daba pena que me rechazaran, pero aquí tienes que hablar y quitarte esas inseguridades, ahora ya no me da pena acercarme a la gente (Yohualli, 30 años, 10 de experiencia, 2019).

Las edecanes A son un segmento principalmente constituido por mujeres de rangos más jóvenes de edad, que van de entre los 18 a los 22 años, aunque existen excepciones. Es un segmento que está considerado, principalmente, para mujeres que están realizando estudios universitarios, que apenas van iniciando en esta actividad, quienes ven este tipo de trabajo como algo temporal, es decir, que encuentran en esta actividad la oportunidad de obtener algún ingreso para pagar su carrera y que pueden dejarla al terminar. También funciona este segmento como un espacio de aprendizaje de algunas de las reglas implícitas y explícitas de este mercado de trabajo que les permite introyectar las “reglas de exhibición de comportamiento adecuado” (Humphrey, Ashforth y Diefendorff, 2015: 751). “las reglas sobre cómo sentirse y cómo expresar los sentimientos” (Hochschild, 2003: 89) y “las reglas de apariencia” (Maanen, 1999: 12). Es decir funciona para acrecentar los capitales que les permitieron ingresar en el campo laboral y que requerirán para después hacer animación con mayor fluidez, hablar frente a un micrófono, romper con la timidez o las inhibiciones e incluso incorporar el trabajo corporal requerido —ya sea a través de disciplinas corporales o cirugías estéticas— para cumplir con los requisitos de los segmentos superiores.

Asimismo, las edecanes A son las trabajadoras que obtienen los menores ingresos de entre los segmentos de edecanes que estudiamos en esta tesis —entre 100 a 150 pesos por hora trabajada— y que laboran el mayor número de horas —6 a 8 horas tres veces a la semana.

La siguiente clasificación dentro de las categorías de edecanes es la denominada *edecanes doble A*. Como en la anterior clasificación, el primer criterio de segmentación en relación a las edecanes doble A es la estatura. Regularmente, las edecanes doble A deben medir de entre 1.65 a 1.70 metros. Se espera que su talla se encuentre entre 5 y 7, es decir se reduce la posibilidad de medir una o dos tallas más en relación a las edecanes A. Esas trabajadoras, como las anteriores, son descritas en las narrativas tanto de agencias como de edecanes como mujeres “*muy lindas*”, “*con excelente presentación*”, pero “*no de rasgos excepcionales o fuera de lo común*”, son “*las chicas de batalla que no demerita belleza y presencia, ideales para activaciones en calle*”. A las trabajadoras de esta clasificación se les selecciona también en función de su forma corporal, es decir, en este segmento se privilegian las formas curvilíneas del cuerpo, se espera que sean amplias de caderas y de pecho, y con una cintura delicada. Las agencias que fueron revisadas para conocer cómo se constituye el mercado de trabajo de esta actividad, incluyen en sus catálogos las medidas precisas de las edecanes; es por ello que entre las edecanes se refieren a este segmento constituido por mujeres que son “*más completas*” porque tienen un “*mejor perfil*”; es decir son consideradas un poco más bellas y están “*más producidas*”. Estar “*más producidas*” dentro del edecanaje significa que ha realizado un trabajo corporal intenso, es decir, han invertido mucho más dinero, tiempo y esfuerzo en su estética corporal, así como el hecho de que ya han logrado desarrollar el resto de sus capitales para realizar el trabajo y por lo tanto la trabajadora ya sabe mejor cómo abordará un cliente o cómo animará algún evento.

Las edecanes doble A interactúan con el público, “*crean bases de datos e incluso bailan, cantan y hacen labores de animación. Al igual que las edecanes A, las AA pueden ser vistas en los supermercados, congresos, agencias de automóviles y diferentes locaciones donde haya flujo de consumidores*” y “*realizan inauguraciones, lanzamientos, recepciones, promociones*”, como indica un representante de agencia entrevistado, “*las edecanes AA*

*apoyan de una manera pro-activa en proyectos como promociones, muestreo, perifoneo,*³⁴ *donde la belleza sigue siendo un requisito, pero es un tanto más accesible".* En este segmento de edecanes se agrupan mujeres que pueden o no hablar inglés o algún otro idioma y, a diferencia de las edecanes A, realizan principalmente labores de animación como parte sustancial de su trabajo, por lo que requieren ser dinámicas, poseer algún talento en el baile, expresarse adecuadamente y manejar tonalidades de voz frente a auditorios amplios. Igualmente, puede darse el caso que una edecán doble A solo realice labores de imagen debido a que siente timidez para hablar por micrófono o animar un evento; sin embargo se espera que en este segmento ya sean capaces de realizar las actividades concernientes a la animación, así lo expreso una de nuestras entrevistadas:

Cuando eres imagen no hay tanto trato con la gente, realmente nada más es así ¡buenas tardes, bienvenidos! y ya, y en las expo pues nada más repartir folletitos y no tienes ningún trato con la gente más que pues... de repartir. Hay algunas que se especializan en decir yo soy imagen y nada más soy imagen, y hay otras que se especializan en decir yo soy animadora y edecán y me voy a ir de animadora y edecán, yo hago las dos, yo no tengo inconveniente por hacer cualquiera porque sé hacer las cosas, o sea sé trabajar de las dos maneras (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019).

Algo que puede observarse en este segmento laboral, es que las trabajadoras suelen ser de mayor edad con respecto a las edecanes A, por ello en sus cuerpos suele verse que existe más trabajo corporal incorporado, tanto por ejercicios y dieta como por la forma natural que tiene el propio cuerpo que les sirve para ser categorizadas como edecanes AA y así obtener un ingreso más elevado que el de las edecanes A. Las edecanes AA suelen obtener un pago de entre 200 y 500 pesos la hora por trabajar entre 4 a 6 horas.

Observé que, aunque la diferencia entre lo que es considerado bello y lo menos bello es una cuestión subjetiva, depende de la visión de quienes reclutan a las trabajadoras, lo

³⁴ Se utiliza para denominar la acción de emitir, por medio de altoparlantes, un mensaje o aviso.

que implica que en el campo del edecanaje la concepción de lo bello es uno de los aspectos en los que se expresa la autoridad legítima de quienes tienen las más altas posiciones (Bourdieu, 2005), en tanto una concepción subjetiva como es la belleza se convierte en un mandato objetivo, al cual deben atender las mujeres que desean permanecer y sobresalir en este mercado de trabajo.

Sin embargo, pueden identificarse pistas sobre qué significa para estas agencias diferenciar lo bello de lo excepcionalmente bello y que claramente se fundamenta en significantes materiales (Wolkowitz, 2006: 172) asociados con: a) aspectos etarios, es decir la vinculación entre belleza y juventud, b) aspectos de identificación étnica o fenotípica, como el color de piel, color de cabello y ojos y finalmente c) aspectos de pertenencia de clase, como es la elegancia, la distinción o el porte. Es decir, en esta actividad se observa cómo los componentes racializados, etarios y de clase sirven como significantes (Witz, Warhurst y Nickson, 2003: 41) para: 1) la construcción del mercado de trabajo, 2) para mercantilizarlos en la prestación del servicio y en 3) la división por segmentos del trabajo, y así organizar la prestación del servicio y pagar los salarios estratificadamente.

Las trabajadoras que pertenecen a estos dos segmentos —A y doble A— suelen agrupar a quienes principalmente representan a lo considerado “*mestizo mexicano*”:³⁵ mujeres de piel morena, cabello y ojos oscuros —aunque no exclusivamente, sí principalmente— a quienes pudimos observar, durante el trabajo de campo, que se acercaran más a las características del público al que primordialmente dirigen su actividad laboral, que es el de los pequeños negocios, las personas que visitan ferias, que transitan con sus autos por la ciudad, es decir los sectores populares y medios.

Entre las edecanes doble A y las triple A, de las que se hace la caracterización más adelante, fue recurrente en sus narrativas la existencia de un segmento de trabajadoras denominadas como *edecanes doble A más*, originalmente no previstas en la indagación,

³⁵Al respecto, Serrano señala que: “La mezcla genética entre indígenas, europeos y africanos que se produjo en México a partir del siglo XVI conformó una población mestiza con variadas características físicas. La percepción social de estos perfiles antropológicos ha llevado a la creación de estereotipos humanos regionales, como sustento de una identidad nacional”, (Serrano:2004: 66).

quienes se distinguen de las doble A por ser mujeres que, por ejemplo, en el caso de la estatura, si un grupo está en el 1.65 metros, como exige el segmento, ellas están en el 1.70 metros; también tienen el cuerpo mucho más definido, es decir son más “*voluptuosas*” – aunque no tanto como las edecanes triple A que detallare más adelante –, su cuerpo está mucho más trabajado o también sus cirugías estéticas son más notorias. Asimismo, en esta clasificación se capitalizan las habilidades adquiridas durante el proceso de interacción laboral, es decir, que ya no tengan problemas al abordar a ningún tipo de cliente, que sean capaces de hacer cualquier tipo de animación y de hablar frente a públicos amplios.

En el extracto siguiente podemos observar que los criterios de segmentación se complementan continuamente entre los capitales corporales y estéticos y los performáticos durante el proceso de trabajo:

Fíjate que yo me considero doble A más, doble A más decimos porque mido 1.70 entonces estoy muy alta, entonces cuando me llaman a expo en tacones mido como 1.85 pero generalmente en expo sí me meten como triple A. Y doble A más yo lo cumplo un poco más porque como animó y también soy edecán de varias marcas no me considero así exclusiva ni nada de eso (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019).

El último segmento de las mujeres que se dedican propiamente al edecanaje en el sistema clasificatorio jerarquizado es el de las *edecanes triple A*, quienes de acuerdo a la información de las propias agencias, indicado también en las narrativas de las edecanes entrevistadas, son mujeres que suelen ser excepcionalmente altas para el promedio en México, de 1.75 metros de estatura y sus tallas suelen acotarse entre la 5 y la 7. Son caracterizadas como mujeres de “*imagen perfecta*”, “*mujeres espectaculares*”, de “*belleza fuera de los normal*”, con “*excepcionalidad en sus características físicas*” de “*magnífica presentación*”, “*atractivas, con personalidad*”. También son consideradas, al igual que las otras categorías de edecanes, como mujeres con facilidad de palabra, que dan excelente trato y un buen manejo de las relaciones públicas pero, a diferencia del resto de las

edecanes, suelen ser bilingües, —aunque también hay edecanes doble A que hablan dos idiomas— y toma mayor relevancia el hecho de poseer grados universitarios.

Así como entre las edecanes doble A existen dos tipos de trabajadoras diferenciadas por corporalidades, estética, habilidades y talentos, las edecanes triple A se dividen en tres sub-segmentos distintos, en función de sus características físicas y su trabajo corporal incorporado.

En un conjunto de este segmento se espera que las chicas sean “*excepcionalmente voluptuosas*”, es decir, que sean muy amplias de pecho y de glúteos, es un sub-segmento en el que las cirugías estéticas están muy presentes, sobre todo con operaciones de pecho, glúteos, liposucciones,³⁶ así como el disciplinamiento corporal a través de dietas y mucho ejercicio, es decir, es la producción corporal que es capaz de mostrar la recompensa a un esfuerzo total y dedicado.

Un segundo conjunto dentro del segmento de edecanes triple A son las mujeres extranjeras, quienes suelen ser predominantes dentro del segmento en su totalidad, pero que se diferencian de las anteriores debido a que los criterios no suelen ser los de voluptuosidad, sino no todo lo contrario: se busca que sean chicas muy delgadas y altas, quienes más que transmitir el erotismo que se busca del grupo anterior sean capaces de desplegar elegancia o sofisticación. Las mujeres extranjeras no son trabajadoras al margen de esta actividad, al contrario, tienen una presencia muy significativa, y no solo dentro de las edecanes triple A, sino también en los otros segmentos, pues pudimos constatar que existe una persistencia muy extendida por incorporar a mujeres extranjeras tanto de diferentes países de Latinoamérica, como de diferentes partes de Europa - de entre las principales - a este tipo de actividades corpo-performático-afectivas. En ese sentido, como se mencionó en la introducción de esta tesis, es que la actividad incorpora y mercantiliza a mujeres extranjeras constituyendo una parte del ejército laboral transnacional (Besserer y Nieto, 2015).

³⁶ “Operación de cirugía estética que consiste en aspirar el exceso de grasa contenida debajo de la piel” (Moliner, 2007: 1789).

Por último, dentro del segmento de las edecanes triple A se encuentra un tercer conjunto: las *edecanes fitness*,³⁷ quienes tienen cuerpos sumamente trabajados a través del ejercicio en gimnasios; suelen poseer cuerpos no solo delgados sino musculosos, ya que apostaron mucho más por el resultado del trabajo corporal a través del uso de equipos y pesas que a través de disciplinas como el baile o las cirugías estéticas. Por ello la voluptuosidad lograda no es la del pecho, como suele ocurrir entre las edecanes triple A del primer sub-segmento, sino que las edecanes del tipo fitness sobre todo poseen abdomen, piernas y glúteos abundantes debido al extenso trabajo corporal incorporado, así fue como lo comentó una de las entrevistadas:

Las fitness son las que hacen mucho ejercicio, muchísimo y tienen un cuerpazo de gimnasio, pero fíjate que esas no tienen mucho pecho, tienen mucha pompa y piernota de trabajo de gimnasio, pero sí, esas sí se cuidan mucho. Me ha tocado trabajar con niñas que llevan su comida y llevan su pechuga, a mí no me da tiempo la verdad yo como normal, pero sí hay chicas que se cuidan muchísimo, llevan su jicamita y es todo (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

En términos generales, en este segmento dividido en tres conjuntos, las trabajadoras suelen ser contratadas para prestar sus servicios en convenciones, recintos feriales, recepciones, inauguraciones, presentaciones, lanzamientos de productos, premiaciones, reconocimientos, filmaciones, desfiles de modas, eventos automovilísticos, entre otros. A estas edecanes son a quienes comúnmente se les encuentra en espacios como los estadios de fútbol, en exposiciones, en diferentes congresos, en eventos privados internacionalizados y los de corte político. También pueden hacer trabajos de modelaje. Por ejemplo, algunas de ellas hacen fotografías para calendarios o salen fotografiadas en un periódico famoso en México que suele colocar en sus portadas imágenes de mujeres con encabezados que contienen alusiones sexuales llamado *Metro* y que, como su nombre lo

³⁷ “Gimnasia para conseguir y mantener un buen estado físico” (Moliner, 2007: 1368).

indica, está dirigido principalmente a sectores populares.³⁸ También son trabajadoras que son contratadas —ya sea por agencia o de forma independiente— para hacer catálogos de ropa para empresas nacionales. Las edecanes triple A son frecuentemente contratadas para exposiciones de automóviles, o en eventos como los de la Fórmula Uno. Puede verse que el campo de trabajo se amplía mucho más para las trabajadoras triple A que para los tipos antes descritos. Aunque realizar actividades como las indicadas para este rango es posible para las edecanes doble A, sobre todo si son contratadas de forma independiente, por negocios, individuos, fotógrafos, entre otros, las edecanes triple A son más comúnmente seleccionadas para los eventos de elite. El trabajo corporal incorporado es recompensado con los mejores eventos, las menores horas de trabajo y los honorarios más altos, que pueden ir de los 300 hasta los 500 pesos por hora trabajada, y suelen ser contratadas para eventos de edecanaje por dos horas durante las cuales suelen obtener 1000 pesos.

Para terminar con la caracterización de los diferentes tipos de edecanes identificados, cierro con la significativa narrativa de una de las entrevistadas, que demuestra las miradas cruzadas que existen entre ellas y cómo se describen como trabajadoras desde la perspectiva de una estructura segmentada y jerarquizada:

Las clasificaciones digamos que vienen obviamente desde las agencias ¿no?, las agencias te empiezan a hacer las clasificaciones que podrían ser demo, edecán A. Las demostradoras son las chicas que están en el súper regalando quesito y así, que normalmente tienen que cubrir un cierto número de horas trabajando, aproximadamente son entre 8 y 10 horas. Luego siguen edecanes A, doble A, doble A más, triple A, triple A modelo, triple A lo que quieras. Obviamente lo que te va a ir dando, dependiendo del criterio de la empresa y dependiendo el criterio de la agencia. Una edecán, por ejemplo doble A, es una chica que puede hacer labor de venta, abordar clientes, dar degustación etcétera, pero normalmente son chicas que no son tan guapas, aquí también nos interesa mucho la forma física, la forma de tu cuerpo y la estatura, son chicas que son

³⁸ El periódico *Metro* tenía en 2019 un tiraje de más de 200 mil ejemplares diarios, distribuidos únicamente en la Ciudad de México, sobre todo en puntos de venta del Sistema de Transporte Colectivo Metro. Es un tiraje muy importante tratándose de un diario de circulación local. Al respecto véase: <https://www.iecm.mx/www/marconormativo/docs/CATLOGO.pdf>

como lindas pero no te van a vender una gran imagen, ellas pueden abordar un cliente, hacer una labor. Luego seguiría un perfil doble A más, ya la chica es más guapa, la forma del cuerpo ya es como más definida, son más agradables, tienen mayores capacidades para tener contacto con un cliente, ya pueden mantener una conversación, ya pueden vender un producto, ya están preparadas, incluso profesionalmente ya tienen un mayor dominio para poder venderle un producto o poder abordar gente o clientes a otro nivel, o sea ya las puedes poner dentro de una expo y pueden abordar a un empresario sin que se sientan como intimidadas. Un perfil ya triple A, implica, normalmente, que las agencias aquí lo que te manejan es una estatura y un perfil y un desenvolvimiento más amplio (Ollin, 40 años, 15 de experiencia, 2019).

De ese modo, con las características de las edecanes que trabajan en los diferentes segmentos es posible observar las formas específicas que en esta configuración laboral se expresa la flexibilización del trabajo a partir de los capitales corporales, estéticos, emocionales y performáticos que poseen las edecanes, ya que es a través de estos elementos que se flexibiliza el ingreso, se organiza el trabajo en diferentes espacios e incluso se flexibilizan los horarios de trabajo para cada segmento. Los estudios sobre los aspectos corporales, estéticos, emocionales y performáticos (Nieto, 2017; Brook, 2016; Da Cunha, Lima, Pádua, 2016; Lane, 2016; Ikeler, 2015; Humphrey, Ashforth y Diefendorff, 2015; Gracia, Ramos y Moliner, 2014; Wharton, 2009; Wolkowitz, 2006; Hochschild, 2003; Witz, Warhurst, Nickson, 2003; Maanen, 1999) han comprendido el papel de estas dimensiones en la constitución de las actividades en los servicios y aquí encontramos como esto es determinante para comprender aspectos específicos no solo en la construcción del mercado de trabajo, sino en la segmentación del trabajo, en la organización del proceso de trabajo y en el pago estratificado del salario.

En síntesis, como se mencionó, los capitales, heredados y adquiridos mediante trabajo corporal incorporado como capital simbólico puesto en juego en el campo, las habilidades performáticas – y no performáticas como las que realizan cuando son la parte operativa de los eventos - y las competencias emocionales e interaccionales de las trabajadoras, son utilizados para relacionarlas con diferentes públicos y para

compartimentar los espacios de trabajo para cada una de ellas, o dicho de otra forma, la experiencia de vida que las trabajadoras poseen para desarrollarse más efectivamente con determinados sectores sociales, resultan un componente frecuentemente utilizado para segmentar la actividad en diferentes mercados, para dirigirse a diferentes públicos y clases sociales. Es decir los componentes de la estética corporal y de las competencias performáticas, emocionales e interaccionales son elementos que justifican la hiperflexibilización del trabajo característica de esta actividad laboral.

En ese sentido, las agencias segmentan la actividad para dirigirse a un sector popular o medio que va a tiendas departamentales, que transita en automóvil por la ciudad, que asiste a ferias o a eventos en parques o diferentes espacios públicos y un sector popular o medio de hombres que va a eventos de automóviles, de motos, que compra cosas para el arreglo del hogar, frente a un sector de ingresos altos que asiste a congresos o que viene a participar en ellos, miembros de partidos políticos que también han accedido a este tipo de servicios proporcionado por las agencias durante años, y eventos de elite a los cuales pueden acceder tanto sectores con ingreso medio o alto pero cuyo costo es elevado. A pregunta expresa a una de las entrevistadas sobre si el perfil de la edecán determina de algún modo su selección para diferentes espacios de trabajo, ella respondió:

Sí, por ejemplo, a una edecán tripe A no lo van a mandar a una carnicería o a una tienda de abarrotes, muy raro, ¡sí hay eh! pero es muy raro, por lo regular ellas están en Liverpool³⁹, Palacio de Hierro⁴⁰, tiendas de licor Alianzas⁴¹, todo eso y para agencias de carro por lo regular, y sí varía, por ejemplo una edecán A, doble A ya la ocupan para algo más populacho, que ya son así como que las tiendas de autoservicio, te digo que no mucho pero sí hay, pero más para Comex⁴², casas de empeño. Porque pues no les conviene pagar el presupuesto de una chica triple A... te digo, por muy poquito que ellas cobren son 1 200 pesos entonces, en una cremería no lo van a pagar, o sea sí habrá quien, sí habrá un

³⁹ Empresa mexicana que opera centros comerciales, tiendas departamentales y restaurantes enfocados al consumidor de ingreso medio y alto, y que tiene su sede en la Ciudad de México.

⁴⁰ Empresa mexicana que opera 14 tiendas departamentales de lujo en México.

⁴¹ Empresa mexicana que se dedica a comercializar licores y vinos de excelencia.

⁴² Mayor fabricante de pinturas y distribuidor de productos de impermeabilización en América del Norte.

cliente que diga ¡yo quiero a una chica triple A en mi evento! Pero pues no es muy común (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

Finalmente, en el siguiente cuadro se puede observar sintéticamente la información antes expuesta, la cual permite reafirmar la existencia de hiper-flexibilización, aspecto que tiene influencia determinante en la configuración de esta actividad laboral, en la cual a cada clasificación de edecán le corresponde una corporalidad específica, habilidades, talentos y calificaciones particulares y por tanto ingresos, jornadas y espacios de trabajo diferenciados.

Tabla 2. Segmentación y clasificación de edecanes en las agencias

SISTEMA CLASIFICATORIO	ALTURA	TALLA	HABILIDADES	CALIFICACIONES	INGRESOS	JORNADA DE TRABAJO	ESPACIOS DE TRABAJO
EDECANES AAA	1.70 o mas	5 a 7 + Voluptuosa	Facilidad palabra, Relaciones Publicas	Idiomas / Preparatoria o Estudios universitarios	300 a 500 pesos por hora	2 a 4 horas, 3 veces a la semana	Eventos automovilísticos Premiaciones Filmaciones Modelaje
EDECANES AA +	1.70	5 a 7 + Voluptuosa	Animaciones Hablar micrófono Abordar al cliente	Preparatoria /Universidad	250 a 300 pesos por hora	4 horas, 3 veces a la semana	Congresos Bares Restaurantes Negocios
EDECANES AA	1.65 a 1.70	5 a 7	Imagen Promociones Animación	Preparatoria trunca/Preparatoria	150 a 250 pesos por hora	4 a 6 horas, 3 veces a la semana	Agencias de automóviles Refaccionarias
EDECANES A / DEMOEDECANES	1.60 a 1.65	5 a 9	Labores de venta/ Imagen	Preparatoria trunca/Preparatoria	100 a 150 por hora	6 a 8 horas, 3 veces a la semana	Grandes almacenes Negocios Gasolineras

Fuente: Elaboración propia con la información recopilada a través de entrevistas con representantes de agencias y edecanes

2.4 Contratación temporal por obra o servicio en agencias formales

Durante la investigación encontré que en el mercado de trabajo de las edecanes operan tres lógicas principales: por un lado, bajo esquemas formales están las agencias reguladas que tienen una figura dentro del marco legal de las actividades económicas y bajo esta lógica operan con un esquema de actividades tercerizadas que incluyen diferentes formas de flexibilización laboral. Este esquema de trabajo puede ser analizado mediante el término de flexibilización por contrato laboral temporal o acuerdos bajo palabra. La segunda es la que se establece a través de redes de contratación informal, es decir que existen al margen de los marcos legales, en donde la red funge como intermediaria entre la trabajadora y el cliente y la relación se establece mediante acuerdos bajo palabra. La tercera es la relación individualizada que se establece entre la edecán y el cliente.

Primero voy a explicar cómo opera el esquema de trabajo bajo agencias formales de contratación, que según lo observado en el trabajo de campo cada día tiene menos fuerza. Como se mencionó en las primeras páginas de este capítulo, las jóvenes que están interesadas o que les recomiendan trabajar como edecanes, cuando están comenzando a conocer el medio porque son novatas, o cuando ya tienen experiencia pero se interesan en contactar con diferentes agencias, se presentan o envían sus documentos a agencias formales de contratación, que suelen tener algún tipo de dirección fiscal y páginas oficiales en internet.

Es a través de esos medios que las edecanes contactan con las diferentes agencias, envían su documentación o hablan directamente a los teléfonos ofrecidos en las páginas de internet para concertar citas y asistir a sus espacios físicos. Una vez que la o las agencias tienen la información, y la aspirante cumple con alguno de los perfiles corporales requeridos en los segmentos de clasificación de edecanes, las agencias crean un registro con la información para contactarlas eventualmente. Cuando una marca o un negocio requiere de las trabajadoras, lanzan una oferta de trabajo que las edecanes inscritas reciben mediante correo electrónico, llamada telefónica o a través de diferentes grupos de WhatsApp. Pero esta no es la única forma de acceder a las ofertas laborales, también es común que se

enteren de boca en boca cuando se encuentran entre ellas en otros eventos y comparten espacios laborales.

A partir de que ellas tienen esta información, asisten al casting que se propone en el lanzamiento de la oferta de trabajo. Durante los castings los representantes de las agencias van acompañados del cliente que requiere el servicio de las edecanes. Estos castings pueden realizarse en las oficinas de las agencias pero, como he podido observar, muchas de estas agencias que tienen dirección fiscal, suelen ser departamentos que no son de fácil acceso y que incluso no exhiben su nombre o razón social, de modo que, de acuerdo a las narrativas, también pueden llevarse a cabo en cafés o en otros lugares públicos. Los castings pueden comenzar a las diez de la mañana y terminar a las ocho de la noche pues, a ellos pueden asistir desde 100 a 200 postulantes quienes van pasando en orden mediante un número que les es asignado una a una en una mesa en donde se encuentra el representante de la agencia y un representante de los clientes que requieren el servicio.

En los castings, las edecanes tienen que presentarse arregladas de acuerdo a las expectativas del cliente e incluso a veces pueden ir con algún vestuario especificado en la oferta de trabajo. Son interrogadas sobre su experiencia laboral, sobre sus tallas y medidas, sobre sus habilidades —si solo hacen imagen o animación— si pueden expresarse frente a un micrófono y, por último, se les pide escenificar una labor de venta o una animación. Posteriormente, a las seleccionadas se les puede indicar que se queden hasta finalizar con el resto de las postulantes para tomar sus datos e indicarles los espacios en donde realizaran el proceso de trabajo. A partir de estos castings es que las agencias crean una base de datos con la información de las edecanes que ya tuvieron oportunidad de pasar por el proceso de selección y que localizan cuando requieren de sus perfiles específicos o cuando un cliente quedó satisfecho con alguna y pide nuevamente su servicio. Aquí un fragmento de una de las entrevistadas que relata en qué consisten estos procesos de reclutamiento y de casting a través de los cuales se dan a conocer y obtienen trabajos:

En los castings está presente la agencia y el de la marca: por ejemplo la agencia se llama Active y la marca con la que trabajarías es Telcel⁴³. Entonces Telcel, por ejemplo, pide chicas que sepan animar, que hagan mucho valor de venta, que no tengan pena [de] interactuar con la gente [...] pasas enfrente y ya te piden hacer una labor de venta, tal que animes y cosas así. Si tú cumples con todo eso y le demuestras a la marca, que en este caso es Telcel, y si les agradaste, pues tienes ya ventaja de poder quedarte en la promo, lo importante es demostrar tus habilidades, de eso se tratan los casting, de yo como edecán qué le ofrezco a Telcel, a la marca [...] a veces hacen casting a veces no, a veces ya la agencia te llama y ya estás dentro de la promoción (Meztli, 28 años, 7 años de experiencia, 2019, corchetes míos).

Formalmente, las agencias llegan a acuerdos con las edecanes a través de un contrato *civil* individual en el que aparecen los datos de la agencia, dirección fiscal, y los datos de la trabajadora —llamada *talento*— definida como la persona física que presta su imagen y habilidades para actividades de entretenimiento y arte. En dicho contrato se establece la forma y los términos del servicio, la duración de la contratación, si existe exclusividad con la agencia o no, los honorarios, además de anexos con copias de identificaciones y las especificaciones sobre las características físicas de las trabajadoras importantes para la agencia —estatura, medidas, tallas. Una entrevistada lo explica así:

En algunas agencias sí es por contrato, en otras no, depende mucho la marca con la cual vas a trabajar. El ambiente de trabajo depende también mucho de la marca [...] ellos ponen el lugar de trabajo, el presupuesto dependiendo tu perfil, el equipo si es que no trabajarás sola. Lo importante es que conozcas a la agencia. Son trabajos temporales y si le gustas a una empresa seguramente te llamen para los eventos que van surgiendo, pero es más bien un trabajo a corto plazo (Meztli, 28 años, 7 años de experiencia, 2019, corchetes míos).

⁴³Empresa mexicana de telecomunicaciones y servicios parte de América Móvil.

La cláusula de exclusividad, como su nombre lo indica, implica que la trabajadora no puede trabajar para ninguna otra agencia o marca. No obstante, de acuerdo a las narrativas obtenidas en entrevistas un gran número de edecanes trabaja sin exclusividad, lo que les permite que firmen contratos similares —o llegar a acuerdos de palabra— con una gran cantidad de agencias; esta es una de las estrategias más utilizadas por las trabajadoras para obtener una mayor cantidad de eventos semanales y con ello incrementar sus ingresos.

Las trabajadoras que llegan a firmar contratos de exclusividad lo hacen principalmente por exigencia de la marca o negocio, más que por interés de la propia agencia. Una marca puede requerir la imagen exclusiva de alguna de las trabajadoras para que la represente durante un periodo de tiempo determinado, que se puede extender hasta un año. El incumplimiento de exclusividad puede implicar para la firmante una penalización monetaria por parte de la agencia que puede ascender hasta los 50,000 pesos mexicanos.

En los contratos se establece la figura o facultades de representación independiente por prestación de servicios lo que implica, por lo tanto, que no existe un vínculo de relación patronal o laboral. El contrato establece explícitamente que la agencia no tiene ninguna obligación tanto de pagar lo relativo a un salario, ni cuotas obrero-patronales por concepto de seguridad social, vivienda, pago de vacaciones, aguinaldos, ni cualquier otra derivada de una relación laboral.

La agencia se compromete, en cambio, a representar, promover y difundir la imagen e intereses de la trabajadora con quien firma el contrato, también establece que buscará en el mercado clientes potenciales, difundirá y utilizará la imagen de la persona con quien acuerda. Uno de los mecanismos utilizados para facilitar la promoción de la trabajadora es el de difundir su imagen a través de las páginas web de la agencia por medio de material fotográfico y videográfico sufragado por *el talento* (la edecán), mismo que puede tener un monto único que también corre por cuenta de la firmante. Asimismo, se le confieren a la agencia atribuciones para obtener un 20% del total de las percepciones de la modelo o edecán. La agencia es la encargada de firmar los contratos en representación de las

edecanes así como de negociar los honorarios con la marca por cada actividad; el contrato establece que la agencia no está obligada a pagar los honorarios si no ha recibido el pago correspondiente por parte del cliente.

Otra de las atribuciones de la agencia que establece el contrato es orientar a las trabajadoras sobre su aspecto físico y su imagen para que ésta se mantenga conforme a los requerimientos establecidos, es decir les indican el tipo de trabajo corporal al que deben someterse durante el tiempo que dure el contrato. Por tal motivo la trabajadora se compromete a cuidar de su cuerpo, de su figura, de sus atributos físicos y de su salud. Es también fundamental corroborar con la agencia cualquier cambio de imagen que la edecán pretenda realizarse, tales como cortes o cambios de color en el cabello, operaciones corporales, así como tatuajes o *piercings*.⁴⁴ También se compromete a no realizar ningún tipo de actividad que pueda comprometer sus atributos físicos o su salud tales como actividades deportivas denominadas peligrosas o extremas.

Estos son acuerdos por escrito en el que se pacta entre los representantes de la agencia y *el talento* la prestación de servicios por una temporalidad determinada y se contempla como contrato por obra o servicio que puede durar meses, una o dos semanas o hasta por días. En ese sentido, la relación que establecen con la agencia es *temporal* en términos de las obligaciones que esta tiene con la edecán, aunque estas pueden ser contratadas una y otra vez por la agencia que considere que es una trabajadora valiosa, que hace bien su trabajo y que es requerida regularmente por los clientes. Incluso una edecán puede ser contratada a lo largo del tiempo por los clientes, generando así regularidad no solo con la agencia sino también con aquellos que pidan los servicios porque están satisfechos por su trabajo. .

No obstante, las agencias formales también pueden pactar con las edecanes acuerdos bajo palabra (verbales) e incluso esta relación es mucho más frecuente que los contratos temporales (formales). Los contratos temporales se firman principalmente por

⁴⁴ “Técnica de perforar distintas partes del cuerpo para llevar pendientes. Pendientes que se colocan mediante esta técnica” (Moliner, 2007: 2290).

dos razones, cuando necesitan asegurar que la edecán se comprometa a cumplir con los horarios, fechas y reglas estipuladas por el cliente y cuando algún negocio requiere comprobantes de que contrató el servicio. Si ninguno de los que firman el contrato requiere tal documento, el cliente y las agencias llegan a estos acuerdos bajo palabra con las edecanes. Es por ello que frecuentemente son los clientes de la agencia los que establecen las condiciones de trabajo durante la prestación del servicio, por lo que esas suelen variar de cliente a cliente y depender de la concepción que pueda tener sobre las trabajadoras, de lo que a su juicio signifique realizar bien o mal un trabajo y de su “buena voluntad”.

En el formato de contratación de las agencias de edecanes se ha establecido un esquema laboral precarizado, puesto que las trabajadoras carecen de todo tipo de protección y de las normas laborales obtenidas mediante luchas laborales como son el salario, la seguridad social, la contratación formal, aguinaldos, prestaciones laborales, entre otras. Una de las entrevistadas externó estas condiciones de trabajo de la siguiente forma:

Hasta cierto punto es un trabajo informal por falta de contrato con validez legal y por lo mismo carece de prestaciones. Sí hay agencias responsables ¡claro!, que cumplen con todo: prestaciones, impuestos, contratos. Pero son las menos. Existen muchas agencias, pero no tantas son de fiar, hay muchas agencias que no son muy serias y fotógrafos que tampoco son muy serios, algunas agencias ni siquiera tienen oficinas y convocan a los talentos en cafés prometiendo trabajos y sueldos que luego nunca se cumplen. Es muy común que las agencias se desaparezcan, que se vuelvan agencias fantasmas. Por ejemplo nos piden que nos hagamos el book con ellos, que obviamente nos los cobran, y después ya no nos llaman para ningún trabajo, así me paso a mí una vez (Ameyal, 31 años, 6 de experiencia, 2019).

La entrevistada utilizó expresamente el término *informal* para referirse a la precarización laboral a la que se enfrentan estas trabajadoras empleándose en agencias de contratación en las cuales no existe, la mayor parte de las veces, un contrato laboral de por medio. En la perspectiva de esta investigación, el concepto de informalidad si bien es

importante, no es suficiente para comprender plenamente el proceso de trabajo y las relaciones laborales en el ámbito del edecanaje. Por ello utilizo la categoría de deslaboralización porque permite comprender que, efectiva y jurídicamente, sí existe una relación laboral en la cual la edecán presta sus servicios a la agencia, la agencia se apropia de parte de las ganancias que genera la edecán mediante su labor, pero no establece ningún tipo de obligación laboral con la edecán, por lo que no solo la empresa o negocio que contrata el trabajo se beneficia del objetivo buscado bajo la estrategia de la tercerización laboral obteniendo a trabajadoras a través de empresas de gestión de esta fuerza laboral, sino que las propias agencias mantienen relaciones laborales y fiscales difusas y sin ningún tipo de garantías laborales con sus trabajadoras.

Aquí se abre un punto interesante sobre algunas de las incógnitas relevantes planteadas por los estudios laborales sobre qué tipo de consecuencias pueden emerger de estas relaciones laborales difusas, oscurecidas o tercerizadas, por ejemplo, en relación a cuánto compromiso subjetivo el o la trabajadora puede generar con la empresa para la que trabaja. En la actividad laboral de las edecanes identificamos algunas consecuencias emergidas del esquema laboral señalado, pero para llegar a eso de manera más precisa, es importante primero exponer cuáles son las problemáticas principales emergidas de trabajar en estas agencias, aspectos que surgieron constantemente en las narrativas de las entrevistadas y posteriormente explicar las configuraciones informales que se encontraron en esta actividad.

2.5 Problemas laborales frecuentes en las agencias formales de contratación

Son varios los problemas detectados en esta actividad que han surgido bajo el esquema de trabajo tercerizado y que ha devenido en consecuencias no deseadas para las agencias formalizadas y, sobre todo, para las edecanes. Los problemas relevantes surgen, principalmente, del intento de las agencias por mantener esquemas rígidos en los procesos

de contratación y en la gestión de pagos, en una organización eminentemente flexible que no ofrece ningún tipo de protección a sus trabajadoras.

De acuerdo a las narrativas de las edecanes, hace algunos años las relaciones laborales al interior de las agencias funcionaban en términos más estables de lo que lo hacen actualmente. Si bien siempre ha sido una actividad precarizada, las agencias procuraban brindarle un contrato temporal a la edecán, el cual al menos le aseguraba el recibir un pago superior, le brindaría la mayor cantidad de eventos posibles a la semana y otras formalidades que dotan de seriedad y profesionalismo a la actividad, como la realización de castings que las edecanes consideran que cada vez son más infrecuentes por el gasto que representan tanto para la agencia, como para las propias edecanes.

El problema que podríamos considerar de mayor relevancia para las propias trabajadoras es el tiempo que la agencia suele tardar en pagar los honorarios después de un evento. Es un problema que se explica, fundamentalmente, por la situación intermediaria de la agencia entre la edecán y el cliente, marca o negocio que utilizan sus servicios. Como se mencionó al principio del capítulo, en este esquema de gestión del trabajo la agencia es la encargada de todo los aspectos relacionados al reclutamiento de la trabajadora, a contactar con las marcas o negocios, y a pactar el acuerdo de la prestación de servicio, por lo que es la agencia quien recibe directamente el pago del trabajo realizado por la edecán. Las trabajadoras narran que es principalmente con las grandes empresas, como Telcel, que los pagos suelen retrasarse hasta quince días o un mes después de haber finalizado el evento. Ello en el caso en que la promoción o la contratación sea por tres o cuatro días, pues cuando las contrataciones son de uno o dos meses, los honorarios suelen ser pagados a las trabajadoras tiempo después de finalizada la promoción, de modo tal que es un esquema muy inconveniente para ellas:

Unas agencias te pagan al corte otras no, unas al mes, otras en 15 días, es bastante común que las agencias paguen tarde porque las empresas contratan a las agencias y ellas a su vez nos contratan a nosotras, entonces la empresa le paga a la agencia de edecanes y ella nos tiene que pagar a nosotras, entonces

somos las últimas que cobramos [...] Normalmente se suele pagar al mes, pero hay empresas que suelen pagar a los dos meses, eso no pasa con todas las agencias, hay algunas que son muy serias, pero sí es común que tarden uno o dos meses, con lo cual si tú te llevas un mes trabajando muchísimo no ves beneficios hasta que no pasa uno o dos meses. He escuchado de otras que han tenido problema con las agencias porque no les han pagado, yo en ese sentido no he tenido problemas, me han pagado un poco más tarde pero sí he cobrado todas las promociones y no he tenido problemas en ese sentido (Meztli, 28 años, 7 años de experiencia, 2019, corchetes míos).

Este es el principal e indiscutible problema que las edecanes frecuentemente describen como una desventaja de trabajar en las agencias formales de prestación de estos servicios. Problema que no es menor dada la imperiosa necesidad que tienen de recibir ese dinero de inmediato —que representa el sustento mediante el cual se mantienen a sí mismas y a sus hijos o familias— y a que la posibilidad de obtener ingresos de una forma flexible y por evento es una de las razones importantes para que las edecanes se inserten en esta actividad.

Otra cuestión que surgió en las narrativas no solo tiene que ver con la problemática del retraso de los pagos —que es lo más frecuentemente esgrimido— sino que se relaciona con el monto de los honorarios que reciben, ya que indican que el porcentaje del que se apropia el intermediario es muy alto. Frente a esta situación, han desarrollado estrategias informales de contratación, que se describen más adelante en el capítulo, mediante las cuales pueden recuperar parte del dinero generado por su trabajo. Es una estrategia para aquellas edecanes que no temen arriesgarse a trabajar para algunas de estas redes informales en las que siempre existe la posibilidad de que no les paguen, de que sean ofertas engañosas y corran algún riesgo, es por eso por lo que las agencias formales todavía operan aun cuando en términos económicos es más conveniente para las edecanes trabajar en esas redes.

Otro de los problemas esgrimidos por las edecanes respecto a trabajar con agencias formales se encuentra el tiempo que deben invertir en ir a las sedes de las agencias para

firmar contratos, que la mayor parte de las ocasiones contempla solo tres días laborales, lo que les requiere un esfuerzo físico y un gasto monetario importante con relación a lo que reciben por esos días de trabajo. Consideran un desgaste tener que ir a las instalaciones de las agencias cada vez que firman contratos que tienen corta duración, por lo que, en el escenario más óptimo para trabajar en eventos, tendrían que ir a agencias dispersas en la ciudad cada semana. Una de las edecanes entrevistada comentó que con dos de las agencias a la que presta sus servicios tiene la oportunidad de recibir el contrato vía correo electrónico, imprimirlo, firmarlo y enviarlo de nuevo, pero comenta que este esquema no es siempre posible en todas las agencias.

No obstante, los acuerdos más comunes para negociar la prestación de servicios con las agencias son los acuerdos bajo palabra, y aunque las edecanes están plenamente conscientes de que en un acuerdo de ese tipo existe el riesgo de no recibir su pago, han generado sus propias estrategias como grupo de trabajadoras para protegerse en caso de que eso suceda. Esa estrategia que consiste en *quemar* —término que ellas utilizan— a las agencias a través de redes sociales como *Facebook* o *WhatsApp* en las cuales existen grupos donde se comunican para estar atentas de las ofertas de trabajo y para poder controlar tanto a agencias como a edecanes para que ambas partes cumplan con los acuerdos informales o implícitos durante la prestación de servicio. Esto es una cuestión fundamental y de hecho muy interesante para los estudios laborales, que desarrollaré en el siguiente capítulo. Aquí basta con mencionar la importancia que han adquirido los acuerdos de palabra y los problemas que emergen de esta relación laboral. En palabras de una de nuestras entrevistadas:

Yo trabajé de acuerdo de palabra con una agencia y no me pagó. Lo puse en mi muro (de una de sus redes sociales). Ya había trabajado con la agencia y siempre cumplía, siempre fue acuerdo de palabra pero esta vez no cumplió, al no tener contrato pues una sale perdiendo. Es conveniente, y a la vez no, trabajar con agencia: lo bueno es que tienes tu pago seguro casi siempre y, a la vez no, porque se pueden tardar, porque cada agencia tiene su modo de pago, que te pago o al corte o a la quincena, o te pago hasta el mes. Hay algunas que se

tardan hasta dos meses en pagar, por eso hay que fijarse para qué agencia vas a trabajar. Otra cosa que no conviene es trabajar por contrato exclusivo, eso quiere decir que no puedes trabajar para ninguna otra marca o para ninguna otra agencia más que con ellos, eso no conviene porque si viene una temporada baja de trabajo ya te jodiste, y si no hay contrato puedes trabajar para una y para otra y no hay ningún problema (Ameyal, 31 años, 6 de experiencia, 2019).

Siguiendo con las problemáticas, la asistencia a castings es un proceso que representa muchos gastos económicos, físicos y emocionales para la edecán, quien puede desplazarse desde muy lejos para asistir a ellos, pasar muchas horas esperando su turno para realizarlo y, además, tiene enormes posibilidades de no ser seleccionada por la cantidad de oferta laboral. En los esquemas informales de contratación, como expondré más adelante, el proceso de contratación a través de castings no es una norma y en términos generales prescinden totalmente de él porque representa un gasto adicional tanto para los contratistas como para las edecanes, de modo que suelen “confiarse” en el caso de que sea la primera vez que contactan a una edecán, de que la fotografía que les mandan se acerca lo más posible a como luce en la realidad, y a la evaluación que el cliente haga del desempeño de la trabajadora durante el proceso de trabajo. Sin embargo también, como se mencionó, las edecanes trabajan continuamente con las mismas redes de contratación, por lo que éstas ya conocen el desempeño de cada una de ellas y quién es la más apropiada para determinados eventos. En ese sentido, las trabajadoras prefieren ir cada vez menos a los castings y encuentran más conveniente crear vínculos de trabajo con una red informal.

Otra situación relevante que surgió de las narrativas es el hecho de que una sola agencia no suele proporcionar a las edecanes la cantidad de eventos que requieren para poder subsistir del medio. Esa es una de las principales razones por lo que las agencias no establecen exclusividad con ninguna, dejando totalmente a la disposición, habilidad, contactos e incluso suerte de la edecán procurarse ella misma conseguir eventos todas las semanas. Esta disposición laboral, no obstante, suele generar en las trabajadoras una sensación de independencia y autogestión, por lo que el vínculo identitario con las agencias es débil, aunque no con el medio del edecanaje. Las relación de las edecanes con las

agencias es múltiple, o dicho de otra forma, la relación laboral patronal es múltiple, por lo que su lealtad o sentido identitario no es con las agencias, mucho menos con las marcas, sino con el gremio que se sabe constantemente en riesgo y que requiere que entre todas las trabajadoras mantengan una comunicación permanente para alertarse de ofertas de trabajo, así como de la existencia de agencias fantasmas, ofertas de trabajo falsas, clientes acosadores, clientes que no pagan, entre otros problemas.

Todos estos elementos, aunados a la cuestión de la falta de seguridad social, de prestaciones laborales, de inseguridad en el empleo, generan en las trabajadoras una desvinculación emocional o subjetiva hacia las agencias. Por ejemplo, en el siguiente fragmento puede observarse que la entrevistada tiene completa claridad sobre cómo trabajan bajo un esquema totalmente precarizado, mientras que con las marcas toda la relación es legal y formalizada:

Las marcas pagan directamente a las agencias. La diferencia entre marcas y agencias es que entre ellos sí hacen todo legal y ambos tienen contrato [...] entre agencia y marca es legal al mil y entre el talento a veces. Por ejemplo, te llaman, trabajas cinco días que dura la campaña y te pagan en efectivo o depósito y puede ser acuerdo de palabra o contrato (Ameyal, 31 años, 6 de experiencia, 2019)

Es por ello que las trabajadoras no han tenido inconveniente, como se expone en el siguiente apartado, en generar sus propias estrategias para obtener mejores ingresos, evitar el retraso de pagos y prescindir de ciertas formalidades que en algunos casos representan una carga para ellas. No han tenido inconveniente debido a que las empresas, en términos generales, no les aportan realmente ningún beneficio importante, comparado con un esquema informal; tampoco se sienten representadas, cuidadas o valoradas. Esos son aspectos materiales y subjetivos que han llevado a las edecanes a configurar la actividad del *esquema deslaboralizado formalmente*, a un *esquema de trabajo informal* como estrategia de resistencia frente a la precarización laboral en la que se encuentran.

2.6 Redes informales de prestación de servicios como estrategia de resistencia frente a la precarización laboral

Como señalé antes, la organización del trabajo desde las agencias —de acuerdo con las experiencias de las trabajadoras y su biografía dentro del mundo del edecanaje— es una configuración que se encuentra en decadencia y está siendo sustituida por esquemas informales de trabajo, que han resultado mucho más favorables a las trabajadoras e incluso ellas mismas los han fomentado como estrategia “desde abajo” para obtener mejores ingresos.

En esta otra configuración, que no por informal deja de ser socio-técnica del proceso de trabajo, encontré que la actividad laboral en este caso se constituye a través de la construcción de redes informales sin ningún tipo de regulación legal mediante una o un representante que organiza a las edecanes y quien cumple las mismas funciones que los dueños o representantes de agencias, es decir, es la persona con quien los diferentes clientes se contactan para contratar el servicio y quien establecen el lazo con la edecán para que asista a los eventos en donde son requeridas. Estas redes informales regularmente se establecen a través del conocimiento, experiencia y contactos adquiridos por parte de una de las edecanes o de alguien que esté dentro del medio de la animación, quienes movilizan los capitales sociales adquiridos (Bourdieu, 2012) durante sus años de experiencia trabajando para diferentes agencias así como con diferentes clientes y con varias de sus compañeras de trabajo. De ese modo logran una organización que ellas mismas gestionan y que les permite trabajar al margen del mundo de las agencias formalizadas e incluso como una posibilidad de conseguir más eventos para trabajar:

Yo le trabajo, te puedo decir a ojo de bueno cubero, entre mi esposo y yo le trabajamos como a cincuenta personas distintas, si no te habla uno, te habla el otro, sino te habla el otro, el otro y así. Y es que también ya muchas chicas

edecanes, que sí son roba cuentas, entonces pues ellas mismas hacen como mini agencias, entonces pues si no te dan trabajo de otro lado, te dan de otro, te dan de otro y así, y como ya nos conocemos de tantos años (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

Esta es una estrategia bastante común que realizan las edecanes que han permanecido muchos años en el medio y que decidieron continuar en él pero movilizándolo sus capitales sin participar como trabajadoras edecanes en los eventos. En ese sentido esta puede considerarse como otra estrategia por parte de las edecanes, quienes movilizan los capitales obtenidos dentro del propio campo para pasar de trabajadoras a capitalistas de la actividad que anteriormente han realizado.

Como se mencionó, aunque muchas mujeres pueden prolongar su actividad en el edecanaje, especialmente si han cuidado su estética corporal, una gran cantidad de ellas decide retirarse alrededor de los 35 años, muchas veces porque ya se encuentran cansadas de la dinámica que el trabajo implica: trasladarse a espacios muy diversos, en algunos casos realizar regímenes de dieta y ejercicio estrictos, la necesidad de estar a la caza de eventos, entre otros. Estas ex-edecanes ven una buena oportunidad de mantenerse activas en el medio a través de su participación como gestoras de redes de edecanes.

Estas redes regularmente no tienen un espacio físico en el que puedan ser localizadas, como es el caso de las agencias formales, sino que toda la organización cobra vida en el mundo virtual a través de grupos de *WhatsApp* principalmente, que conjunta a las trabajadoras que en algún momento tuvieron contacto con la edecán que ahora organiza la red de trabajo y quien lanza las diferentes ofertas de empleo o contacta directamente a alguna de ellas. En ese sentido, el principal aspecto que ha facilitado el surgimiento, crecimiento y prevalencia de las redes informales de contratación es la expansión en el acceso a las nuevas tecnologías de la información, principalmente de los grupos de *WhatsApp*. Las redes de contratación en definitiva no pueden entenderse sin el uso de esta

aplicación telefónica. Ello es interesante dado que es una informalización laboral vinculada al mundo de la apropiación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.⁴⁵

Las redes informales de contratación, por otra parte, heredan y reproducen la estructura de organización del trabajo que las agencias formales habían consolidado, es decir, siguen segmentando y clasificando el trabajo a partir de las categorías de edecán A, doble A, doble A más y triple A. De igual manera son intermediarias entre el cliente y la trabajadora. Estas redes han representado una competencia para las agencias formales de contratación, de este modo expresa un representante de agencia el surgimiento y las consecuencias del surgimiento de estas redes informales de contratación:

Desde hace un tiempo han aparecido un sin número de agencias extrañas o escuelas de modelos en internet, en especial en páginas creadas en Facebook o grupos de Facebook y webs gratuitas que ponen en riesgo la seguridad de muchas chicas, que por falta de información acuden donde estas personas que al mismo tiempo perjudican a las agencias legales que llevamos mucho tiempo brindando estos servicios. Las agencias que estamos bien establecidas hacemos una cita personal con la chica que quiere trabajar, para que ella nos proporcione sus datos y book personalmente en nuestras instalaciones. Las agencias verdaderas tienen una web pagada y las agencias falsas tienen un Facebook o un blog gratuito y así cualquiera puede hacer creer que tiene una agencia. Nosotros les recomendamos que no envíen sus fotos profesionales a esas páginas debido a que no se sabe en donde terminaran las fotos. Existen muchos casos en que estas terminan en páginas de contenido para adultos o a muchas les han creado perfiles falsos. Otras agencias lo que hacen es vender los datos y números de teléfono que las edecanes proporcionan con fotos, lo hacen por un

⁴⁵ El uso de las tecnologías de la información y de la comunicación y su relación con el trabajo ha sido materia de interés por parte de diversas investigaciones en los últimos años. Ejemplo de ello es el trabajo de Benner (2011), quien estudió tanto los factores favorables como los contraproducentes en trabajadores de Silicon Valley que usaban intensivamente esas tecnologías para la realización de sus actividades laborales. Encontró, como efecto, que ese uso intensivo facilitó flexibilidad laboral. Dada la relevancia del uso de las tecnologías de la información en el trabajo contemporáneo, Benner (2011: 227) sostiene que: “Del mismo modo que estudiamos el trabajo en las fábricas textiles británicas de comienzos del siglo XIX para comprender las implicaciones de la revolución industrial, o examinamos el trabajo en las fábricas de automóviles norteamericanas para comprender las implicaciones de los sistemas de producción fordista, el análisis del trabajo en Silicon Valley a comienzos del siglo XXI nos permite obtener una interesante perspectiva de las maneras en que la revolución de la información está transformando globalmente el trabajo”.

pago en el banco a cualquier persona extraña. El trato de una agencia es directo con ellas (Representante de agencia, 2020).

No obstante esos riesgos, laborar a través de redes informales resulta conveniente para las edecanes debido a que, por un lado, suelen ofrecerles un poco más de dinero en relación a lo que ofrecen las agencias formales y procuran no retrasarse al realizar los pagos. Por otro lado, involucrarse en alguna o varias de estas redes es una forma de abrirse vías para tener eventos todas las semanas e incrementar los ingresos personales. Otra ventaja es que en estas redes los castings son mucho menos comunes que en las agencias formalizadas por lo que es un trámite, una formalidad, que pueden pasar por alto a través de estas redes de trabajo. Las redes también pueden ser más convenientes en tanto los criterios estéticos, corporales y etarios pueden ser más flexibles, es decir no necesariamente tienen que cumplir rígidamente con ciertas medidas corporales específicas y de ese modo tienen oportunidad un número mayor de jóvenes de insertarse en el medio.

Efectivamente, hasta hace algunos años, de acuerdo a los testimonios de las entrevistadas, trabajar con redes informales implicaba algunas desventajas y riesgos lo suficientemente importantes para que existieran edecanes que decidieran no participar en ellas. De entre las más relevantes se encuentra el hecho de que si en las agencias formales corren el riesgo de no recibir sus pagos con los acuerdos bajo palabra, en estas redes se posibilita mucho más tal situación. El crecimiento de estas redes todavía sigue siendo un riesgo para jóvenes que estén interesadas en entrar en la actividad y que no tengan el capital social necesario y así verse involucradas con agencias falsas que puedan poner en riesgo su seguridad. Pero las edecanes que están en el medio han generado sus propios mecanismos para asegurarse no caer en ninguna oferta engañosa de trabajo e incluso para protegerse de la posibilidad de que alguna agencias no pague por el evento trabajado y presionarlo a través de los grupos de WhatsApp para que lo haga:

Es que en cuanto más te vas metiendo en el medio vas conociendo muchísimo más a las agencias que son las populares y aparte nosotros nos manejamos por grupos de Whatsapp en los que tenemos pues algunas listas negras de agencias que no son viables y agencias que sí son muy conocidas y que son buenas para pagar (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019).

En síntesis, lo más importante de estas redes de contratación se encuentra en que son — por ahora— una vía alterna para que las trabajadoras puedan conseguir más eventos que los que podrían tener trabajando solamente para agencias formales, por lo que se van consolidando como una alternativa de trabajo. Sin embargo, esta informalización de la actividad, propiciada sin duda por las propias trabajadoras, no se limita a esta, sino que identificamos dos estrategias laborales más que funcionan al margen de las agencias formalizadas, las que describo a continuación.

2.7 Acuerdos individualizados al pactar el servicio entre exedecán/edecán y edecán/cliente

En este último apartado describo dos formas más que las trabajadoras ponen en práctica para tener mayores ofertas de trabajo y que les resultan favorables en comparación con el trabajo en las empresas formales. Son también estrategias de informalización desde abajo para recuperar una parte mayor del dinero que produce su propia actividad, además para obtener un mayor número de eventos y lograr mejores ingresos en un-menor tiempo.

En la primera forma, las edecanes operan de forma individualizada, estableciendo acuerdos de trabajo bajo palabra —que también existen en los esquemas anteriores— pero que en este caso se da entre una edecán que lleva a cabo una negociación informal con un cliente de marca o negocio. En este esquema no interviene ni agencia formal de edecanes, ni la red de contratación informal, sino que es una edecán contactada directamente por la persona que desea la promoción de su marca o la activación del negocio

y que al finalizar la actividad paga “al corte” por hora trabajada. Esta estrategia laboral se posibilita, a su vez, por dos mecanismos: el primero, cuando la edecán trabajó previamente en una agencia formal y entabló los contactos necesarios con diferentes contratistas, puede después realizar una negociación laboral directa e individualizada con esos clientes prescindiendo de la agencia; el segundo consiste en el uso de diferentes ofertas de empleo que también los representantes o dueños de diversos negocios lanzan a los grupos constituidos en redes sociales como Facebook y a las que las edecanes responden de forma individualizada.

En términos generales, de todas las formas de relación laboral que establecen las edecanes con el contratante esta es la más conveniente en cuanto a los pagos, pero no pueden trabajar siempre de esa forma a menos de que se hagan de una serie de instrumentos y equipo de trabajo importantes que los clientes no suelen poseer, como es el caso de bocinas para la música, micrófono y carpas en caso de que la edecán no solo preste su imagen sino que haga trabajo de animación y se haga cargo de la producción. Este esquema ha funcionado también favorablemente para los clientes, quienes pueden ahorrar dinero que le correspondería recibir a la agencia como intermediaria, y de esa manera suelen ofrecer un poco más de pago a la edecán para que acepte el trato. Esta situación la expresó una de las entrevistadas al preguntarle sobre las ventajas o desventajas de trabajar de forma independiente:

En lo económico, porque la agencia pues se lleva su comisión, igual trabajar tanto independiente como con personas que trabajas directo te llevas más dinero, a mí a lo mejor me ve alguien trabajando y me dice, ¡Oye, me gustó tu perfil, quiero que vayas a mi evento! El cliente directo, no sé, de una cremería, de unas tacos, y ya ahí les puedo cobrar no 600, le cobro 1 200, o ya le puedo yo ofrecer, por ejemplo yo tengo bocinas, tengo carpa, ya le puedo yo ofrecer ¡Ah, mira yo te puedo ofrecer, bocinas, carpa y todo por tanto!, por 2000 pesos, me conviene mucho más trabajar independiente a trabajarle a la agencia porque finalmente ellos se llevan la mayor parte y finalmente tú haces el trabajo (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

Por supuesto que las redes informales y las agencias formales han procurado protegerse para que su negocio no quede sepultado frente a estas estrategias individualizadas. Existe un acuerdo o regla informal entre agencias y edecanes que establece que la edecán no puede trabajar de forma independiente para el cliente que conoció por medio de la agencia. Es decir, a pesar de las agencias, la trabajadora puede realizar acuerdos individualizados con cualquier negocio o cliente en tanto este no sea un contacto generado por la propia agencia, si eso sucede corren el riesgo de ser “quemadas” como ellas mismas lo expresan, en los diferentes grupos de *WhatsApp* exponiéndolas como “roba-cuentas” y por lo tanto pueden ser excluidas para trabajar de alguna de las redes o agencias de contratación. Sin embargo, en términos estrictos no es posible ningún tipo de sanción y suele ser la práctica a través de la cual las edecanes crean sus propias redes informales de contratación.

Una segunda estrategia, derivada de la anterior, en la que no participa ningún de las dos configuraciones de agencias, se establece cuando la edecán contactada por un cliente es quien recomienda a una o a un grupo de edecanes para participar laboralmente de alguna actividad. Esta es la última estrategia laboral ubicada a la que recurren las edecanes para tener mayores oportunidades de trabajo. Aunque los criterios de contratación son básicamente los mismos, el acuerdo también es bajo palabra, y aunque realmente de esta forma la actividad se ubica en el ámbito de la *economía informal*, les resulta más conveniente trabajar en este esquema por las razones señaladas y, adicionalmente, les permite crear un sentido de grupo o sector, como relata una de las edecanes entrevistadas:

Nosotras nos manejamos por grupos de WhatsApp, si en algún momento yo requiero edecanes lo público en un grupo de esos, ellas me contactan, yo se las mando al cliente, una vez que cubren el perfil pues ya te comunicas con ellas y resulta el trabajo para todas, a veces no las conozco, a veces no tengo el gusto de conocerlas pero por medio de los grupos de WhatsApp es por los cuales nos

podemos mantener informadas y activas para conseguir trabajo, para alertarnos de personas o agencias que no pagan o de clientes que solamente están pidiendo fotos y son clientes fantasmas. Hay una comunicación muy buena dentro de las edecanes (Ollin, 40 años, 15 de experiencia, 2019).

A partir del crecimiento de estas dos configuraciones de trabajo, tanto las redes informalizadas como de las estrategias individualizadas, se han transformado parte de los requerimientos de trabajo como es el caso de la ausencia de castings —que ya se explicó— y las características del *book* fotográfico. Como en estas formas individualizadas no se lleva a cabo la contratación a partir del castings, las fotografías cobran un papel central para conocer la corporalidad de la trabajadora. Inicialmente, el *book* con fotografías profesionales tenía mayor relevancia, pero debido a los avances en las tecnologías digitales, centralmente en la posibilidad de modificar la imagen a través de programas y aplicaciones tecnológicas, es frecuente que la trabajadora en la vida real no coincida con la de la imagen en la fotografía. Por ello actualmente los clientes piden que envíen fotografías en los que estén realizando la actividad durante un evento; es una forma de asegurarse que la foto estará lo menos modificada posible. Sin embargo esto sucede también en las agencias formales, situación que pudimos constatar en una entrevista con un representante de agencia:

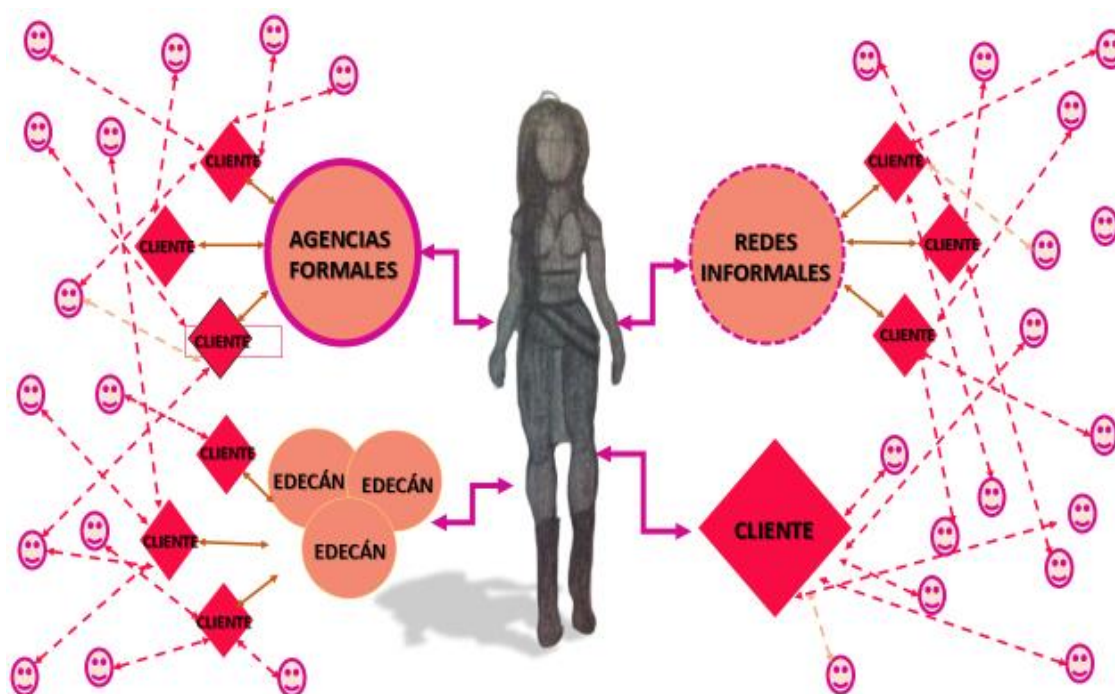
Como agencia de publicidad, nos hemos encontrado con gente que no cumple los requisitos ni las indicaciones del cliente, porque en ocasiones no se puede hacer casting presencial o citarlos en oficina. Nos envían material viejo, editado, falso, trabajan con pésima actitud, llegan con otro tipo de ropa diferente a la solicitada cuando no se entrega uniforme, mala imagen, no arreglados; piden algunos que se les pague taxi ida y vuelta o gasolina, estacionamiento, comida y otras cosas que no deben ser, ya que al hablar del pago, se entiende que esos gastos corren por su cuenta, pero en las cuestiones foráneas claro que es distinto! Hasta algunas veces nosotros los apoyamos con alimentos o con llevarlos o citarlos en un punto (Representante de agencia, 2020).

En síntesis, de las diferentes estrategias laborales que han creado las trabajadoras, las dos últimas formas de trabajo individualizados a las que se adscriben las edecanes son posibles debido a la precariedad en la que se realiza el trabajo en las agencias. Es decir, trabajar en agencias formalizadas en la mayor parte de los casos no representa realmente ninguna ventaja para las trabajadoras debido a que no reciben ningún beneficio adicional, mayores protecciones en el empleo o mayor número de eventos. En ese sentido, trabajar para agencias suele ser menos conveniente que trabajar de manera individualizada.

En cualquier caso, las edecanes están conscientes que estas formas individualizadas de trabajar y atender a ofertas laborales que surgen en la red siempre representan un posible peligro y por ello a través de sus grupos virtuales procuran protegerse entre ellas, tratando de señalar las ofertas que parecen sospechosas, a cuáles no serían conveniente responder o la importancia de ir acompañada para no ponerse en riesgo, pues uno de los problemas presentes, es la posibilidad de caer en manos de sujetos que se dediquen a la trata de personas, un riesgo laboral que está en sus referentes y preocupaciones cotidianas.

El siguiente esquema sintetiza la compleja relación laboral que las edecanes establecen con sus diferentes empleadores y entre ellas mismas:

Esquema 3. Relaciones laborales establecidas por la edecán



SÍMBOLO	SIGNIFICADO:
	Empleadores: agencias formales, redes informales (exedecanes)
	Compañeras edecanes activas
	Cliente que contrata directamente el trabajo de la edecán
	Consumidores de su trabajo

Fuente: Elaboración propia (2020)

2.8 Conclusiones del capítulo 2

Este capítulo tuvo como propósito mostrar las diferentes formas en que las edecanes se insertan en el mundo del edecanaje y cuáles son las características de este campo laboral. A partir del estudio de las perspectivas sobre trabajo emocional, corporal, estético y performático pudimos identificar que el modelo de negocio se apropia y mercantiliza

capitales que poseen las trabajadoras adquiridos fuera del campo pero desarrollados a lo largo de sus trayectorias laborales, que son principalmente capitales estético-corporales, emocionales, interaccionales y performáticos, que son retomados para seleccionar a las trabajadoras y crear una actividad laboral donde se ponen en juego todos estos elementos.

A partir de eso pude reconocer que dentro de la actividad se ponen en juego esquemas de apreciación y percepción vinculados a significantes materiales asociados al género, la clase, la edad y posiciones racializadas (Wharton, 2009: 52) objetivizadas como rasgos fenotípicos y de distinción. La actividad del edecanaje, entonces, replica un esquema de clasificación social que atribuye mayor valor a las encarnaciones representativas de los estratos económicamente mejor favorecidos frente a otras que encarnen las representaciones de las clases populares como es el tono de la piel morena o una estatura más baja. Esta concepción se refleja tanto en el hecho de que las mujeres que encarnan el estereotipo de las clases privilegiadas son enviadas a los eventos que catalogan de “mejor categoría” en los que los clientes pagan mejor y donde, en consecuencia, obtienen los ingresos más altos, que suelen estar en los mil pesos por 2 horas de trabajo. Por lo tanto, la clasificación representa en realidad una jerarquización y elitización de un pequeño sector de las trabajadoras, es decir una política empresarial explícita que promueve la separación -fragmentación- entre ellas y sus actividades dentro de las agencias y que también es observable, en algunos casos con menores intensidades, en las otras formas de relaciones laborales explicadas en el capítulo.

Existen cuestiones estéticas que no pueden ser controladas mediante trabajo corporal pues son posesiones determinadas por el origen étnico o la situación de clase de cada persona. Por ejemplo, los ofertantes de las propuestas de trabajo suelen especificar esas características de la siguiente manera: *“latina internacional, muy guapas, de rasgos finos, tez blanca, cabello oscuro castaño o negro claro, buena presencia, no obesas”* o por ejemplo también suelen declarar que *“se requieren edecanes latinas morena clara tipo Polanco”*, por lo que en algunas de las lógicas constitutivas de esta actividad laboral se refuerzan modelos de discriminación étnica y social, pero sobre todo, esos modelos discriminatorios funcionan como sistema de clasificación y de estratificación de las mujeres

que participan en el mercado de trabajo del edecanaje, como fue constado en los diferentes apartados del capítulo.

Uno de los hallazgos de la investigación es, por lo tanto, que a partir del sistema clasificatorio jerarquizado —basado en atributos físicos y aptitudes laborales— se determina la organización del trabajo, el ingreso económico de las edecanes, y en términos generales configura un modelo de flexibilización laboral relativamente novedoso dentro de las estrategias empresariales de la tercerización.

En ese sentido, encontré que en esta actividad predominan formas de flexibilización relevantes, emergidas con los procesos de tercerización laboral. La primera es la *flexibilidad por contrato*; en esta actividad no existe el contrato permanente para ninguna de las trabajadoras, ni mucho menos algún tipo de prestaciones fijas, se da paso al contrato civil, temporal e individual por obra o servicio, aunque pude documentar que incluso en las agencias formales predominan los acuerdos bajo palabra. También en este esquema existe la *flexibilidad numérica*, es decir, la capacidad para despedir y contratar personal que, para el caso de las edecanes, es total, dado que la contratación usualmente es por dos o tres días de trabajo y en el escenario más estable puede ser por campañas de algunas semanas o unos pocos meses, por lo tanto, la figura del *despido* en estas estrategias empresariales no existe; si una trabajadora no resulta efectiva realizando su trabajo o es problemática desde la perspectiva de la agencia, simplemente no se le vuelve a contactar.

Se encontró que existe *flexibilidad salarial*, determinada por las características físicas y las habilidades laborales que son capaces de desplegar las edecanes en el proceso de trabajo. En este aspecto ubicamos un tipo de flexibilidad especial dado que para organizarlo intervienen cuestiones fenotípicas, corporales, hábitos y disposiciones heredadas o adquiridas en donde el menor ingreso es atribuido a las mujeres designadas como “menos bellas” frente a las que obtienen los ingresos más altos y son consideradas como “mujeres cuya belleza sale de lo común”.

Asimismo, se encontró *flexibilidad de jornada laboral* en lo que respecta a horarios y días de trabajo. En este aspecto se identifican también diferencias importantes en función

de la posición ocupada en el sistema clasificatorio: para las mujeres con posición alta en la jerarquía los horarios suelen disminuir e ir ascendiendo para las edecanes de menor jerarquía. En el caso de los días de trabajo, lo más frecuente es que sean contratadas de viernes a domingo, pero es posible trabajar en diversos días de la semana en horarios que pueden ir de 12 a 16 hrs, de 14 a 18 hrs, o de 20 a 23 hrs para las edecanes A y doble A, y de 12 a 14 hrs, 14 a 16 hrs para las edecanes triple A, decir lo anterior expresa que las combinaciones pueden ser variadas y dependen totalmente del cliente que contrata el servicio. Las trabajadoras pueden tener actividades laborales tres días a la semana durante dos semanas continuas y después pasar una o dos semanas sin ninguna actividad. No obstante, la flexibilidad de los horarios de trabajo es visto por ellas como algo benéfico en tanto pueden realizar otras actividades como continuar con sus estudios o tener tiempo para estar con sus familias.

También fue identificada *flexibilización de calificaciones y competencias* para segmentar el trabajo y los salarios; en la medida en que se asciende en el sistema clasificatorio jerárquico las calificaciones requeridas son mayores: contar con estudios universitarios, conocer dos o más idiomas y tener competencias como ser capaz de pasar del trabajo de imagen al de animación, conducción, baile, y la disposición de hablar con soltura frente a públicos amplios. En la medida en que estos capitales se incrementan —en conjunción con capitales estéticos y corporales— es posible ascender dentro del sistema jerarquizado de contratación o, si no se cumplen, quedarse dentro de los niveles inferiores.

Estas son las principales formas de flexibilización identificadas en la literatura y que tuvieron correspondencia con los aspectos empíricos registrados en esta tesis. Además de esas formas de flexibilización, en la investigación encontramos la *flexibilización de los espacios de trabajo*, pues las edecanes trabajan en muy variados negocios, promocionando una enorme cantidad de productos y servicios de cualidades distintas. Esto las obliga a desarrollar habilidades como la memoria, para tener la capacidad de recordar los muchos productos que una misma marca les pide que promocionen y el talento para comunicar dicha información de una manera efectiva frente a públicos diversos.

Por último, las evidencias empíricas sugieren la existencia de una especie de *flexibilidad en la figura patronal*, en tanto el trabajo opera como un campo (Bourdieu en Bourdieu y Wacquant, 2005: 150) en el que participan tanto agencias formales, redes informales y edecanes, en donde las trabajadoras se mueven con cierta libertad siempre y cuando se respeten las reglas del propio campo. En ese sentido, las edecanes, se conectan, se entrecruzan, comparten patrones, clientes y consumidores, por lo que movilizan sus recursos corporales, estéticos, económicos, sociales y simbólicos para permanecer en el campo del edecanaje y obtener mejores posiciones en él.

Relacionadas con la precarización laboral, suelen ser frecuentes situaciones que afectan la estabilidad económica de las edecanes, tales como el retraso constante de pagos por periodos prolongados, por lo que las trabajadoras han creado estrategias que procuran disminuir estas problemáticas dado que no existen instancias legales en las cuales apoyarse. Así son las propias edecanes quienes fungen como mediadoras a través de los grupos de WhatsApp para tratar de hacer que las partes cumplan con el acuerdo informal laboral y, también, a través del uso de redes sociales como Facebook para realizar denuncias y expresar el disgusto por estas prácticas laborales poco éticas. Asimismo, se pudo constatar que la ampliación de las actividades laborales se posibilita a partir del uso, intensificación y diversificación de tecnologías digitales y de comunicación, como son los teléfonos inteligentes, las computadoras, internet, redes sociales, pues a través de ellos no solo hacen denuncias, sino que son medios para estar conectadas con el campo laboral y así conseguir diferentes ofertas de trabajo.

En general, este capítulo muestra que la del edecanaje es una actividad laboral desprotegida, que se caracteriza por realizarse en condiciones de absoluta precariedad, sin ningún tipo de seguridad laboral y social, por lo que satisface otro de los anhelos de los esquemas de tercerización empresarial que es la precarización de la actividad en una forma relativamente aceptable para las propias edecanes, en tanto la actividad ha funcionado durante años ofreciendo salarios que son convenientes para las trabajadoras pues, de acuerdo a las narrativas, resultan más altos con menos tiempo dedicado al trabajo que en

un esquema de trabajo tradicional como sería en oficinas u otros trabajos de servicios, pero sin ningún tipo de seguridad social, ni prestaciones.

Esta mezcla de condiciones laborales desfavorables pero aceptables para las edecanes y el nulo involucramiento de las agencias para proporcionarles al menos seguridad en el empleo, ha derivado en el surgimiento de estrategias de resistencia entre las propias trabajadoras, quienes prefieren buscar vías alternas para la realización de su actividad para aumentar sus ingresos y sus posibilidades de empleo. Esto lo han logrado informalizando su actividad laboral, procurando establecer por su cuenta contactos con clientes para trabajar de forma individualizada, procurando invitar a sus compañeras de trabajo mediante acuerdos verbales y creando redes informales de contratación que puedan ser más benevolentes en cuanto al monto y puntualidad en los pagos, lo que contrasta notablemente con las prácticas inconvenientes de las agencias formalizadas.

CAPITULO 3. PROCESO DE TRABAJO: PRODUCCIÓN DE INTERACCIONES EN LA ACTIVIDAD DE LAS EDECANES

3.1 Introducción

En el capítulo anterior revisamos cómo las trabajadoras establecen contactos con las agencias y redes informales, cuáles son los criterios de selección en cuanto a los diferentes capitales corporales, estéticos, emocionales y performáticos que se exigen a las interesadas para poder insertarse en la actividad de edecanaje y, en general, el conjunto de aspectos sobre las relaciones laborales que las edecanes establecen con las diferentes opciones y condiciones de contratación. En este capítulo, la atención está puesta en describir y analizar las relaciones laborales que las edecanes establecen con otros agentes que son importantes para la realización del proceso de trabajo en esta actividad laboral: el cliente que contrata el servicio, por un lado, y por el otro, los consumidores o el público que puede o no consumir el producto o servicio pero sí participar de las actividades como espectadores del performance laboral que realizan las edecanes cuando están promocionando la mercancía o servicio.

Como vimos antes, las agencias y redes informales son las encargadas formales de lo relacionado con los contactos, la selección, la organización del trabajo y el pago de los honorarios de la trabajadora. En este caso, el cliente que contacta a la agencia o red de trabajo para contratar a una edecán se encarga de fijar las condiciones de trabajo respecto a lo que ella va a hacer, qué productos va a promocionar o cuáles son las promociones que la edecán va a ofertar, cómo lo va a hacer, cuánto tiempo requiere a la trabajadora, si tiene algún descanso o no y, en cuanto a la estética corporal, determina a qué tipo de trabajadora requiere y los aspectos relacionados a la ornamentación estética, cómo debe lucir, qué tipo de ropa debe usar —si es uniforme o algún disfraz— cómo se debe maquillar, cómo se debe peinar y qué tipo de zapatos debe llevar. Es decir, además de fijar las condiciones de trabajo, el cliente es quien se encarga de controlar el proceso de trabajo.

En razón de lo anterior, en la investigación que reporta esta tesis el trabajo estético, emocional, corporal y performático dentro del proceso de trabajo son dimensiones analíticas fundamentales, debido a que en la actividad de las edecanes esas forman parte constitutiva de diversas fases de la configuración socio-técnica. Como vimos en el capítulo anterior, tales categorías permiten comprender, como fenómeno laboral concreto, la construcción del mercado laboral del edecanaje y cómo juegan de manera determinante en la organización del trabajo. En este capítulo el foco de atención está puesto en el análisis sobre las cuestiones estéticas, corporales, emocionales y performáticas que tienen lugar en la realización del proceso de trabajo de las edecanes, en cómo se preparan las trabajadoras para realizar su actividad, en cómo despliegan sus capitales emocionales y performáticos durante el trabajo, es decir en qué consiste en la práctica su actividad y cómo la performatividad de género y los símbolos y significados asociados a la feminidad son fundamentales para comprender el performance laboral. Asimismo, en este capítulo se abordan los aspectos relacionados a las condiciones de trabajo y las diferentes estrategias que las trabajadoras han generado para asegurarse que tanto agencias como clientes cumplan con los acuerdos laborales.

3.2 Trabajo previo al performance laboral

Después de que el cliente contacta a la agencia formal o la red informal de contratación y solicita el trabajo de una o varias edecanes, son estos últimos quienes se encargan de contactar a su vez a la trabajadora, ya sea que la agencia contratista sugiera a la edecán idónea para desempeñar la actividad que el cliente requiere, o ya sea que el cliente elija de entre las diferentes edecanes a través del conocimiento que de ellas posee por medio de las fotografías y de sus medidas corporales, talla, altura, color de piel y ojos, y/o por sus competencias en la actividad. Es frecuente que un mismo cliente genere cierta regularidad en la contratación de una o varias edecanes, por lo que si un cliente quedó satisfecho por primera vez con el trabajo de una edecán puede llegar a contratarla varias veces a lo largo

de un año para que sea ella quien realice la activación o promoción de sus productos o servicios en varios momentos.

La edecán, a su vez, recibirá la llamada de la agencia, la red o el cliente —o estará al tanto de las diferentes ofertas de trabajo propuestas en los grupos de WhatsApp— y decidirá si es un evento conveniente para ella, lo que dependerá, entre otras cosas, de si tiene propuesta laboral de alguna otra agencia para esos días, si la oferta es conveniente en términos económicos y, también, del lugar en dónde se encuentre el negocio o la exposición a la cual tenga que trasladarse. En ese sentido, las edecanes tienen cierto margen de libertad en las decisiones que toman con relación a los eventos en los cuales participan, pero eso tiene un límite, ya que negarse frecuentemente a las ofertas de trabajo recibidas puede derivar en que las agencias o redes no las contacten nuevamente.

Imagen 1. Las edecanes pueden decidir qué trabajo aceptar y cuáles no

- LE SALIÓ UN **MEJOR PRESUPUESTO**
Y ME CANCELÓ, LO BUENO QUE TÚ
NO HACES ESO...



Nota: Imagen que expresa cómo las edecanes tienen márgenes de elección para decidir estratégicamente que eventos son convenientes para ellas con respecto a otros.

Fuente: imagen obtenida de la página de Facebook “En la cara no porque soy edecán” durante el 2020 en: <https://www.facebook.com/EnLaCaraNoPorqueSoyEdecan>.

El factor tiempo/espacio es muy importante en el proceso de trabajo del edecanaje, pues al tener como cualidad principal ser una labor no localizada en un lugar fijo sino un *trabajo plurilocalizado*, suelen asistir a eventos o negocios muy dispersos geográficamente a lo largo de un mes o incluso en el transcurso de una misma semana. Las edecanes que fueron entrevistadas para esta tesis viven principalmente en la Ciudad de México y también en algunos municipios conurbados del Estado de México, y los eventos a los que asisten suelen estar muy alejados los unos de los otros tanto dentro como fuera de la Ciudad de México y también respecto al lugar en donde viven. Asimismo, los lugares en los que se localizan los espacios en los que realizan sus actividades laborales son de estratos económicos diversos, unos de alto poder adquisitivo y otros en zonas marginadas o periféricas, situación que multiplica las experiencias laborales de las edecanes trabajando con diferentes grupos de personas en diferentes contextos socioeconómicos. Además, es frecuente que los clientes contacten a las agencias o redes para trabajar en eventos fuera de la Ciudad de México o de la zona conurbada del Estado de México. Posteriormente veremos en detalle la relevancia de que la actividad no se realice en un lugar fijo, lo menciono aquí como parte de una de las razones por la cual la trabajadora puede decidir aceptar o no participar de algún evento laboral, pero ahora me quiero referir a lo que hacen antes de cumplir con la jornada propiamente laboral.

La jornada laboral se fija en el contrato o en el acuerdo bajo palabra y empieza cuando la edecán llega al negocio, la exposición o el centro comercial. Hay una serie de cosas que deben hacer antes de salir del lugar en donde viven hacia el espacio en el que realizarán su trabajo, esas forman parte de los aspectos relevantes para realizar la actividad y que se relacionan, principalmente, con las *reglas de ornamentación corporal* o *reglas de la apariencia* (Maanen, 1999: 12) que las agencias y clientes establecen y que las trabajadoras deben presentar y mantener durante la jornada

3.2.1 Reglas de ornamentación corporal y feminización del cuerpo de las edecanes

En este apartado exploramos las reglas de exhibición (Humphrey, Ashforth, Diefendorff, 2015: 751) ornamental que establece la configuración del trabajo y sugerimos que estas no son inocuas, sino que funcionan como significantes materiales vinculados a construcciones sociales sobre la feminidad en su variante erótica, con la intención de recrear un performance de género para explotar durante la realización del proceso de trabajo. La intención de los empleadores es crear cierta exhibición a través de la ornamentación estética que porta la trabajadora mediante ropas, zapatos, peinado y maquillaje que explote la sensualidad y una imagen heterosexualizada (Wolkowitz, 2006: 90) de la edecán.

Lo primero que suelen hacer, por lo regular un día antes,⁴⁶ es preparar una maleta con todas aquellas cosas que podríamos considerar herramientas o instrumentos materiales de trabajo para realizar la actividad. La estética corporal es fundamental para este tipo de trabajo, pero no solo en cuanto a las características fenotípicas, sino también en la forma de ornamentarlo. Una noche antes del evento respectivo, las edecanes preparan una maleta que contiene en su interior una de *las herramientas estéticas* más importantes, su *vestuario*. El vestuario no es un accesorio baladí dentro del trabajo, es incluso una herramienta que podría permitirles o no participar en un evento laboral.

Los vestuarios o uniformes es la primera herramienta estética de trabajo en el que las edecanes deben invertir parte de sus honorarios, en tanto las agencias formales o redes informales eventualmente les proporcionan algunos de estos, sobre todo si los uniformes

⁴⁶ Algo interesante que emergió en el trabajo de campo, es lo primero que mencionan las edecanes con relación a su preparación para un día de trabajo, antes de salir de sus casas. Para algunas se relaciona con dejar listas las cosas necesarias para que sus hijas e hijos vayan a la escuela, para que desayunen o coman, o que se levanten temprano para ir a dejarlos a sus escuelas o llevarlos con los abuelos para que se encarguen de ellos durante su ausencia. Menciono esto porque la vida con los hijos es una parte importante para muchas edecanes y surgió constantemente en las narrativas, pues en reiteradas ocasiones entran en esta actividad para mantenerles. Esto será abordado más a detalle en el quinto capítulo.

llevan el nombre de las marcas que promocionan, pero de acuerdo con las narrativas, en términos generales, forma parte del herramental estético delegado por parte del cliente o la agencia a la trabajadora.

Son tres tipos de vestimentas que las trabajadoras deben poseer; la primera es una vestimenta genérica que les permite trabajar para diferentes eventos o negocios que no promocionan una marca específica y que les permita ir uniformada con alguna otra edecán sin que exista necesidad de haber confeccionado la vestimenta exprofeso. Estas prendas suelen ser pantalones y shorts de colores blanco, negro, rojo y azul, blusas tipo polo, y *tops*⁴⁷ de los mismos colores, vestido negro, vestido rojo, vestido tipo coctel, vestido corto y pegado al cuerpo, vestido blanco. Asimismo, deben poseer pantalones largos negros, blancos, rojos y azules.

Un segundo tipo de vestimenta que suelen poseer para realizar su trabajo es un uniforme en el sentido clásico como “traje de cierto tipo convencional que se le pone como distintivo a las personas de cierta clase” (Moliner, 2007: 2982) que lleva en alguna área el nombre en grande de las marcas que se busca promocionar. Por lo regular es un traje con tela de licra que se ajusta ceñido al cuerpo y tiene el propósito de resaltar la figura de la trabajadora. Este puede ser un traje completo en pantalón o puede ser un short, una camisa con un short, o un vestido corto. También pueden llevar una camisa tipo polo que porte la marca en el área del pecho que ellas utilizan con algún short o pantalón de los colores antes mencionados. En general, los trajes están diseñados para mostrar partes del cuerpo de la edecán como el pecho o las piernas y suelen acentuar la forma del cuerpo.

Por último, suelen también contar con diferentes tipos de disfraces. El disfraz a diferencia del uniforme es un “vestido que se pone en carnaval o en una diversión como las que suele haber en carnaval para caracterizarse de cierta cosa o de cierto personaje, o parecer un ser fantástico” (Moliner, 2007: 1057). Es bastante frecuente que los clientes pidan en ciertos momentos del año, que las edecanes luzcan disfraces de temporada: trajes

⁴⁷ “Prenda de vestir femenina ajustada al cuerpo que cubre el pecho y suele llegar como máximo hasta la cintura” (Moliner, 2007: 2901).

para el día de muertos, como vestidos de catrinas⁴⁸ o trajes para la época navideña, temporada en que van vestidas con trajes tipo Santa Claus pero para mujer, es decir una falda roja y una gorra, o ir vestidas de duendecillas. Los mencionados, son disfraces de temporada pero también cuentan con diferentes disfraces de superheroínas⁴⁹ que suelen ser bastante populares para esta actividad, disfraces como el de la Mujer Maravilla,⁵⁰ o de personajes de animes japoneses.⁵¹ Pueden ir también vestidas a la usanza del carnaval, especialmente cuando van a hacer una batucada.⁵² El disfraz es una vestimenta por la que la edecán puede llegar a cobrar un poco más del dinero del que se les suele pagar, por lo que también es un motivo que las distingue y las haga preferibles en relación a una edecán que posee poca cantidad de vestuarios. Así es como lo expresan algunas de las entrevistadas:

Cada una de nosotras tenemos que invertirle y eso también es una parte muy importante, yo mira tengo infinidad, no sé si viste mis redes, pero todas las fotos que tu veas de vestuario, ropa, etcétera, que uso para trabajar son míos, entonces ahí es también una gran inversión que muchas veces pues de ahí vas a estar por encima de tus compañeras o por abajo de ellas, si en algún evento, no sé (por ejemplo) de futbol americano, te dicen: necesito chicas que vengan vestidas con ropa de futbol americano, obviamente pues tu podrás ser muy guapa y podrás tener y cubrir las características de tu cliente pero si no tienes vestuario para asistir a ese proyecto, pues ya estás por debajo de ellas (Ollin, 40 años, 15 de experiencia, 2019).

Y también tiene mucho que ver (el tema de los vestuarios) porque por ejemplo, no sé, en diciembre te dicen: ¡es que necesito una chica que tenga disfraz de Santa Claus! Y dices bueno, o sea si yo por lo regular cobro 800 pesos por cuatro horas, pero sí voy a llevar mi disfraz te voy a cobrar 1000 pesos, aunque sean 200 de mi disfraz, porque aparte uno se va comprando sus vestuarios y eso

⁴⁸ Representación mexicana de la muerte en forma de esqueleto que porta ropas asociadas a las mujeres.

⁴⁹ Personaje de ficción con poderes sobrehumanos.

⁵⁰ Superheroína ficticia basada en las amazonas de la mitología griega.

⁵¹ Animación de procedencia japonesa.

⁵² Música afrobrasileña que se ejecuta mediante instrumentos de percusión.

nadie te lo paga, son para que trabajes para ellos [...] ahorita ya por lo regular por eso ya cada quien tiene su vestuarios y ya te piden ellos: ¡A ver, ¿foto de que tienen?!, Yo tengo vestuario de Mujer Maravilla, de Batichica,⁵³ y ya no, ya les mando las fotos y ya el cliente dice ¡Ah, este vestuario me gustó! (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019, corchetes míos).

Otro elemento fundamental de las herramientas estéticas es el de los zapatos que las edecanes utilizan durante el proceso de trabajo. El tipo, y forma del mismo son aspectos que los clientes suelen explicitar al momento de establecer acuerdos con las edecanes para la prestación de sus servicios. Por lo regular son muy altos, zapatos con tacos de aguja, botas también con algún tipo de tacón, aunque también pueden solicitar que lleven tenis. De la elección que haga el cliente del tipo de zapato que quiere que utilice la edecán, dependerán las condiciones de trabajo para ella durante el día, pero eso será tratado más adelante.

Si bien en muchos trabajos se puede apreciar que existen ciertos recursos estéticos que sirven para distinguir a un trabajador de otro tipo de trabajadores o que son importantes para no ensuciar la ropa común, una diferencia en este trabajo radica en que los contratistas o clientes no pagan, en los otros trabajos, fundamentalmente por el uso de estos, ni tampoco indican necesariamente en cada ocasión las especificidades de los mismos, es decir, el elemento ornamental, es un elemento fundamental para la producción de la actividad.

Regresando a la secuencia que lleva el día laboral; antes de trasladarse al lugar del trabajo se arreglan de acuerdo a las reglas de ornamentación corporal mediante el uso de diferentes productos para el rostro, el cuerpo y el cabello. En ese sentido, así como con las vestimentas y zapatos, las edecanes deben invertir parte de sus honorarios en muy diversos

⁵³ Súperheroína ficticia que representa a una felina.

productos como son: labiales,⁵⁴ sombras,⁵⁵ rímel,⁵⁶ pestañas postizas, rubor,⁵⁷ base,⁵⁸ polvo compacto⁵⁹ y traslucido,⁶⁰ entre otros, además de todas las herramientas necesarias para aplicarlos: brochas de rubor, brocha para labios, brocha para sombras, brocha para corrector, esponjas, pinzas para las cejas. Todo ello muestra que existe una variedad extensa de elementos que se requieren para que las edecanes se presenten a trabajar de acuerdo a las reglas de exhibición. Como indica una de las entrevistadas:

Peinado específico, te dicen, tienes que ir de coleta o de cabello suelto, o cabello planchado y maquillaje discreto, o te piden ir bien maquillada. Entonces de acuerdo a las situaciones, yo me tardo dos horas cuando me voy a trabajar, me tengo que parar dos horas antes, me baño en la noche para que el cabello ya esté bien seco y ya en la mañana plancharme el cabello, luego me hago chinitos, bien maquillada, pestañas postizas y un buen labial que te dure tus cuatro horas (Nenet, 35 años, 9 años de experiencia, 2019).

A eso hay que agregar las herramientas requeridas para el arreglo del cabello como son secadoras, pinzas para alaciar el cabello, para rizarlo, tintes para el cabello y una enorme cantidad de productos para el cuidado del cuerpo en general, que debido a ser la principal herramienta de trabajo está sujeto a un desgaste permanente y que por lo tanto requiere ser especialmente cuidado:

[...] también te tienes que mantener, o sea, también tienes que invertirlo y comprar productos y así como ganamos también es de comprar la crema, el bloqueador, y la crema para descansar las piernas y los pies, para tallarlos y a

⁵⁴ Pintalabios.

⁵⁵ Cosmético que se aplica en los párpados y que se utilizan para darles tonalidades y luz a los ojos.

⁵⁶ Término derivado de la marca Rimmel que refiere a un cosmético usado para curvar, espesar y oscurecer las pestañas.

⁵⁷ Maquillaje en polvo que se aplica en mejillas y pómulos para aportar color al rostro.

⁵⁸ Cosmético que se aplica sobre el rostro con el propósito de ocultar manchas o cicatrices.

⁵⁹ Maquillaje en polvo que tiene el propósito de emparejar el tono de la piel del rostro.

⁶⁰ Maquillaje que sella la base para que no brille la piel.

veces irte a un spa o a un pedicure o algo así para que te puedan ayudar en tus pies pues también cuesta y pues tienes que invertirle (Nenet, 35 años, 9 años de experiencia, 2019, corchetes míos).

[...] implica broncearte el cuerpo, peinarte, maquillarte, pensar en un vestuario, pensar en la producción, en el mercado de las luchas o de la samba o eso, que tus vestuarios estén siempre al cien (Ollin, 40 años, 15 de experiencia, 2019, corchetes míos).

Collage de imágenes 1. Ornamentación para el trabajo



Nota: Imágenes creadas por las propias trabajadoras que expresan jocosamente la importancia y las situaciones por las que pasan debido a la utilización de los recursos ornamentales necesarios para realizar el trabajo, así como por el hecho de ellas depende la obtención de estos recursos.

Fuente: imágenes obtenidas entre el 2019 y el 2020 de las páginas de Facebook: “En la cara no porque soy edecán” y “Lo que callamos las edecanes”:
<https://www.facebook.com/EnLaCaraNoPorqueSoyEdecan>,
<https://www.facebook.com/Lo-que-callamos-las-edecanes-549627361878149>.

Todos estos elementos muestran el intenso *trabajo corporal* (Wolkowitz, 2006) en su aspecto ornamental que llevan a cabo las edecanes fuera de las jornadas laborales formales. Las edecanes requieren para ello haber adquirido una disposición estética apropiada, una práctica sustentada en un *habitus femenino*, para aplicarse correctamente tanto maquillaje como peinado. Las agencias se apropian de este *habitus* y lo convierten en ganancia económica.

Las reglas ornamentales de exhibición en el trabajo de las edecanes están directamente vinculadas con principios de visión y división estructuradas a estructuras (Bourdieu, 2000: 14) que contrastan genéricamente (Lagarde, 2015: 55) a los individuos en masculino y femenino, especialmente la visión que impone la feminización del cuerpo de las mujeres (Bourdieu, 2000: 62) mediante un trabajo constante de diferenciación a través de disciplinas “que concierne a todas las partes del cuerpo y es recordada y ejercida continuamente mediante la presión sobre las ropas o la cabellera” (Bourdieu: 2000: 23).

Por ello, desde una perspectiva fenomenológica, Butler (1998: 297) entiende que el género es una identidad constituida en el tiempo a través de una repetición estilizada de actos e instituida por la estilización del cuerpo, por lo que define género como “la manera mundana en que los gestos corporales, los movimientos y las normas de todo tipo, constituyen la ilusión de un yo generalizado permanente”. Desde ese punto de vista, la autora sostiene que “lo que se llama identidad de género no es sino un resultado performativo, que la sanción social y el tabú compelen a dar” (Butler, 1998: 297).

La característica performativa (que es dramática, por lo tanto teatral) del género es, en consecuencia, un factor decisivo para entender cómo se ha construido social e históricamente la noción de mujer en nuestras sociedades a partir de la estilización del cuerpo en los actos cotidianos, en tanto los “actos corporales específicos construyen el género” (Butler, 1998: 299). El cuerpo es entonces la herramienta fenomenológica por la que existen los actos performativos que constituyen el género: “no se es simplemente un

cuerpo sino que, en un sentido absolutamente clave, el propio cuerpo es un cuerpo que se hace” (Butler, 1998: 299), pero el cuerpo “se hace” siempre como “una encarnación de posibilidades a la vez condicionadas y circunscritas por la convención histórica” (1998: 300). Ello implica que Butler no concibe la característica performática del cuerpo como una decisión solamente individual sino articulada con la historia y la cultura, aspecto con el que concordamos en esta tesis. De esa forma, el carácter performativo del cuerpo, para el caso de las mujeres, establece la distinción entre hembra y mujer:

Ser hembra es un hecho sin significado alguno, pero ser mujer es haberse vuelto una mujer, o sea obligar al cuerpo a conformarse con una idea histórica de “mujer”, a inducir al cuerpo a volverse un signo cultural, a materializarse obedeciendo una posibilidad históricamente delimitada, y esto, hacerlo como proyecto corporal sostenido y repetido (Butler, 1998: 300).

Por lo anterior, el género es una representación, un performance que funciona como estrategia de supervivencia con consecuencias punitivas (Butler, 1998: 300) en caso de ignorar sus atributos distintivos: “los que no hacen bien su distinción de género son castigados regularmente” (Butler, 1998: 301). Por ello, “las posibilidades históricas materializadas en diversos estilos corporales no son otra cosa que ficciones culturales reguladas a fuerza de castigos y alternativamente corporeizadas y disfrazadas bajo coacción” (Butler, 1998: 301).

En ese sentido, las edecanes al seguir las reglas de ornamentación que exigen los empleadores “trabajan su feminidad” como un acto performático en el que interviene la estética como uno de los elementos centrales para “hacerse mujer” de acuerdo a los mandatos históricos y sociales de género respecto a las mujeres y que las agencias y redes informales mercantilizan halagando a los clientes con la explotación de las expectativas de la heterosexualidad normativa y los roles hiperfemeninos (Adkins en Wolkowitz, 2006: 82).

3.2.2 El trabajo plurilocalizado, itinerante y discontinuo de las edecanes

Después de realizar todos los arreglos corporales que requieren para presentarse a trabajar, las edecanes se trasladan a los diferentes espacios que, como se mencionó, se localizan en diferentes puntos de la Ciudad de México o del Estado de México, lo que puede significar hacer recorridos bastante largos. Por ello deben tomar precauciones para evitar retrasos, pues los clientes les pagan por hora trabajada y cada minuto es importante. También deben tomar precauciones para no perderse en el trayecto dado que, frecuentemente, tienen que presentarse a lugares a los que no están habituadas y en los que pueden sentirse inseguras. Eventualmente puede suceder que, los representantes de agencias o redes las trasladen a los diferentes negocios, pero de acuerdo con las narrativas, los traslados suelen correr por cuenta propia y se realizan en diferentes formas de transporte público:

Sí, me ha tocado así de ¡Ay Dios mío, qué hago aquí! O luego lugares tan lejísimos que me he ido y sí digo ¡Ay, no! me he perdido y cosas así, entonces luego dices ¡Ay quién me manda! Me he perdido, he llegado tarde, yo soy muy puntual, entonces llego tarde y ya me estoy muriendo. Yo soy de Tecámac, no conozco mucho el DF y luego me mandan las direcciones y aunque las pongas en [Google] maps, luego no pasan las combis, entonces sí me he perdido, he llegado tarde pero llego, y hay que reponer tiempo obviamente, si llegas 15, 20 minutos tarde tienes que esperarte ese tiempo que llegas tarde (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

En ese sentido, las figuras patronales se deslindan de procurar la seguridad de la trabajadora en lo que respecta a los traslados que son fundamentales en esta actividad, situación que sin duda pueden convertirse en un riesgo laboral importante dado que los lugares en donde llegan a realizar su trabajo pueden ser de alta peligrosidad, aspectos que se relacionan con la problemática de las condiciones de trabajo y que detallaré puntualmente más adelante, pero que aquí señalo como parte de las condiciones

problemáticas que se presentan antes de iniciar propiamente la jornada laboral establecida. En este tipo de trabajos en donde los traslados a diferentes puntos de la ciudad son fundamentales, pues son parte constituyente de la configuración de la actividad, es importante que se busque garantizar la seguridad de sus trabajadores y trabajadoras mediante prácticas de protección y acompañamiento:

Sí, yo he ido a Tepito, a la Guerrero, a San Felipe, a Taxqueña a lugares así súper recónditos que dices ¡no mames, qué hago aquí! Pero pues te vas a trabajar y también he ido a lugares muy bonitos, igual me he ido a varios estados, también luego a veces nos tenemos que trasladar por lo mismo (Yohualli, 30 años, 10 de experiencia, 2019).

Con relación a la última parte del fragmento citado, conviene mencionar algo sobre la presencia de las actividades de las edecanes que fueron informantes de la investigación fuera de la Ciudad de México y de la Zona Metropolitana. Los eventos que tienen lugar en diferentes entidades federativas son considerados como eventos que tienen algunas particularidades en las condiciones de trabajo con relación a los realizados en las zonas habituales. Para los eventos foráneos sí suele existir algún tipo de responsabilidad por parte de la agencia y también por parte del cliente en la transportación de las edecanes a los diferentes espacios de trabajo, ya sea que sean trasladadas directamente por representantes de las agencias mediante algún transporte privado, que se les proporcione algún tipo de recurso para trasladarse hasta el lugar o hasta algún punto relativamente cercano para después ser recogidas por el cliente. Suelen, asimismo, asignarse honorarios un poco más altos en relación a los que son pagados por los eventos locales, como indica una entrevistada “sí, por lo regular aquí en D. F. [Ciudad de México] te pagan 200 [pesos], de un evento foráneo te dan 250 pesos por hora, estamos hablando que son 200 pesos más de un foráneo, eso es poquito pero por lo regular sí te dan tus 300, 400 pesos más.” (Ameyal, 31 años, 6 de experiencia, 2019).

Los eventos foráneos son principalmente importantes para las edecanes que son muy reconocidas en el campo, quienes son convocadas por diferentes clientes porque les interesa que su presencia específica sea la que presida un evento debido a su popularidad y su capacidad de convocatoria. Existe un grupo de trabajadoras que logran construir un reconocimiento importante por parte de consumidores o su público, quienes se convierten en sus *fans* y que pueden asistir a diferentes eventos por el solo interés de ir a verlas a ellas. Esta construcción de la edecán como personaje público con cientos de fans y seguidores es algo importante dentro del medio, es una forma de capitalización de la trayectoria que puede permitirles obtener ingresos más elevados y una sensación de satisfacción respecto a su actividad. Este aspecto es tratado puntualmente en el capítulo quinto, pero es mencionado aquí debido a que son las trabajadoras con este perfil “famoso” quienes comúnmente obtienen mayores ventajas de los eventos foráneos, pues al ser solicitadas especialmente por los clientes pueden negociar tanto individualmente como con la agencia mayores honorarios y mejores condiciones laborales, como indica una entrevistada, quien forma parte del conjunto de trabajadoras que ha logrado distinguirse dentro del campo y que trabaja frecuentemente en eventos foráneos:

Todas las cotizaciones que yo hago es mi presupuesto como edecanía, como show, etcétera, más los viáticos, obviamente ya la empresa quien me contrata o la persona que me contrata sabe que ellos tienen que absorber mis viáticos para que yo pueda estar en esa ciudad, si no, no sería costeable, por ejemplo ayer para León (Guanajuato) en auto por lo menos de gasolina son mil pesos no, mil pesos de ida, mil pesos de regreso, más las casetas, más las comidas, entonces pensemos que serían por lo menos dos mil quinientos, tres mil pesos de un día en el cual si yo cobro por una función de lucha tres mil, cuatro mil pesos pues ya no sería costeable para mí (Ollin, 40 años, 15 de experiencia, 2019).

Una vez explicada cómo se dan las condiciones de trabajo relacionadas a las formas de traslado a los diferentes lugares, detallo ahora los aspectos relacionados al cumplimiento formal de la jornada laboral. Cómo se ha visto en las páginas anteriores, existe una serie de

rutinas y momentos que son importantes antes de comenzar la jornada y que implican la utilización de recursos que están completamente involucrados con el cumplimiento del proceso de trabajo y con las condiciones laborales. Mi interés es hacer un recorrido detallado respecto a cómo es un día laboral para una edecán y, simultáneamente, ir recorriendo las condiciones implicadas en ese proceso.

3.2.3 Preparación ornamental final y la familiarización con los productos o servicios

Cuando tienen eventos, las trabajadoras acostumbran llegar al espacio de trabajo alrededor de 20 minutos antes de comenzar con el tiempo estipulado por el contrato o por el acuerdo bajo palabra. Concluyen los últimos preparativos para realizar el performance o la representación laboral, para lo que requieren de ciertas condiciones espaciales y materiales que no siempre se cumplen —y que describo a continuación— por lo que deben de generar estrategias para poder solucionarlas en poco tiempo. Lo primero que deben hacer al llegar, además de presentarse con el cliente, es terminar su preparación corporal y estética: se trata de retocar el maquillaje, revisar que el peinado que realizaron antes de su salida esté en su lugar, pero principalmente se deben de poner el vestuario, uniforme o disfraz que van a utilizar durante toda la jornada laboral así como los zapatos correspondientes. Debe indicarse que las edecanes no salen de su casa con uniforme o zapatos de trabajo debido a sus características, que en términos generales son muy descubiertos en algunas partes del cuerpo o muy ceñidos y, por tanto, que no estarían cómodas en los momentos de los traslados. Lo mismo pasa con los zapatos, que en la mayor parte de los casos tienen una elevación considerable, por lo que aun durante la realización del performance laboral se mueven con cierta dificultad.

En los diferentes espacios de trabajo no siempre existen las condiciones necesarias para que las edecanes puedan realizar las actividades previas cómodamente. En los lugares como son los negocios, regularmente existen baños en los que pueden realizar este procedimiento, pero cuando les toca trabajar en la calle pueden no tener acceso a ningún

baño, por lo que deben buscarlo y pagarlo para poder comenzar a trabajar con todas las herramientas estéticas necesarias:

Por lo regular sí tienen baño, por ejemplo, a veces le trabajábamos a Total Play y luego ellos ponen su standcito⁶¹ en tianguis, mercados, en la calle como tal y ahí sí es bien complicado, tenemos que andar buscando baño, luego así cuando me decían pues es en tal lado, me dejaba la ropa abajo y ya me ponía hasta arriba el pantalón y así y pues ya encuerarte ahí en la calle, obviamente con la ropa abajo, por ejemplo en Total Play me pedían short blanco y una playera verde, entonces ya me ponía arriba de mi short, mi mayón y ahí en la banqueta pues ahí te cambias, te quitas el pantalón, zapatos y todo. Cuando es mercadito les preguntas, como ellos viven por ahí los que trabajan, son promotores, ya ellos mismos te dicen: ¡aquí hay un baño! Pero pues hay que pagar también lo del baño (Meztli, 28 años, 7 años de experiencia, 2019).

Cuando se encuentran ya preparadas estéticamente, las trabajadoras deben realizar un movimiento más antes de empezar propiamente con su jornada laboral, esto es, familiarizarse rápidamente con las mercancías que deben promocionar, sus características, sus ventajas en relación a otros productos similares en el mercado, y lo mismo ocurre si están promocionando no una mercancía sino un servicio. Con el tiempo y la experiencia, las edecanes se van familiarizando con una gama amplia de productos, especialmente cuando son contratadas por los mismos clientes, por lo que pueden hablar de ellos con bastante soltura e incluso, en algunos casos, llegan a generar un verdadero gusto por ellos. Esto se observa muy frecuentemente con quienes promocionan automóviles o con las edecanes de luchas: las primeras conocen bien diferentes marcas de automóviles, sus diferencias técnicas, cuáles son los mejores y sus potencias, o en el caso de las segundas, conocen cómo es el medio de los luchadores quienes se convierten en sus compañeros de trabajo.

⁶¹ Stand “Instalación para la venta o exposición de producto; por ejemplo, en una feria” (Moliner, 2007: 2769).

Las edecanes en la mayor parte de las promociones no suelen recibir ningún tipo de capacitación ni por parte del cliente ni por parte de la agencia, lo que les permitiría conocer a profundidad y más rápido el producto o servicio. No obstante, ello no es algo que agencias o clientes consideren fundamental —salvo en ciertos productos muy especiales como sería la promoción de vinos— por lo que delegan a la capacidad, inteligencia y habilidad de la edecán la familiarización con lo que vayan a promocionar a unos minutos antes de comenzar el performance laboral. Esa es una habilidad que se convierte en un capital, que las trabajadoras adquieren y desarrollan con el tiempo y que se traduce en facilidad de palabra, capacidad de improvisación y en recursos cognitivos. Como elocuentemente señaló una de las entrevistadas:

Yo creo que es una habilidad, eso es una habilidad, generalmente, por ejemplo, yo me aprendo spots de, por ejemplo Azulemex⁶² que es una marca que ya llevo desde que empecé; esa ha sido marca mía ¿no?, y en Azulemex tú tienes que ofrecer pisos, baños, tazas, tinas, tinas de hidromasajes, llaves, calentadores y así te puedo nombrar un chingo de productos, y empiezas tú y entonces te preguntan ¡oye las tinas! o ¡¿cómo ves el boiler?! Y tú dices ¡Ah, es que mira, hay Calorex, hay Simsa! O sea vas viendo las marcas, te las vas memorizando, es una habilidad, desde que llegas a un lugar, dices ¡A ver ¿qué vendo?, ¿qué hay?, ¿de qué es el queso?, ¿cuánto cuesta?! Empiezas a preguntar ¿Cuáles son las promociones que me das? Entonces tienes un lapso pequeño de que lo repites, y lo repites en el micrófono y que te lo vas aprendiendo y dices ¡ah, ok ya!, y lo traes en la mente y pues ya sí te preguntan ¿das información, pero sí tienes que ir aprendiendo, tienes que memorizar (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019).

Después de que la edecán se presenta con el cliente y se familiariza rápidamente con los productos o servicios que debe promocionar, es que comienza propiamente la jornada laboral. Cómo se mencionó en el segundo capítulo, así como los espacios de trabajo, los

⁶² Empresa dedicada a la venta de azulejos, muebles para baño, boiler de paso, lavabos, cisternas, pisos, tinacos entre otros, en la Ciudad de México, Puebla y Querétaro.

procesos de trabajo también son múltiples no solo porque existen diversas formas que los negocios utilizan para promocionar su producto —lanzamientos de marca, promoción mediante stands, activaciones de marca— sino porque esto se realiza a través de diferentes representaciones laborales que las edecanes despliegan durante la jornada laboral.

3.3 Cumplimiento de la jornada laboral. Realización del *performance*

En el proceso de trabajo de las edecanes, “laboralmente se dramatiza el intercambio de emociones y afectividad” (Nieto, 2017: 40), es decir, se lleva a cabo un *performance laboral* o una puesta en escena que como toda interacción produce y transmite mensajes. Esta actividad laboral, entonces, se apropia de normas de comportamiento (Goffman, 2001: 33-34) y de las reglas de los sentimientos (Hochschild, 2003) de la vida social y las trasmuta en reglas de códigos de interacción —extroversión, facilidad de palabra, relacionarse eficientemente con los clientes—; la capacidad de representar ciertas reglas de exhibición emocional (Humphrey, Ashforth y Diefendorff, 2015: 159), como amabilidad, alegría, empatía, calidez, ternura, erotismo, que la organización pauta informalmente y que las edecanes internalizan como códigos aprendidos mediante la observación de otras edecanes durante el proceso de trabajo. Esos elementos se refuerzan con las reglas de ornamentación corporal y el trabajo corporal realizado por la edecán fuera de las jornadas laborales.

Las reglas de interacción y emoción de las edecanes apropiadas por los contratistas y, cuando ocurre, gestionadas por las agencias de reclutamiento y contratación de edecanes, para vender, mercantilizar y controlar en el proceso de trabajo están sostenidas por símbolos y significados de la vida social que la edecán recrea durante el encuentro a partir del manejo de impresiones externas (Goffman, 2001) relacionadas con estereotipos exigidos socialmente a las mujeres, a través de los cuales cumplen un deber ser femenino (Lagarde, 2015: 137-138).

La actividad del edecanaje vende de esa forma imágenes culturalmente construidas que se expresan en discursos que, en el proceso de trabajo, pueden observarse como dos

tipos de significantes: uno que significa a lo femenino del lado de la emocionalidad, de la amabilidad, la ternura, el cuidado, la alegría, la diversión y la seducción, y por otro, uno que ubica a lo femenino como lo erótico, lo sensual, lo sexual, la complacencia, la exhibición corporal. Pero ambas son construcciones simbólicas propias de las estructuras de dominación masculina (Bourdieu, 2000).

Esos códigos de género expresados durante el proceso de trabajo, que “tienden a adoptar las apariencias de un don absolutamente gratuito, realizado por amor y no por dinero” (Bourdieu, 2000: 73) está dividido según a quien esté dirigido el performance laboral: si al grupo familiar y/o mujeres, o que se pretenda vender un producto asociado con lo femenino, y por otro lado a hombres o que se pretenda vender productos asociados a lo masculino.

Esto lo llevan a cabo las edecanes a partir de “un control expresivo estándar,” que en términos generales es de amabilidad y seducción, y que responde a expectativas abstractas y estereotipadas que definen roles y dirigen la acción (Goffman, 2001: 62-67). En ese sentido, los clientes o consumidores tenderan a asumir que el cumplimiento del rol de la edecán a través de la realización de su performance es lo que ellas son o sienten, y no lo entienden, como parte del cumplimiento de su actividad laboral. Como indica Bourdieu al respecto de las actividades en los servicios:

El despliegue de atenciones especiales y de artificios seductores, entre los cuales no es el menor una conversación refinada que puede incluir una parte de provocación erótica, tiende a proporcionar a unos clientes que no tienen que parecerlo la sensación de ser apreciados, admirados, prácticamente casi deseados o amados por sí mismos, por la singularidad de su persona y no por su dinero, además de ser muy importantes o, más simplemente, de “sentirse hombres” (Bourdieu, 2000: 73).

En ese sentido, el trabajo de las edecanes, en la perspectiva de esta investigación, a través de las reglas de exhibición del comportamiento, de las reglas de exhibición emocional

y de las reglas de exhibición corporal, pretende crear un performance laboral que interpele subjetivamente a los consumidores a través de un trabajo emocional que pueda hacerlos sentirse comprometidos de alguna forma a comprar un producto o consumir un servicio

Por ello, con base en Goffman (2001) para pensar los aspectos aludidos, identificamos que el producto que surge de la actividad de las edecanes es el de las interacciones mismas, con cualidades específicas que están dadas según la *región* definida como el lugar en donde tiene lugar la actuación (Goffman, 2001: 117) y al tipo de público con el que se realiza la interacción.

De acuerdo a Goffman, las interacciones implican influencias reciprocas entre grupos e individuos, y según las diferentes regiones en donde se lleve a cabo la actividad, se espera que los participantes repriman sus sentimientos sinceros en el marco de un universo de significaciones. Con base en estos planteamientos, en lo que sigue de este capítulo describo y analizo diferentes escenarios interaccionales en el trabajo de las edecanes.

En primer lugar, téngase en cuenta que en esta tesis encontramos la existencia de cuatro tipos de interacciones que las trabajadoras producen para conseguir su objetivo laboral, que es la de atraer a visitantes y consumidores. Esas son a) la prestación de su *imagen*, b) la realización de una *promoción*, c) las labores de *organización* en diferentes eventos y d) la *animación*. En todas las regiones se dan estas cuatro dinámicas, pero varían en función de las condiciones del espacio, si el producto es masculinizado o está directamente vinculada al consumo de hombres, o si está dirigido a ambos sexos o al grupo familiar. A continuación se detalla en qué consisten cada una de ellas.

a) Imagen

El primer tipo de interacción es el que busca, principalmente, producir un efecto a través de la exhibición estético-corporal de la trabajadora. Es un performance laboral en la cual la edecán busca atraer a los consumidores o al público con su sola presencia, mediante el uso de lenguaje no verbal, siguiendo las reglas de ornamentación y exhibición corporal que consisten en lucir “sexys” y “amables” al estar paradas en las entradas de los negocios, ornamentadas de forma atractiva y sensual, repartiendo *flyers*,⁶³ tomándose fotografías con los visitantes o posando directamente para que los visitantes les tomen fotografías, como se puede observar en el siguiente extracto de entrevista:

Porque tú estás vendiendo una imagen, entonces, esa imagen, por ejemplo a mí me pasa mucho con la gente que me dice: es que ¡necesito de sus servicios, necesito que vengas a trabajar, vas a estar recibiendo a la gente! o ¡vas a bailar en tal lugar, pero no te preocupes, no vas a hacer nada, ¿cuánto me cobras?! Pues justamente mi trabajo es no hacer nada, es verme agradable para alguien, para un público, para un cliente, pero atrás de eso hay muchísimo trabajo, implica despertarte temprano, ir a correr, entrenarte en el gimnasio, masajes, bronceados, cabello, tintes, o sea es un todo para justamente no hacer nada y cuando no haces nada, verte bien (Yohualli, 30 años, 10 de experiencia, 2019).

Como se puede observar en ese fragmento, la intención de prestar la imagen para la promoción de una marca, producto o servicio es que “luzcan bellas” para lograr atraer a los clientes simulando que no están trabajando.

En ese sentido, la interacción precedida por la imagen varía en función de la región en donde se esté llevando la actividad, es decir, ser la imagen para trabajar en las avenidas, fuera de los negocios, en las entradas de los grandes almacenes, va a ser diferente que prestar la imagen para los eventos automovilísticos, las ferreterías, o las ferias. En los primeros, primordialmente son los espacios en los que reparten *flyers*, se paran fuera de los negocios para atraer a los clientes con su presencia; la performance que deben

⁶³ Volante impreso que se distribuye a las personas en las calles, y en el cual se anuncia algo con fines publicitarios.

representar en este contexto es la de mostrar las reglas de exhibición vinculadas a la amabilidad, la sonrisa y el agrado. En suma, deben actuar estados anímicos que pueden coincidir o no con su verdadera situación emocional. Es decir, si en determinado momento las trabajadoras no se encuentran en el mejor ánimo por situaciones que pasan en su vida personal, o por cuestiones ambientales —tener calor o frío, por ejemplo— estar pasando malestares corporales o estar lidiando con algún consumidor o cliente molesto, ellas logren mantener la fachada en todo momento de cortesía y amabilidad. La intención, en ese sentido, es generar el interés en el público por consumir un producto o servicio a partir de la presencia y el trato amable y cordial de la edecán. La actividad que se lleva a cabo en calles, gasolineras y negocios está asociada principalmente —aunque no exclusivamente— a las edecanes A, por lo que los criterios corporales que muestran un trabajo corporal afanoso no son tan relevantes para enfatizar las reglas de exhibición emocional vinculadas al trato amable y gentil.

Otro ejemplo que permite caracterizar la labor de imagen de las edecanes es el de los eventos futbolísticos en los estadios. En esos eventos, la presencia de las edecanes es de paso, en momentos específicos durante el partido de fútbol, se pasean alrededor de la cancha, la rodean completa portando en sus vestimentas la marca que promocionan. Para que todos desde sus lugares puedan observar la marca, llevan estandartes de alrededor de dos metros de altura en los que la portan. Ese es uno de los momentos más relevantes en los que participan las edecanes durante los partidos. Las edecanes suelen recorrer la cancha seguidas unas tras de otras representando a cada una de las marcas en exhibición. Durante el recorrido la interacción con los espectadores es lejana, pero no por eso inexistente, toda vez que el paseo facilita una interacción basada en gritos, a veces incluso ofensivos o denigrantes. Parte del público suele silbarles y también frecuentemente son videograbadas. Además de este paseo alrededor de la cancha, las edecanes se agrupan paradas alrededor de la cancha frente al público, para que puedan ser observadas tanto ellas como la marcas. En estos casos la interacción directa se dificulta debido a las barreras materiales de la cancha: el público no puede pasar fácilmente a esa área, por lo que la interacción directa

que se da es principalmente con los fotógrafos, quienes se acercan para fotografiarlas, y con personas que tienen libre acceso a la cancha.

El trabajo de imagen que se lleva a cabo en las regiones en donde prevalecen los productos dirigidos para hombres se busca representar con mayor fuerza las dicotomías entre lo socialmente considerado como femenino y lo masculino. En este tipo de performance laboral, la trabajadora debe lucir altamente erótica, a partir de la ornamentación y las reglas de exhibición corporal. Este tipo de performance se realiza principalmente en ferreterías, en exposiciones de automóviles, en carnavales, entre otros. En estas regiones las trabajadoras llevan trajes que tienen el propósito de mostrar algunas partes del cuerpo que se asocian más a lo erótico, como son redes, brasieres, shorts muy cortos, trajes de baño, trajes de carnaval, entre otros. La ornamentación de la trabajadora se corresponde con los diferentes usos del cuerpo que la edecán realiza durante el proceso de trabajo, que consisten en mostrarse *sexys*, sensuales y eróticas.

Por ejemplo este tipo de representación también es bastante conocido y común en las exposiciones de automóviles, en las cuales suele contratarse a una buena cantidad de edecanes quienes posan con los automóviles y motocicletas para ser fotografiadas frente a un público generalmente compuesto de hombres —aunque no exclusivamente. Prevalece en estas situaciones la asociación que vincula a ciertos objetos de consumo, que como construcción simbólica otorgan virilidad o masculinidad a los hombres junto a la posesión imaginada de mujeres, ambos objetos de consumo capaces de otorgar esa valorada construcción de lo pretendidamente masculino.⁶⁴ Esas actividades por lo regular están relacionadas con el segmento de edecanes doble A y triple A de quienes los requisitos corporales son más definidos —esbeltez, voluptuosidad—, así como el hecho de que son el

⁶⁴ Objetos de consumo como automóviles o motocicletas, así como su relación con mujeres, formaría parte de una construcción social denominada “masculinidad hegemónica” (Schongut, 2012), que es “un ideal cultural, constantemente promovido por la sociedad a través de la producción mediática de masculinidades ejemplares, como son los estereotipos representados por deportistas, estrellas de cine u otros personajes del ámbito público” (Schongut, 2012: 53). Esa masculinidad hegemónica requiere, para su existencia y reproducción, de una constante circulación de elementos simbólicos que brinden significado a ser un hombre “ejemplar”. La posesión, real o imaginada, de bienes de consumo como los aludidos contribuyen entonces a la estructuración de este tipo de masculinidad y, por ello, está tan relacionado a la presencia de mujeres eróticamente ornamentadas como parte de ese conjunto simbólico.

grupo de trabajadoras con más experiencia en el medio y quienes ya han adquirido las habilidades interaccionales necesarias para presentarse de esta forma desinhibida frente a grandes públicos.

Somos la parte bonita, somos la cereza, somos la parte bonita que atrae en primera instancia al cliente o al espectador [...] tú llegas arreglada, presentable, bonita, es decir, el mismo valor tiene el que tú vayas a entregar un flyer en una tortillería, que te van a pagar cierto presupuesto, a por ejemplo en mi caso, que yo voy a una función de televisión y tiene el mismo valor la tortillería en la cual yo voy a entregar un flyer, me voy a arreglar y voy a estar con la misma actitud que en un programa o un evento televisado, entonces digamos que ahí es como, pues sí darle el mil por ciento a lo que haces (Ollin, 40 años, 15 de experiencia, 2019, corchetes míos).

b) Promoción

Si bien todas las representaciones pretenden promocionar un producto o servicio, en la interacción que pone mayor énfasis en la promoción que en la animación o la imagen, las edecanes deben desplegar sus habilidades para lograr que un visitante se interese en el producto y lo compre. Esto se lleva a cabo, por un lado, a través de la interpelación al visitante, lo que realizan invitándolo y hablando de las cualidades o virtudes del producto mediante micrófonos y bocinas con los que anuncian también posibles ofertas, promociones, descuentos o rifas. Aquí se ponen en juego herramientas de trabajo tecnológicas como las antes mencionadas para lograr que la edecán llame la atención del mayor número de clientes y visitantes posibles. La representación de la promoción implica para la trabajadora, en consecuencia, desplegar su capacidad y habilidades en el ámbito discursivo para atraer a los consumidores a través de sus modulaciones de voz y un *speech*⁶⁵ efectivo que regularmente van improvisando según el contexto, el ambiente, el número de

⁶⁵ Discurso, charla o arenga que pronuncia una persona.

gente, el producto, pero también a través del uso de recursos que van aprendiendo a lo largo de la trayectoria laboral:

Meterle ahí cositas tuyas ¿no?, algún chistorete, muletillas que usamos los animadores, muletillas como son por ejemplo: ¡señoras y señores, abuelitos y abuelitas, ya llegamos, ya estamos aquí! Y cosas así para llamar la atención, en el caso pues de que regalemos globitos para los niños para jalar gente, ahora sí que para hacer ruido, volver a bailar, y ya otra vez volver a bocear, en el caso que demos globos pues algunos concursos para los niños, y así cotorrear a la gente (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

Para la actividad de la promoción, entonces, son importantes las capacidades de improvisar, de expresarse y de comunicar, ya que en este caso no solo es relevante su imagen para atraer a los clientes sino que cobra mayor relevancia lo que dicen y cómo lo dicen. Para ejemplificar, grabé y transcribí textualmente algunas de las promociones que las trabajadoras realizaban mientras estuve realizando trabajo de campo para plasmar los recursos orales que las trabajadoras utilizan para intentar atraer a los clientes y para resaltar un aspecto importante del ámbito del proceso de promoción:

Así es amigo, seguimos en Chevrolet Tláhuac con los mejores planes de financiamiento, aparte de que estamos tomando su auto a cuenta y le estamos mejorando cualquier oferta del mercado. Acércate a nosotros para realizar una prueba de manejo solo aquí en Chevrolet Tláhuac [suena la música, comienza a bailar]. Así es y si aún no conoce el nuevo Cavalier 2018 bueno vengan a conocerlo porque tenemos las mejores promociones solo aquí en Chevrolet Tláhuac, donde estamos dando las mejores facilidades de pago que usted estaba buscando, así es: el nuevo Cavalier regresó y regresó con todo, regresó con los mejores precios, las mejores promociones que Chevrolet les trae especialmente para ustedes, también tenemos el Chevrolet [inaudible] tan solo con un enganche de 7,645 pesos puede ser suyo y se lo pueden llevar a su casa, así es solo con 7,645 pesos de pago inicial y pequeñas mensualidades de 3,500 pesos así que no lo pienses más aquí en

Chevrolet Tláhuac, *aquí los seguimos esperando* (Trabajadora edecán durante proceso de trabajo 2019, corchetes míos).

¿Cómo están? Seguimos aquí [inaudible], pueden comprar este bellissimo mototaxi a los amigos de Monster Motos, estamos ofreciendo un crédito de hasta ochenta mil pesos —se dirige a unos motociclistas en el camino— ¡hola guapos, ¿cómo están? Buenas tardes, tenemos créditos de hasta ochenta mil pesos, ¿para qué? Para que cambien ese mototaxi, lo renueven, le den mejor y mayor seguridad a sus clientes. Así es, créditos de hasta ochenta mil pesos, no te lo puedes perder, recuerden que tenemos cascos, guantes y las mejores refacciones para esa moto, motoneta o motocicleta (Trabajadora edecán durante proceso de trabajo 2019, corchetes míos).

Ya estamos con toda la actitud esta tardecita rica, sabrosa, deliciosa aquí en Helados Azteca, ven con nosotros no te lo pierdas, ¿cómo estamos chicos? vengan a comprarme un helado, o si se traen a la novia o el novio y son buenos para los goles, tres oportunidades se llevan un helado gratis si lo meten al hoyito, al hoyito de allá, eh. Tengo de frutos rojos, de cajeta con nuez, de mango, de tres leches, de pistache y muchos otros sabores (Trabajadora edecán durante proceso de trabajo 2019).

Los fragmentos seleccionados muestran, además del uso de recursos comunicativos de las edecanes, los muy diversos productos o servicios que promocionan en el proceso de trabajo y que implican el uso de capacidades de interacción y de comunicación frente a públicos distintos. En los tres ejemplos, las trabajadoras interpelan a públicos que podrían consumir productos altamente diferenciados: automóviles, mototaxis o helados, para lo que usan recursos similares pero adecuados al poder adquisitivo de los posibles consumidores.

Además, en esos fragmentos pueden observarse momentos del proceso de trabajo que requieren de la movilización de recursos y habilidades por parte de las edecanes que no están directamente asociadas a lo corporal o lo estético, lo que evidencia que se trata

de una actividad en la que se despliega un conjunto de posesiones que la trabajadora desarrolla y pone en juego en función de los diferentes requerimientos del cliente y de los posibles consumidores. Como en el caso de la imagen, el *speech* de la trabajadora, dependiendo de la región o el espacio en donde se encuentre, puede estar dirigido a las familias, madres, a los jóvenes, frente a otro que procura atraer al público de los hombres y en donde el lenguaje utilizado puede estar cargado de doble sentido, es decir de erotismo.

El ámbito de la promoción requiere que la trabajadora-despliegue sus habilidades en la interacción directa, cara a cara, con el cliente, no solo que se dirija a todos los visitantes, sino que se comunique con ellos uno a uno, por ejemplo, en el ámbito de los productos alimenticios ofreciendo degustaciones al tiempo que señalan las ventajas del producto, para lo que despliegan recursos para tratar de convencer al cliente para que compren el producto en ese momento. Como se mencionó, las edecanes no suelen recibir ningún tipo de capacitación sobre la venta que van a realizar. Pueden recibir por parte del cliente una hoja en donde se indican las especificaciones generales, pero son ellas quienes generan estrategias personales, sustentadas en su experiencia, talentos y habilidades, para familiarizarse con el producto, por ejemplo, probar los alimentos o bebidas para hacerse una idea propia sobre si el producto es de buena o mala calidad. De acuerdo con las narrativas de las edecanes, cuando ellas no simpatizan con el producto se añade un problema interno adicional que les dificulta hacer una labor de venta exitosa, pero aun en esos casos deben esforzarse por escenificar lo mejor posible gusto, y afinidad con lo que están promocionando.

Mencionaron en las entrevistas que existen ciertos productos que pueden venderse con mayor facilidad que otros, por ejemplo, los productos de empresas trasnacionales frente a productos locales, por lo que cada promoción tendrá condiciones diferentes de venta e implicará mayor o menor esfuerzo y despliegues de capacidades por parte de la trabajadora. El espacio también juega de manera significativa para que ellas logren realizar promociones y labores de venta exitosas, pues si son asignadas a espacios en los que transita poca cantidad de gente su labor se puede dificultar:

Hay marcas que se venden con mayor facilidad que otros por ejemplo la primera promoción que hice fue con Coca-Cola, y no tenía que incentivar las ventas, simplemente informar al cliente del cambio de envase que hizo Coca-Cola, que fue hace como dos años, y fue una promoción súper sencilla por eso, porque no tenía que incentivar las ventas, solo comentarle a los clientes cómo distinguir una lata de otra. Pero hay promociones que, por ejemplo, sí que tienes que incentivar la venta y que encima el producto es muy difícil que se venda. Por ejemplo una promoción que hice en un súper mercado, súper chiquitito, entonces la mayoría de la gente que entraba era gente mayor y el producto era un degustación que tenía que hacer sobre un café y no me pusieron descafeinado era café, café y claro la gente que entraba era mayor y la excusa que me ponían era que no lo podían tomar o también que ellos compraban otra marca que no era la que yo estaba promocionando, entonces me costó muchísimo por eso porque era un supermercado súper chiquito, era gente mayor, el producto que tenía que dar a degustar era café, entonces me costó muchísimo (Nenet, 35 años, 9 años de experiencia, 2019).

Así como fue descrito en el caso de la imagen, la promoción puede estar dirigida al “público familiar” o a los hombres, por lo que en función del producto la edecán exhibirá las reglas de comportamiento y sentimiento adecuadas para cada situación de amabilidad y cortesía frente al primer público y de erotismo y sensualidad para el segundo.

c) Organización de eventos

Otra de las actividades importantes que forma parte del proceso de trabajo de las edecanes es la que realizan durante las exposiciones, congresos nacionales e internacionales, o en eventos de partidos políticos, donde suelen ser contratadas para realizar la labor de edecanaje. Es en esos espacios la trabajadora debe desplegar sus habilidades y talentos organizativos y poner en juego los capitales relacionados con la interacción para tratar a

los asistentes o visitantes de forma cordial. En cuanto al performance laboral, requieren ser capaces de desplegar elegancia, educación, “buenos modales” y refinamientos, sobre todo si se trata de congresos académicos o políticos. En cambio, cuando la participación es en exposiciones relacionadas con automóviles o videojuegos, por ejemplo, el performance cambiará a la variante erótica, la que será descrita en este apartado, pero dado que esta representación es más frecuente en la variante del proceso de trabajo de animación, aquí describo las actividades realizadas por las edecanes en lo que concierne únicamente a la organización.

Las edecanes contratadas para trabajar en congresos se encargan de agilizar y hacer operativa la estructura logística para el buen funcionamiento de un congreso. Para ello se organizan para realizar dos actividades diferentes: aquellas que están en la parte de la secretaría técnica y las que se encuentran en sala.

El proceso de trabajo de las edecanes de congresos comienza un día antes del mismo para preparar todo lo relacionado a la documentación que se va a entregar a los asistentes y ponentes al día siguiente. Ellas suelen preparar los folders con los documentos que prueban que los visitantes asistieron al congreso, las acreditaciones en las que se encuentra el nombre del congresista y que deben de portar como gafete a lo largo del evento, preparar los rótulos que van colocarse en cada una de las mesas con los nombres de los ponentes, preparar las bolsas con diferentes objetos que se entregan a los asistentes que podrían serles de utilidad durante el congreso como son plumas, cuadernos y mapas para ubicarse en el sitio, entre las actividades principales. Con toda la documentación preparada, realizan una revisión de la lista con el nombre de todos los participantes inscritos en el evento, verifican que para cada uno de los asistentes estén en orden los documentos tanto de asistencia como de acreditación para que puedan ser entregados al siguiente día sin ningún contratiempo.

Al siguiente día, las edecanes llegan temprano para dividirse el trabajo. Las que son asignadas al área de secretaría técnica se encargan de organizar todo lo relacionado con la entrega de los documentos mencionados. Ellas se encuentran en una mesa para recibir a

los congresistas. Preguntan a estos últimos su nombre y apellido para buscar sus documentos y hacerles entrega de los programas del evento, de las acreditaciones, certificados de asistencia o certificados como ponentes, de las bolsas con los enseres, además de preguntarles cuestiones relacionadas con las comidas de apertura o de clausura para hacer un recuento de quienes estarán presentes. Se encargan asimismo de arreglar las acreditaciones y documentos de los asistentes que se inscriben en el último momento o que por alguna razón su nombre no apareció en la lista de congresistas.

Por otro lado están las edecanes ubicadas en sala, quienes son las encargadas, además de recibirlos, de orientarles con información importante que requieran durante su estancia, como puede ser la localización de sus asientos, cómo desplazarse en el lugar si éste es muy grande, dónde están los baños, en dónde se van a dar las diferentes presentaciones o ponencias. El trabajo de sala implica estar al tanto de que estén disponibles y habilitados los insumos necesarios para el desarrollo del evento, estar al pendiente de la mesa presidencial, poner y cambiar el agua a los ponentes, colocar los rótulos con el nombre de los mismos, estar atentas a los problemas técnicos que pudieran presentarse para dar aviso a las personas encargadas, vigilar que estén en buen funcionamiento micrófonos, luces, computadoras, pantallas, proyectores, entre otras funciones avocadas al buen desarrollo de los eventos.

Como se puede observar en la descripción, en la variante de organización del proceso de trabajo las edecanes deben estar preparadas para interactuar efectivamente con diversos tipos de personas y es por ello que para este tipo de eventos es frecuente especificar, como requisito, que hablen al menos un idioma adicional al nativo, por lo general el inglés.

d) Animación

Finalmente, el cuarto tipo de interacción que las edecanes producen a través del performance es la que ellas mismas definen como *labor de animación*. Como en el caso anterior, la representación es diferente en función de la región en donde se va a llevar a cabo el performance laboral. La animación es una actividad solicitada por todo tipo de clientes, independientemente de lo que se busque promocionar en el mercado. Las animaciones tienen la intención de llamar la atención de los visitantes a través de diversas dinámicas de entretenimiento y regalo de muestras de productos.

Para los lugares, ya descritos, como son los grandes almacenes y negocios en los que se ofertan diferentes tipos de productos o servicios dirigidos a ambos sexos, las edecanes suelen realizar dinámicas con los consumidores en donde los invitan a realizar juegos para llevarse algún producto promocional. Los convidan, por ejemplo, a realizar tiros con pelotas o con dardos. En ese sentido, este tipo de dinámicas son principalmente familiares, es decir que buscan incluir a diversos grupos de edad así como a madres o padres, en una lógica de interacción que tiene el objetivo de crear ambientes festivos o divertidos para públicos amplios y estimular, de esa forma, el consumo.

La animación también consiste en llamar la atención de los visitantes con música y bailes que las edecanes realizan al exterior de los negocios o grandes almacenes. El baile es una habilidad importante para las edecanes de animación como parte de su proceso de trabajo. Esta habilidad no todas necesariamente la poseen y, de tenerla podría redundar en la obtención de ingresos más elevados:

Es bailar, animar, hacer dinámicas con la gente, ofrecer productos, jalar gente al negocio o al local que está en promoción y pues realmente nada más sonreír tomarme fotos, lo más sencillo es eso, pero lo demás si es más pesado, o sea se ve fácil pero no es fácil animar, bailar todo el tiempo, si es muy pesado más cuando traes tacones o el cliente no quiere que te quites los tacones, si de repente sí ya cansa; varía la temporalidad del evento, generalmente son cuatro

horas pero hay empresas que te contratan, seis, siete u ocho horas y allí es cuando se vuelve más pesado (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019).

Este tipo de dinámicas también suelen ofrecerse en negocios pequeños o relativamente pequeños, como son las ferreterías, lugares en los que suelen contratarse muy frecuentemente a edecanes y, en ocasiones, a un gran número de ellas. Sin embargo, en estos negocios la animación a través de dinámicas de juego también puede contener componentes eróticos que no se dan en otros espacios laborales como son los grandes almacenes o negocios de comida. En las ferreterías, las edecanes por ejemplo le quitan la camisa a los consumidores o visitantes, bailan con ellos, las dinámicas son “un poco más fuertes” en palabras de las propias edecanes.

El performance laboral que tiene el formato de espectáculo de baile, se suele dar en los espacios en los que es posible congregarse a un gran número de personas, como son las ferias, exposiciones para autos o carnavales. Son esos bailes principalmente de contenido erótico, tanto por la forma en la que son ejecutados como por la ornamentación que portan las edecanes mientras los realizan. Regularmente bailan al ritmo de la música con la que estén presentando el espectáculo, que en general es música con un lenguaje con explícito contenido sexual.⁶⁶

Este performance laboral es un show que pretende aglutinar alrededor de las edecanes a los transeúntes, clientes o visitantes con la finalidad de generar una asociación entre el espectáculo y las trabajadoras con la marca o el servicio que estén promocionando. Estos se convierten en verdaderos momentos de entretenimiento para las personas que

⁶⁶ En años recientes han sido publicados numerosos estudios sobre contenidos sexuales, machistas y de violencia contra mujeres en diversos géneros musicales. Esa literatura analiza, fundamentalmente, cómo ciertas canciones que gozan de gran popularidad fomentan estereotipos de género y promueven la normalización de expresiones o situaciones de violencia contra las mujeres. Muestra de ello es el estudio de Arévalo *et al.* (2018), quienes analizaron un conjunto de canciones de reguetón muy populares en América Latina entre 2004 y 2017 e identificaron en ellas cinco tipos de violencia de género: física, sexual, económica, simbólica y psicológica.

pasean en las exposiciones o ferias, quienes pueden detenerse a ver sin ningún inconveniente.

Tal formato de animación está dirigido por un animador, quien conduce la presentación utilizando un micrófono e invitando a las edecanes a bailar, a que luzcan animadas, así como conminando a los transeúntes a unirse al evento. La función del animador o de la animadora es coordinar a las edecanes que están realizando el espectáculo para realizar diversas acciones en el escenario. Los animadores, por ejemplo, invitan al público a silbarles a las edecanes, lo que implica direccionan el ambiente del evento. En este tipo de situaciones, en algunos casos, ellas presentan una coreografía preparada y ensayada con varios días de anticipación. Aunque no son coreografías muy elaboradas técnicamente, requieren de una preparación previa para lograr algún grado de coordinación.

Regularmente el animador comienza presentándolas al público a través de calificativos sobre su apariencia, después las invitan a pasar al centro del escenario con palabras como *“¡que chulada de mujer, date un vueltecita!”*, *“¡si la morena pide, dale!”*, *“¡mira qué guapa está ella!”*, *“¡es Samantha para toda la banda!”*, *“¡la chamaquita!”*, *“¡merece lo que ella pida!”*, *“¡cómo has crecido!”*, *“¡cómo se mueven chamacas!”*, *“¡que la mueva!”*, *“¡que sabroso!”*, *“¡mira nada más, para todos los hombres!”*, *“¡cómo se sacude!”*, *“¡muévelo!”*, *“¡mamacita dale!”*, *“¡al suelo!”*, *“¡sacúdelo!”*⁶⁷

En este formato de espectáculo, las edecanes van pasando a bailar una por una de dos o tres minutos mientras el público las observa, les aplaude y les toma fotografías o video. En el caso de que el performance sea en espacios públicos el auditorio es realmente diverso, aunque suele predominar la presencia de hombres de diversas edades, quienes se llegan a congregar en un conjunto amplio, a veces hasta de treinta personas o más, y sin duda aun cuando el público predilecto es el de los hombres, también hay una cantidad importante de niños y mujeres, madres, jóvenes viendo, aplaudiendo y gritando a las edecanes mientras bailan.

⁶⁷Expresiones de animadores de eventos de edecanes registrados durante las observaciones de campo.

El lenguaje corporal de las edecanes, su actitud, su performance laboral, es el de mantener una actitud abierta, receptiva a las interacciones que se generan con los espectadores, con los clientes, con los propios animadores con quienes comparten muchas veces las dinámicas de trabajo. El lenguaje verbal y no verbal son de coqueteo, de fomentar la fantasía al consumidor de que es especial, por lo que pueden, por ejemplo, guiñar un ojo, sonreírle, lanzarle un saludo. Suelen durante, sus interacciones y como parte de su proceso de trabajo, enviar besos, guiñar los ojos, dejar que se tomen fotografías solas o acompañadas, darse una vuelta para mostrar el cuerpo, sonreír amablemente.

Este performance laboral es bastante frecuente en los eventos automovilísticos, los cuales se llevan a cabo con la presentación de las edecanes arriba de una tarima, si el espacio lo facilita, en la cual se concentra un grupo de edecanes para realizar bailes eróticos, en donde la interacción se limita a que ellas bailen y los visitantes las miren, las fotografíen, les aplaudan, les griten. Los espectáculos consisten en realizan bailes parecidos a los que realizan las edecanes en las calles, pero *“un poco más eróticos”*, de acuerdo con lo indicado por edecanes entrevistadas que realizan este tipo de performance. Suelen usar vestuarios tipo bikini, es decir, más destapado de lo usual. Por supuesto que los performance pueden suceder de diversas formas según las exigencias del cliente, por ejemplo, las edecanes pueden realizar un espectáculo tipo pasarelas en bikini, en las que inicia cada una de ellas desde la parte de atrás de la tarima con camisetas de las diferentes marcas, y pasar al centro de la pista, para quitársela y mostrar su cuerpo. Estos eventos aunque están dirigidos principalmente a un público masculino, el auditorio que acude es muy diverso, y suelen verse paseando familias enteras con hijos e hijas. De hecho, no es infrecuente ver a infantes tomándose fotografías con las edecanes. También suelen verse parejas jóvenes las cuales son bastante comunes en ese tipo de eventos, hombres en grupo u hombres solos.

La intención del apartado fue describir las características del proceso de trabajo de las edecanes y cómo el producto de su trabajo son las interacciones cargadas de significaciones asociadas a la feminidad normativa con la intención de producir ciertos estados emocionales, corporales y subjetivos en el público o los consumidores para incentivarlos a comprar o consumir un producto o servicio. Es por lo tanto una producción

inmaterial (De la Garza, 2011: 15) en la cual la objetivación se da “de manera automática en otro sujeto, el cliente o usuario y no en un objeto separado de los dos” (De la Garza, 2011: 16).

Esto lo realizan a través de variados instrumentos de trabajo o medios de producción como son: la ornamentación estética del cuerpo llevada a cabo unas horas antes de la jornada laboral, el trabajo corporal incorporado realizado fuera de los espacios de trabajo a través de diferentes disciplinas corporales, las interacciones cargadas de amabilidad o erotismo en los diferentes espacios de trabajo, donde ponen en juego determinados capitales interaccionales que faciliten la integración del consumidor al proceso de trabajo y el compromiso emocional que la trabajadora pueda adherir a la representación total del acto. Asimismo, vimos que existen partes no performáticas de la actividad, como fue lo expuesto en lo que respecta a la organización de eventos, en donde las edecanes requieren habilidades para crear bases de datos, enlistar grupos y, en general, colaborar discretamente en la parte operativa de los eventos.

Por lo tanto, conviene enfatizar que los instrumentos de trabajo de las edecanes son sus propios capitales emocionales, interaccionales, corporales y performáticos, que la actividad laboral trasmuta en reglas de exhibición para acotarlas y marcar las pautas de acción requeridas durante el proceso de trabajo.

Todo esto se concreta en la realización del performance laboral en donde “se dramatiza el intercambio de emociones y afectividad” (Nieto, 2017: 40) que esta actividad recrea mediante símbolos asociados a las cualidades de lo femenino que sirven como significantes en el encuentro de prestación de servicio. Esos significantes de género son los que la actividad mercantiliza como buen trato, amabilidad, erotismo y sensualidad a través de la reglamentación informal de una exhibición facial y corporal de la edecán. En ese sentido, en la realización del proceso de trabajo existe una centralidad de la heterosexualidad y un *habitus* femenino incorporado en las edecanes.

El control, tanto de los contratistas como de los clientes y consumidores, se refuerza con los símbolos que se escenifican en la actividad y con un código de interacción que deriva

de los esfuerzos activos de los empleadores por organizar el trabajo. Asimismo, las prácticas corporizadas están restringidas por su relación con las exigencias del espacio en el que se realiza la actividad laboral, como es la exhibición del cuerpo en movimiento erotizado y la producción a través de interacciones sexualizadas. La actividad moviliza no solo estéticas físicas o corporales sino esquemas incorporados; el control se da por internalización de recursos subjetivo y emocionales (Wharton, 2009).

Sin embargo, aunque existe cierta rutinización de las interacciones con los clientes derivada de los *habitus* y de la movilización de capitales, los dueños o representantes de agencias tienen poca autoridad directa sobre las interacciones de las edecanes con el público. En términos generales, las interacciones están dirigidas por las propias trabajadoras, es decir, tienen cierta autonomía en algunas funciones dentro de la realización del performance frente a otras sujetas a control como son los tiempos de trabajo y la jornada laboral.

3.4 Relaciones laborales con los consumidores y público clientes durante el proceso de trabajo

Los procesos de trabajo interactivos expuestos en el apartado anterior, conducen necesariamente a la cuestión sobre las características de las relaciones que establecen las trabajadoras con los visitantes o su público al momento de realizar la actividad. Algunas de esas relaciones ya han sido descritas al tratar las cuatro formas en que las edecanes realizan su actividad en los diferentes espacios en los que son contratadas. En este apartado interesa profundizar en la lógica de las relaciones que las edecanes establecen con asistentes, público y consumidores en el proceso de trabajo. El punto de partida es que encontramos que las interacciones están claramente definidas por dicotomías simbólicas entre la edecán con los hombres, por un lado, y, por otro lado, con las mujeres no edecanes que están presentes durante los eventos.

Antes de abordar esa cuestión, es conveniente detallar una discusión —que es pertinente para este apartado— respecto a algunas nociones socialmente establecidas sobre la actividad de las edecanes. Esta actividad ha sido puesta en tela de juicio en el ámbito social (Jakubowska, 2018), discusión que no puede ser dejada de lado en esta investigación y que se conecta con la problemática de las relaciones laborales que las edecanes establecen con el público. El edecanaje en la actualidad está constantemente en debate debido a que, por un lado, es ampliamente discutido por diversos grupos, sobre todo activistas feministas, quienes cuestionan si en una sociedad en vías de construcción de relaciones más favorables y equitativas para las mujeres este tipo de actividades deben existir al menos en la forma en la que actualmente se presentan (Jakubowska, 2018). Es esa una perspectiva confrontada no solo con las agencias o con las mismas edecanes, sino con los consumidores, aquellos que asisten a eventos para interactuar con este tipo de trabajadoras. Los aspectos recopilados para conocer cuál es el estado de esta discusión provienen, principalmente de fuentes periodísticas que registran las características del debate en el ámbito público. De esas fuentes recopilé algunos de los comentarios vertidos por usuarios de internet que debido al anonimato que facilita las redes sociales, son altamente significativos ya que aportan una idea bastante clara de las concepciones y representaciones sociales de otros miembros de la sociedad con respecto a la actividad. Explicado esto, en lo que sigue presento una descripción general de las interacciones que implica el trabajo de acuerdo a las propias experiencias de las edecanes para detallar como esas pueden definir el desarrollo del proceso de trabajo y las dificultades que se suscitan en la interacción entre hombres y mujeres.

3.4.1 Discusión pública sobre el trabajo de las edecanes

La discusión pública que suscitó posicionamientos respecto al trabajo de las edecanes ha estado presente durante cierto tiempo en el ámbito público, pero aquí partimos de la emergida de las decisiones tomadas por algunas empresas de relevancia, como es la

Formula 1, respecto a retirar la actividad de las edecanes de sus eventos para alinearse a favor de perspectivas de igualdad entre mujeres y hombres (*El Universal*, 31/01/2018). Sobre ese tema, en la red abundaron comentarios no solo en grupos de discusión, también en distintas plataformas en donde se puede identificar un discurso bastante extendido que busca contrarrestar a otros de corte feminista que señalan la constante cosificación del cuerpo de las mujeres en esta actividad.

En esos discursos populares prevalece la narrativa sobre que estas discusiones están en la agenda social por la presión de mujeres quienes “*son feas, gordas y solteras*”, que por actividades como la de las edecanes se ven “*feas e invisibilizadas*” y que no quieren que las “*mujeres lindas*” estén expuestas en los espacios públicos. En esos comentarios se afirma que las mujeres feministas sostienen este tipo de posturas debido a que están resentidas y envidiosas por no poseer determinadas características físicas, y que por “*obesas*” o por ser “*mayores de treinta años*”, “*ningún hombre las desearía jamás*”. Afirman que las feministas se oponen a esta actividad debido a que odian a los hombres y “*quieren verlos infelices*” y que por ello desean prohibir todo lo que ellos disfrutan. En esas narrativas se asegura que existe una contradicción en el discurso feminista en tanto que, por un lado, buscan la libertad de elección para las mujeres y simultáneamente quieren eliminar del mercado laboral actividades que otras mujeres “*decidieron libremente*” y por tanto “*socavan las decisiones de otras mujeres que son contrarias a las ideologías de género*”, pues ninguna de estas “*fueron amenazadas de muerte*” para participar de estas actividades y por tanto se está limitando la voluntad de las trabajadoras para hacer lo que ellas decidan, pues estas tienen derecho a “*ganar buenos mangos[sic]*”, ⁶⁸ *sin contar lo que ganan extra en privado*”. Presento a continuación algunos de los comentarios vertidos en las redes sociales que surgieron con relación a esta discusión en su literalidad, agresividad y limitación discursiva:⁶⁹

⁶⁸ Es una de las formas coloquiales de nombrar al dinero.

⁶⁹ Las narrativas presentadas fueron extraídas de opiniones vertidas en la sección de comentarios de los siguientes artículos: Sanz, Oscar (2018) “¿Y lo bien que sujetan el paraguas, qué?” en *EL PAÍS*; tomado de: https://elpais.com/deportes/2018/02/12/actualidad/1518465445_957873.html y de Luna, Mauricio (2018)

Fíjate que las feminazis [sic] son 95% gordas, feas, solteras, de 30 o 40, que ya se les fue el tren. Obvio que las minas lindas de 20 las afectan y las invisibilizan. Por eso no quieren que se vean minas lindas. Primero las hacen tapar (para que se vean similares a ellas aunque ellas tienen 20kg de grasa encima) y después directamente las prohíben. Fíjense, es un quilombo entre minas, los hombres no tenemos nada que ver.

Cuanto orco con obesidad mórbida resentida hay dando vueltas. Son todas mayores de edad, si hacen dinero las promotoras porque son bonitas, ¿cuál es el problema?, bien por ellas que tuvieron suerte en la lotería de la genética. Y si hacen algo más durante las carreras también, ¿cuál es el problema? Son adultas y libres.

Me tienen harto esas asociaciones de gordas, feas, lesbianas y malcogidas [sic] que parecen que solo viven para cagarles (sic) la vida a las mujeres lindas por los trabajos en los que ellas nunca trabajarían.

Son misándricas, odian el sexo masculino y solo sienten placer al vernos sufrir. Es la única lógica que yo veo, ya que si fueran lesbianas, entiendo yo que se excitarían con las promotoras.

La violencia de esos comentarios denota una visión dicotómica respecto a las mujeres que es tajante: las mujeres “lindas” gustan y es más, deben mostrar sus características físicas como indicador de su auténtica feminidad y, al hacerlo, los hombres las reconocen

“Las promotoras del automovilismo se defienden: “Nos gusta trabajar con nuestro cuerpo” en *infobae*, tomado de : <https://www.infobae.com/sociedad/2018/02/10/las-promotoras-del-automovilismo-se-defienden-nos-gusta-trabajar-con-nuestro-cuerpo/>. Asimismo, algunas fueron tomadas de una discusión en la [red](https://www.reddit.com/r/argentina/comments/7wmvu2/las_promotoras_del_automovilismo_se_defiende_nos/) [Reddit](https://www.reddit.com/r/argentina/comments/7wmvu2/las_promotoras_del_automovilismo_se_defiende_nos/): https://www.reddit.com/r/argentina/comments/7wmvu2/las_promotoras_del_automovilismo_se_defiende_nos/.

como mujeres valiosas. En cambio, las mujeres que se oponen son las que no se corresponden con lo femenino, a la performatividad de género (Butler, 1998) que describimos antes, por lo que son castigadas discursivamente a partir de la oposición respecto a lo que *debería ser* una mujer: “son lesbianas” o son mujeres resentidas porque son “feas, gordas o viejas”. Esta tensión dicotómica marca hasta ahora muchas de las discusiones públicas respecto al cuerpo y a la apariencia física de las mujeres, siempre sujeta a juicio. Es una visión de lo femenino que al estar construida históricamente (Butler, 1998) permite esas distinciones tajantes entre aquellas que sí son femeninas y las que no. Eso, por otro lado, no es algo nuevo: en su texto clásico, Simone de Beauvoir expresa con claridad la construcción como ornato de lo femenino: “El papel del ornato consiste en prestar a la vida palpitante la fosilizada necesidad del artificio [...] Una mujer es tanto más deseable cuanto más se ha expandido en ella la Naturaleza y más rigurosamente se ha esclavizado: es la mujer “sofisticada”, que siempre ha sido el objeto erótico ideal. Y el gusto por una belleza más natural no es a menudo más que una forma especiosa de sofisticación” (De Beauvoir, 2019: 161).

Una idea central de las posiciones feministas es, entonces, que en esta actividad las mujeres son concebidas como objetos de ornato y que son sexualizadas al estipular como requisitos de trabajo cualidades corporales como la voluptuosidad y vestimentas que contribuyen a resaltar dichos atributos. La otra narrativa, por su parte, recurre a una falacia *ad hominem* en tanto intenta desacreditar la primera postura utilizando descalificaciones respecto a la apariencia y el físico de las mujeres y no los argumentos en sí. Sin embargo, interesa resaltar que también encontramos otra postura que estigmatiza a las trabajadoras. En esta otra postura, prevalece la idea de que realizan esta actividad por el hecho de que “no les interesa tener un trabajo de verdad”, de que “son flojas”, de que “les gusta la vida fácil”, que “no tienen nada que hacer”, así como la concepción imaginada (en tanto no se respalda ni se fundamenta) de que son mujeres que no estudian o que no se esfuerzan por alcanzar determinadas metas y que por eso terminan trabajando en esta actividad. También en las narrativas es frecuente encontrar dudas respecto a si cuando están realizando la actividad laboral se puede tocar sus cuerpos, si pueden ser fotografiadas o

video grabadas en áreas específicas del cuerpo, si eso sería legal o no. Esa perspectiva está ejemplificada en los siguientes comentarios emitidos bajo el anonimato que permiten las redes sociales:⁷⁰

Son chavas que, mientras tengan poquita chichi y nalga que enseñar, estarán dispuestas a talonearle [prostituirse] porque los mismos tipos que las contratan en los eventos para animar el lugar les ofrecen un dinerito extra a cambio de "acompañarlos a pasear" en cuanto termine el contrato-evento; después las chicas aflojan y suben de status exigiendo que las traigan como "queridas-amantes". Es raro encontrar a chicas que realmente estudian o trabajan sino que son chavas que le entran a eso porque no encuentran nada que hacer y por mover el bote un rato les pagan buena lana.

Con tendencia a prostituirse por su condición social. Al principio tal vez no, pero cuando el trabajo escasea, el hambre aprieta y tienen un mocosito [hijo] de 2 años a su lado, lloré y lloré por comida o porque está enfermo, su pensamiento sobre prostituirse puede "flexibilizarse".

En ese sentido, las apreciaciones que prevalecieron en la discusión pública son ambivalentes pues, por un lado, se identifica un estigma frente a las edecanes relacionado a su perfil, a las preferencias que algunas personas suponen que ellas tienen, es decir, a la representación social que comparten sobre quienes son las trabajadoras, como la idea de que son mujeres que están en cualquier momento en posibilidad de caer en prostitución o que el edecanaje es un trabajo que les permite generar condiciones para prostituirse o para tener *amantes* de los que reciban dinero o algún tipo de “beneficio”; también se manifestaron dudas acerca de cuál es la diferencia entre las edecanes y las prostitutas. Asimismo, se encontró que se caracteriza a las edecanes como mujeres de clase baja con problemas económicos y familiares y que, por esta misma condición, estarían dispuestas a

⁷⁰ Comentarios extraídos de *Yahoo Respuestas*, un sitio web de preguntas y respuestas, que permite a sus usuarios tanto formular preguntas como responderlas. Se utilizó la palabra edecán para conocer los diferentes tópicos sobre el tema en cuestión.

hacer algún tipo de trabajo sexual con contratistas o clientes. Paralelamente, en las narrativas se puede observar una legitimación de la actividad y la idea de que están laborando para complacer a los varones. En suma, todos estos aspectos ejemplifican la existencia de un estigma sobre el trabajo de las edecanes, que tiene implicaciones en el proceso de realización del mismo y, como se verá en el quinto capítulo, en la subjetividad de las edecanes. Asimismo podemos ver que las opiniones vertidas se corresponden con la construcción simbólica sobre la feminidad que concibe a la mujer que utiliza el cuerpo y el erotismo como la encarnación de la sexualidad prohibida por lo que “el erotismo es el espacio vital reservado a un grupo menor de mujeres ubicadas en el lado negativo del cosmos, en el mal, y son consideradas por su definición esencial erótica como malas mujeres” (Lagarde, 2015: 172).

Frente a los rumores socialmente contruidos y expresados en redes sociales (Chierichetti, Lattanzi y Panconesi, 2011) sobre el trabajo de las edecanes, conviene conocer cuáles son las narrativas de estas trabajadoras sobre sus interacciones con el público o con los consumidores.

3.4.2 Narrativas de las edecanes sobre sus interacciones con el público o los consumidores

La discusión que acabamos de indicar tiene correlación con las narrativas que las edecanes expresan sobre sus experiencias de trabajo con los consumidores en las interacciones laborales. En los trabajos interactivos, como es el del edecanaje, las relaciones que se establecen aunque sean momentáneas entre trabajadores y el público o los consumidores son fundamentales desde el punto de vista de que, por un lado, sin estos últimos no se posibilita la realización del proceso de trabajo (De la Garza, 2011: 15), es decir, la existencia de la actividad solo se explica por la necesidad de interpelarlos a ellos, pero también porque su colaboración dentro del proceso de trabajo va a determinar la experiencia tanto de la trabajadora como del consumidor o usuario.

El trabajo de las edecanes consiste, entonces, en la producción simbólica de una interacción que busca una interpelación directa al público a través de las dinámicas que acabamos de describir, pero ¿de qué forma responden estos a los diferentes procesos representativos de las edecanes durante el proceso de trabajo?, de acuerdo a lo narrado por las trabajadoras y lo observado en el trabajo de campo, sin duda su actividad logra el cometido de llamar la atención de quienes atestiguan el acto performático de la edecán. El trabajo se facilita para ella si los clientes tienen una actitud receptiva hacia la interacción, si están dispuestos a intercambiar su tiempo con la edecán.

En términos generales, las edecanes resaltan en sus narrativas que la actitud de los visitantes es diversa, es decir, que hay personas amables y que atienden a la interacción, que incluso participan activamente y con entusiasmo de las dinámicas ya sea bailando o “cotorreando”⁷¹ con ellas, así como que hay personas que pasan de largo sin voltearlas a ver, que son groseras, por ejemplo que pasan y se tapan los oídos dando a entender que les molesta la música, o que les piden directamente que bajen el volumen de la música. También relatan que en muchas ocasiones el trabajo funciona debido a la interacción y la labor de promoción del producto ya que las personas compran por “pena” a rechazar debido al trato amable que tuvo la trabajadora hacia ellos. En ese sentido, de acuerdo a su propia experiencia, la actividad es eficaz en su propósito:

La labor de venta, la interacción con la gente, ¡es muy sencillo!, si tú pones a un chico cualquiera que sea y no es por menospreciarlos, a dar folletos en la calle, yo creo que un veinte por ciento los va a aceptar, si tu pones a una chica guapa a dar los volantes en la calle, un noventa y cinco por ciento va a aceptar ese volante, porque tú ya estás haciendo un trabajo, una labor de abordar a las personas, de sonreír, de acercarte, de romper ese hielo, de tener el contacto. Obviamente una edecán dentro de un comercio, un zanguero, una edecán algo que llame la visión del cliente siempre va a vender mucho más a no tenerlo (Nenet, 35 años, 9 años de experiencia, 2019).

⁷¹ “Cotorrear” es una expresión coloquial para referirse a compartir una experiencia divertida entre dos o más personas.

Sin embargo, uno de los rasgos distintivos de esta actividad es la relación diferenciada que experimentan las edecanes en su trato con hombres y con mujeres. Al preguntarles a las trabajadoras sobre el trato con sus públicos destacaron una diferencia muy clara entre el trato que reciben de los hombres y el que reciben de las mujeres. No necesariamente es una dicotomía en el sentido de que con los hombres las interacciones son amables y positivas y con las mujeres son malas o descorteses, pero lo primero que emerge es que el trato con las mujeres suele ser de mucha hostilidad y disgusto. En relación a los hombres, destacaron el machismo prevaleciente en la sociedad, del cual están muy consientes debido a estas interacciones cotidianas con los consumidores.

Lo primero que ellas resaltan en sus propias narrativas es que las relaciones más conflictivas las mantienen con las mujeres. Mencionan que son ellas quienes suelen ser “groseras” al entablar la relación laboral, es decir, que son quienes con más frecuencia se niegan a aceptar los volantes o *flyers*, que se niegan a participar de las dinámicas, y que en su lenguaje corporal llegan a expresar molestia o desagrado. Las problemáticas, aunque refieren las edecanes como no generalizadas pero sí frecuentes, se presentan especialmente cuando las visitantes van con sus esposos, novios o parejas, pues éstas llegan a confrontarlos frente a las trabajadoras si éstos les reciben el volante a la edecán, si voltean a verlas o si directamente se toman fotografías con ellas. En ocasiones incluso las tildan de “coquetas” o de “roba novios” al momento de la interacción laboral y, por tanto, se confrontan directamente con ellas:

Hay muchos conflictos, las mujeres a veces son enemigas de las mujeres y no nos reciben los folletos, le pegan al marido cuando nos reciben algo o le pegan si nos voltean a ver. No siempre pasa que hagan eso, pero sí me ha tocado que hagan desmadre por nosotras, las mujeres, que literal se pelean hasta de la greña con el marido ahí. Hubo una que nos iba a golpear. Venían dos carros ese día y nosotros nuestra labor era agarrar los carros en la gasolinera para decirles que nos regalaran su correo porque Chevrolet les iba a mandar ofertas y les iba a mandar a sus correos pues, no sé, sus días de fiestas en la agencia y todo eso. Y

nos lo dio el señor muy amable, nos los dio y todo y la chava se bajó y le empezó a aventar las llaves y le pegó bien feo y nos amenazó a nosotras de que nos iba a dar en la madre por putas (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019).

Por otro lado están las relaciones laborales que entablan con los hombres, que son marcadamente ambivalentes en relación a lo que son con las mujeres, es decir, las opiniones y prácticas de los hombres oscilan entre una supuesta admiración por ellas y por su actividad y por otro lado en la idea de que son mujeres que les gusta “la vida fácil”. Por un lado observé las interacciones que algunas de las edecanes tienen en sus redes sociales con sus *fans* quienes las siguen asiduamente, suelen comentar con bastante frecuencia sus fotografías, halagarlas, realizarles comentarios positivos relacionados con su belleza física y, como se acaba de mencionar, sobre la admiración que sienten por su actividad. No obstante, en sus experiencias laborales las edecanes continuamente tienen que lidiar con situaciones que refuerzan las nociones que fueron indicadas en el apartado anterior, que consideran que las trabajadoras no son dignas de respeto. Es por ello que las trabajadoras comparten distintas experiencias, que van desde situaciones relacionadas con como el trabajo es una excusa para que los hombres se detengan a platicar con ellas para invitarlas a salir, para obtener su número telefónico y sus nombres para seguirlas en redes sociales, hasta otras situaciones lejanas del flirteo y más cercanas al acoso y que pueden empezar haciéndoles comentarios sobre lo bellas que son, acercarse a retratarse con y poder tocar alguna parte de su cuerpo e incluso, a veces, esperar a que terminen su jornada para seguirlas a donde vayan. Otras experiencias se relacionan con el hecho de directamente ser groseros con ellas, como agredirlas verbalmente o gritarles insultos. En general ellas deben vivir atentas de no sufrir alguna agresión sexual, como ser tocadas por el público que las rodea:

Por ejemplo si estas repartiendo volantes, normalmente la gente recibe el volante y se retira pero hay otras personas que reciben el volante y te empiezan a preguntar, tú les respondes educadamente pero a veces te das cuenta que

siguen ahí y no se mueven y luego te empiezan a decir que ¿y por dónde vives?, ¿cuál es tú número? O ¿cómo te busco en Facebook? Y ciertas cositas que uno se da cuenta que no deberían ser [...] Hay hombres que son respetuosos, hay unos que son muy groseros, que te mandan piropos, pero te tocan de diferente clase, te tocan diferentes clases de personas (Meztli, 28 años, 7 años de experiencia, 2019, corchetes míos).

Nos han aventado cosas de los carros pasan y nos avientan, los hombres también, nos han aventado monedas como si fuéramos prostitutas o cosas así. Y pues generalmente ese tipo de problemas o la gente es grosera o de repente quieres hacer una dinámica de joiga señora! Y así como que te dicen ¡no! Groseras. O me han dicho en la calle que si no tengo a Dios en mi vida, que somos el demonio y cosas así medio raras, sí una vez un señor me dijo que éramos el demonio. Y así varias veces no han hecho esas groserías desde el principio que empecé con esto ha sido recurrente. De hecho a veces hasta en tu propia familia te atacan en ese aspecto de que eres edecán, que como puedes hacer eso, que ¿en dónde está el respeto en ti? cosas así. Y sí es difícil también atacar pues el machismo en México que es muy notorio hasta la fecha (Yohualli, 30 años, 10 de experiencia, 2019).

Puede observarse que las relaciones laborales con los espectadores del performance están determinadas por asociaciones simbólicas, en las cuales las edecanes representan o actúan erotismo y los espectadores, tanto hombres como mujeres, responden a esa representación asumiendo que las trabajadoras son su performance laboral y que por lo tanto “están buscando algo más” y no solo trabajando. Si bien el performance de tipo erótico no es el único que realizan las edecanes en sus procesos de trabajo, ese es el que contribuye a la construcción de los estigmas que hacen del edecanaje una actividad laboral cuestionada por diferentes personas o grupos de la sociedad.

En ese sentido, la intención del apartado fue mostrar que los consumidores o el público, responde al trabajo de las edecanes mediante visiones estereotipadas fundadas en el performance de género que llevan a cabo las edecanes sustentado, en las reglas de exhibición corporal, interaccional y emocional que tiene la finalidad de exaltar su erotismo,

su sexualidad y su sensualidad. Los clientes responden a estos significantes producidos a través de sus sistemas de percepción y apreciación que simbolizan a las mujeres eróticas a partir de concepciones negativas, como mujeres “malas, indignas, coquetas, fáciles, flojas, interesadas” entre otras. La fachada de consenso, que las trabajadoras deben mantener a través de la amabilidad, la sonrisa, la calidez, el erotismo, es asumido por los clientes no como parte de su trabajo, sino un don natural que constituye a las trabajadoras y que regalan a los clientes. Estas interacciones cargadas de simbolismo y fundadas en concepciones estereotipadas de la “maldad de lo femenino” derivan en la condición estigmatizada del trabajo con consecuencias para la trabajadoras que se describirán en el quinto capítulo.

3.5 El papel de los sentimientos y las emociones en la actividad

Llegados a este punto, es conveniente retomar la discusión sobre el papel de lo performático esbozado por Goffman (2001) y el papel de los sentimientos y las emociones planteado por Hochschild (2003) en los trabajos interactivos. Hasta ahora nos hemos centrado especialmente en cómo las edecanes manejan su apariencia exterior en la creación de una fantasía para lograr incentivar la venta de marcas o productos, en el sentido de Goffman. Sin embargo encontramos que las edecanes también realizan trabajo emocional, en el sentido de Hochschild, en al menos tres aspectos:

Uno. La emoción que buscan crear en el público, asistente o los consumidores, siguiendo ciertas *reglas de los sentimientos* para producir “un estado emocional en otra persona” (Hochschild, 2003: 147). Es decir el trabajo emocional que realizan las edecanes en este aspecto es incentivar las emociones en los consumidores a través del performance laboral para que este se vea motivado a comprar un producto o un mercancía, por el hecho de sentirse obligados por “pena” de negarse a la cortesía que la edecán mostró durante la interacción, por el hecho de hacerle creer que es especial a través del despliegue de atenciones que forman parte de las reglas de exhibición emocional o bien por el

performance erótico que alude a los impulsos libidinales del cliente. Es decir, el trabajo emocional en este aspecto tiene que ver con las emociones que incentivan en los consumidores. Como indica la siguiente edecán entrevistada:

Imagínate, a veces despiertas y no sé, estás en tus días [menstruando] o de plano estas en depresión total y tienes que salir y tienes que animar y tienes que darle esa felicidad a la gente, o sea tratar, pues, tienes que ocultar muchas cosas, pero bueno yo lo veo de una manera alentadora, como que digo ¡Ay mi trabajo, por lo menos me va a sacar! Se me olvida, entonces pues sí, tienes que, aquí no importa si hasta tu mamá se murió, la verdad, aquí es trabajo y pues tienes que seguir, te dicen ¡el show debe de continuar! Y sí es cierto, el show debe de continuar, entonces es un trabajo muy difícil pero bondadoso, y ahí tienes cosas buenas y malas (Nenet, 35 años, 9 años de experiencia, 2019).

Para la entrevistada, el trabajo emocional que lleva a cabo con los consumidores es el de “*darles esa felicidad*” a través de las reglas de exhibición emocional “*tratando de ocultar muchas cosas*” como la “*depresión*” porque “*el show debe continuar*”, lo que muestra asimismo el necesario control emocional propio que las edecanes deben poner en práctica como parte de su actividad laboral. Al ser un trabajo interactivo en el que se producen ambientes festivos o divertidos con el fin de venta o promoción, las edecanes ponen en suspenso sus propios estados de ánimo con el objetivo de lograr los fines para los que fueron contratadas, lo que nos lleva a la siguiente dimensión de trabajo emocional que llevan a cabo las edecanes.

Dos. El trabajo emocional que realizan sobre su propia emoción, que deben exaltar u ocultar para que el performance sea lo más efectivo posible en el sentido de que “las sonrisas son parte de su trabajo, una parte que requiere que se coordine entre sí y los sentimientos para que el trabajo parezca sin esfuerzo. Demostrar que el disfrute requiere esfuerzo es hacer mal el trabajo. Del mismo modo, parte del trabajo consiste en disimular la fatiga y la irritación” (Hochschild, 2003: 8) Para ello son importantes las *actuaciones*

profundas (Hochschild, 2003: 33)⁷² que la trabajadora logre durante la realización del performance, es decir, en la actividad eso es recompensado con la posibilidad de volver a ser contratadas; el hecho de que sean animosas, que tengan “buena cara”, y no sean “falsas” es capitalizado por las edecanes para continuar en el medio, y la transgresión de las reglas de exhibición emocional o que solo sean capaces de realizar *actuaciones superficiales* (Hochschild, 2003: 33) produce el efecto contrario. Una de las entrevistadas ilustra en su narrativa perfectamente este aspecto:

Lo que yo hago son mil y un cosas en cada una de las cosas, principalmente para mí es tener contacto directo con las personas, y lo que me ha abierto las puertas es tener los pies sobre la tierra, si es obviamente una activación de edecaneo la gente está acostumbrada o las edecanes están acostumbradas a ser inalcanzables, a pararse, dar una mala cara, a estar sonriendo pero forzosamente y están como obligadas, paradas a trabajar, entonces lo que yo hago es estar con la mejor disposición del mundo, tratar de hacer el cien para que esa empresa o esa persona que me contrató no solo pague por ese día de servicio y me lleve, sino para que las siguientes veces obviamente me vuelvan a contratar que por ejemplo no sé, estar en una expo, sonreírle a las personas, ser agradables con ellas, tener el mejor trato, estando en un cien por ciento a disposición de ellos (Ollin, 40 años, 15 de experiencia, 2019) .

En esta entrevista podemos interpretar que la actuación superficial se relaciona con “*ser inalcanzable*”, “*sonreír forzosamente*”, “*estar obligadas*”, mientras que una actuación profunda se relaciona con “*tener contacto directo con las personas*”, “*tener la mejor disposición del mundo*”, “*estar al cien*”. Desde la perspectiva de la trabajadora esa actuación profunda le ha procurado una posición dentro del campo del edecanaje.

Tres. El trabajo emocional que deben realizar para sí mismas frente a situaciones incómodas en la interacción con el público o los consumidores, por ejemplo, los momentos

⁷² De acuerdo a Hochschild: “En la actuación superficial engañamos a los demás sobre lo que realmente sentimos, pero no nos engañamos a nosotros mismos. Los diplomáticos y los actores lo hacen mejor, y los niños muy pequeños lo hacen peor (es parte de su encanto). En la actuación profunda hacemos que fingir sea fácil haciéndolo innecesario” (Hochschild, 2003: 33).

de coquetería o directamente de acoso por parte de los consumidores que son comunes en este trabajo, eventualidades que deben ser redirigidas por la edecán de una forma amable y sin mostrar ira pues se concibe que ese tipo de atrevimientos por parte de los consumidores son parte de su actividad. Como en el caso de estudio de las azafatas en Hochschild, la edecán “más allá de ser infaliblemente servicial y abierta a solicitudes debe responder a las fantasías sexuales [...] Debe tratar de sentir y actuar como si el coqueteo y las proposiciones fueran un signo de atractivo y sexualidad y debe esforzarse por reprimir sus sentimientos de que tal comportamiento es intrusivo” (Hochschild, 2003: 94).

Asimismo, los insultos, ofensas y tratos despectivos deben ser canalizados emocionalmente por la trabajadora para que estos no interrumpen las reglas de exhibición emocional, como ilustra la siguiente entrevistada:

Aunque te mienten la madre, aunque te avienten monedas, tienes que ser amable, no puedes ser grosera con la gente, tienes que ser ecuánime, lo aprendes también a manejar por el hecho de que no todas las personas lo aceptan pero generalmente tienes que ser amable, ser cordial porque en diferentes activaciones te ponen a hacer diferentes cosas, hasta de servir un café, hasta a lo mejor dar degustación o dar flyers, o también el que te aprendas todo respecto a la marca que estás ofreciendo es importante para que cuando te pregunten no te quedes callada y la gente le dé confianza de entrar o comprar el producto, entonces realmente sí hacemos varias funciones en pocas horas (Yohualli, 30 años, 10 de experiencia, 2019).

Aquí la edecán menciona la necesidad de “ser ecuánime”, de “aprender” a manejar las emociones para continuar siendo “amable”, “cordial” y continuar el performance laboral el resto de la jornada. En ese sentido, en esta actividad les es alienada la capacidad de responder con enojo o, como indica Hochschild “se reduce el derecho del trabajador a la ira” (Hochschild, 2003: 112), ya que el consumidor “nunca hace nada malo, por lo que no se le puede culpar ni ser objeto de ira” (Hochschild, 2003: 112).

Como fue señalado en el primer capítulo, Hochschild (2003) establece una discusión con Goffman (2001) en la que sostiene que los trabajos interactivos —y la vida social— no solo se tratan de “intentos por cambiar la apariencia exterior” en donde “la acción esta en el lenguaje corporal” (Hochschild, 2003: 35), como sostiene Goffman (2001), sino que también “la exhibición es un resultado natural de trabajar en los sentimientos; el actor no trata de parecer feliz o triste, sino que expresa espontáneamente” (Hochschild, 2003: 35) a través de “intervenir, ya sea creando la forma interior de un sentimiento o dando forma a la apariencia exterior de uno” (Hochschild, 2003: 36). Son estas capacidades que se venden y se compran dentro de la economía de mercado, configurando de esa forma un proletariado emocional (Macdonald & Sirianni en Wharton, 2009: 152).

Podemos afirmar, para el caso del trabajo de las edecanes, que se ponen en juego tanto el manejo de impresiones externas a través de las reglas de ornamentación corporal —vestuarios, cabellera y maquillaje— a través del trabajo corporal incorporado por parte de la edecán, así como por las diferentes reglas de exhibición de comportamiento —cortesía, amabilidad, erotismo— que se ponen en juego durante el performance laboral. No obstante, el trabajo emocional también forma parte importante de las labores que lleva a cabo la edecán, en la creación de atmosferas, en la necesidad de que el performance sea lo más convincente posible a través de la actuación profunda y la regulación emocional que deben incorporar para soportar los tratos vejatorios por parte de los consumidores. En ese sentido, considero que tanto trabajo emocional como trabajo performático son dos aspectos que los empleadores ponen en juego y mercantilizan para hacer que las trabajadoras laboren eficientemente y proyecten la imagen de marca que necesitan.

En la siguiente imagen se presenta, para ejemplificar, un conjunto de elementos visuales que las propias edecanes producen para comunicar en sus redes sociales el necesario manejo y control de emociones.

Collage de imágenes 2. Trabajo emocional



Nota: Imágenes creadas por las propias trabajadoras con que expresan jocosamente elementos del trabajo emocional presentes en la realización de la actividad.

Fuente: imágenes obtenidas de redes sociales entre el 2019 y 2020 en las páginas de Facebook “En la cara no porque soy edecán”, “Lo que callamos las edecanes” y “Demostradoras con experiencia”:
<https://www.facebook.com/EnLaCaraNoPorqueSoyEdecan>
<https://www.facebook.com/Lo-que-callamos-las-edecanes-549627361878149>
<https://www.facebook.com/DemostradorasConExperiencia>.

3.6 Condiciones de trabajo

A medida que hemos recorrido el capítulo se han analizado diferentes aspectos de las condiciones de trabajo que se presentan en el transcurso de la jornada laboral e incluso

antes del comienzo de ésta. Aunque en esos apartados anteriores se han tratado aspectos específicos de cada una de las partes que constituyen el proceso de trabajo, ha sido necesario tratar allí cuestiones de las condiciones de trabajo porque son partes constituyentes del mismo proceso, es decir, la distinción es analítica y un recurso investigativo para poder identificar los diferentes aspectos del fenómeno social.

Algunas de las cuestiones de las condiciones de trabajo que hemos tratado tienen que ver con las condiciones precarias en las que se realiza la actividad. Se problematizó, por un lado, cómo las herramientas estéticas del trabajo se delegan por parte de agencias y clientes a las trabajadoras, descargando a estos de la obligación de proveer de los insumos e instrumentos necesarios para realizar la actividad, lo que puede poner en situación de desventaja a unas edecanes que no poseen tales recursos respecto a otras que sí los han podido acumular y con ellos pueden participar en una mayor cantidad de eventos. También fueron descritos algunos aspectos de la precarización de infraestructuras básicas para que puedan realizar la actividad en condiciones de menor riesgo, como es, por un lado, el caso de la transportación, que al ser una actividad multisituada se vuelve fundamental para garantizar que pueden movilizarse con el menor riesgo posible. Asimismo, la condición flexibilizada del trabajo posibilita que en algunas situaciones las trabajadoras no encuentren condiciones dignas —como son los baños— para vestirse y prepararse para comenzar su labor.

Un aspecto central para comprender las condiciones de trabajo de las edecanes es el hecho de que agencias y clientes delegan en las edecanes la responsabilidad de generar estrategias para familiarizarse con el producto que pretenden dar a conocer, pues las empresas no ofrecen ningún tipo de capacitación que les permita ser más certeras y tener mayores elementos de lo que ofrecen al público. Sin embargo, las edecanes con la experiencia que van adquiriendo se familiarizan con muchos productos y servicios de los cuales posteriormente pueden hablar y describir con mucha soltura, además de adquieren habilidades para conocer rápido las características de lo que promocionan, ya sean productos o servicios.

En este apartado me concentro en describir algunos aspectos relevantes sobre las condiciones de trabajo que no han sido abordados y en los que es pertinente profundizar. Lo primero a resaltar es que las condiciones de trabajo varían mucho en función del lugar a donde van a trabajar y también con relación a los clientes a los que brindan sus servicios.

En cuanto a los muy diversos lugares a los que se trasladan para trabajar, de la infraestructura con la que esos cuentes dependen las condiciones en las que las edecanes realizan su labor. Al ser una actividad en donde el cuerpo juega un papel determinante como herramienta de trabajo, lo primero que surge como problemas son las afectaciones físicas que sufren las trabajadoras. Por ejemplo, no es lo mismo realizar la actividad en espacios interiores que en espacios exteriores. Cuando las trabajadoras laboran en la vía pública, al exterior de los negocios, frente a calles o avenidas, en exposiciones al aire libre, suelen sufrir las inclemencias del tiempo: se queman la piel al sol o por el contrario sufren de muchísimo frío, o en ocasiones no tienen espacios adecuados para resguardarse de la lluvia. En los espacios cerrados sufren por las temperaturas, ya sea porque les toque trabajar cerca de un refrigerador cuando están realizando alguna promoción o con el aire acondicionado en las exposiciones. Esta cuestión está relacionada directamente con las vestimentas que usan generalmente. Las principales afectaciones corporales que sufren incluso podrían ser mitigadas si se establecieran ciertas condiciones básicas y reglamentaciones para realizar la actividad, por ejemplo el hecho de privilegiar el uso de vestimentas más acordes con las temperaturas a las que se exponen y menos al hecho de querer que se resalte el cuerpo de la trabajadora.

En ese sentido, al ser una actividad flexibilizada y con muchas características de la informalidad, no siempre se cumplen los requisitos necesarios para mitigar inconvenientes como los señalados, por ejemplo el uso de carpas que las protejan del sol en los espacios en donde sea posible colocarlas, como sería afuera de los negocios. Cuando la edecán trabaja en una agencia formal existen mayores posibilidades de que se den esas condiciones pues las agencias en ocasiones proporcionan este tipo de materiales, pero cuando el trabajo es por cuenta propia las edecanes no necesariamente poseer carpas y, como vimos, la prestación individualizada del servicio está en un constante incremento en esta actividad.

Regresando a la cuestión de las vestimentas, algo relevante que surgió en las narrativas es la cuestión de los zapatos que son exigidos por el cliente para realizar la actividad. Por lo general se espera y se pide que la trabajadora utilice zapatos de tacón muy alto en la forma de aguja que es la de un tacón no solo alto sino también muy delgado. Aunque a veces pueden usar tenis, sobre todo para el trabajo que se hace en las avenidas, en términos generales siempre se utiliza alguna variante de zapato alto. Esto de acuerdo a las entrevistadas termina siendo muy tortuoso para ellas, sobre todo si realizan la actividad de animación pues bailar con zapatos altos lastima mucho los pies. Para sortear este inconveniente las trabajadoras generan estrategias para evitar o mitigar el efecto que los tacones tienen sobre sus cuerpos. Ejemplo de ello es que suelen transportar, además de los zapatos con los que llegan al trabajo, el par de zapatos de tacón con los que le piden trabajar y un par más de zapatos con un tacón un poco más bajo en caso de no soportar los zapatos con los que realizan la actividad. Esto no siempre es posible debido a que los clientes exigen que usen los zapatos más altos, pero si encuentran la oportunidad suelen intercambiar los unos por los otros. También, cuando es posible, utilizan un tipo zapatos tenis salido al mercado recientemente que tiene una plataforma muy alta, para de esa forma cumplir con la expectativa del cliente y mitigar al mismo tiempo el dolor que produce usar el tacón de aguja. De acuerdo a las narrativas esto puede tolerarse cuando el evento dura un solo día, pero si se extiende a cuatro días seguidos, como en las exposiciones o cuando trabajan en promociones largas, el propio cuerpo pone los límites a la presión que sufren los pies, dándose casos en los que los pies están tan hinchados que los zapatos simplemente no les vuelven a entrar. A la pregunta explícita sobre lo más significativo que podrían contar realizando la actividad, emergió frecuentemente esta situación como una de las condiciones que limitan su trabajo. Las experiencias al respecto son muchas y vale la pena aquí algunas de las más significativas:

Hubo una ocasión que me tocó trabajar en una expo, fueron como cinco días, de ocho horas diarias y de plano al tercer día me estaba muriendo, o sea tenía llagas en mis pies, me sangraban los pies del tacón, sí duele mucho, sí duele

bastante. Entonces, cuando terminó mi pago de cinco días, me dieron el dinero y antes de llegar a la casa le dije a mi mamá: oye por favor tráemela [a su hija] a la plaza comercial para comprar ropa y zapatos y cosas así, entonces me la llevaron pero yo en ese momento ya llegué con los pies muy mal, entonces pues ya me senté y le dije escoge lo que quieras y se emocionó muchísimo y todo y compramos las cosas y ya llegando a casa, pues llego y me acuesto y me quito los zapatos y mi niña se dio cuenta que tenía los pies completamente desmadrados, o sea sangraba la calceta, y luego se te hacen llagas, literal se te hacen llagas, entonces pues mi hija se puso a llorar y me dijo que así no quería que le comprara ropa, que no quería que yo sufriera tanto para tener ella ropa (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019, corchetes míos).

Ya cuando vienes después de muchos eventos y que tus pies, mira, la energía, el que vuelvas a tener como la pila lo puedes hacer tomándote un café, una Coca-Cola, un Red Bull, comiendo bien, la energía pues tratas como de mantenerla arriba después de dos o tres eventos, de estar parada, de estar bailando, pero hay un momento en el que tus pies ya no responden, si tus zapatos, por ejemplo, una vez que te los quitas no hay forma después de un cierto cansancio, de mucho tiempo de estar parada, si tú te quitas esos zapatos ya no te los puedes volver a poner, porque están demasiado cansados tus pies y demasiado hinchados para poder volver a entrar en los zapatos que traías entonces, eso sí es un impedimento, que a lo mejor no es tan energético, pero pues ¿ya qué haces? Si te quitas los zapatos y ya no volvieron a entrar tus pies en esos zapatos porque la sangre de tus pies pues obviamente esta todo el tiempo ahí y llega un momento en el que los quitas y como se dice vulgarmente se desparrama y ya no hay fuerza en el mundo que pueda lograr que entren esos zapatos otra vez (Ollin, 40 años, 15 de experiencia, 2019).

Collage de imágenes 3. Jornada de trabajo y tacones altos



Imágenes creadas por las propias trabajadoras que muestran el papel de los zapatos en la realización de la actividad y en las condiciones de trabajo.

Fuente: imágenes obtenidas de redes sociales Imágenes obtenidas entre 2019 y el 2020 de las páginas de facebook de las informantes y de las siguientes páginas: “En la cara no porque soy edecán” y en “Lo que callamos las edecanes”:

<https://www.facebook.com/EnLaCaraNoPorqueSoyEdecan.>

<https://www.facebook.com/Lo-que-callamos-las-edecanes-549627361878149.>

Relacionada a las reglas de ornamentación que establece la actividad, las trabajadoras narran que su piel, su cabello, sus pestañas, sufren daños considerables por el constante uso de maquillaje, de pinzas o tenazas que calientan y queman el cabello, así como por el hecho de que constantemente les pega el sol durante sus trabajos en espacios abiertos y eso maltrata su piel.

También está la cuestión sobre el papel que tiene el cliente durante la realización del performance laboral, es decir que de las condiciones en las que éste se lleve a cabo van a depender las decisiones que tome, la vigilancia y las reglas informales que el propio cliente vaya estableciendo al calor de la realización del trabajo. Como se ha mencionado, la duración de la jornada laboral por lo regular es de cuatro horas, así que en esta actividad cada segundo cuenta, por lo que el cliente espera que la edecán trabaje intensamente durante toda la jornada. Algunos de ellos pueden exigirles que animen las cuatro horas sin parar, otros pueden otorgarles diez minutos de descanso a la mitad de la jornada, otros esperan que ni siquiera vayan al baño y si lo hacen que no tarden más de cinco minutos porque, como se ha dicho, “cada minuto cuenta”. Se espera que ellas pongan todo de sí durante esas cuatro horas de trabajo.

Cuestiones como los horarios de comida también dependen mucho de la lógica de la jornada laboral y de la “buena voluntad” del cliente. Por ejemplo, si son cuatros horas de trabajo, normalmente desayunan en su casa y regresan a comer, o comen algo después de la jornada laboral, algunos clientes también suelen ofrecerles comida en algún momento dentro de la jornada, especialmente cuando están promocionando un negocio en el que venden alimentos. Otros clientes pueden no ofrecerles absolutamente nada. El consumo de agua para ellas es algo importante por el hecho de que pueden pasar muchas horas bailando o de pie bajo el sol, por lo que requieren estarse hidratando constantemente; el agua es algo que también corre por su cuenta. En ese sentido comentan como luchan entre procurar bailar, hidratarse y no ir mucho al baño pues requieren pedir permiso para realizar esa acción:

Generalmente nos dan trabajos de cuatro horas, [...] (en esas horas tenemos) dos veces [para] ir al baño, que es muy pesado porque como bailas, si estas bailando tomas mucha agua, entonces tienes que ir al baño rápido, es rápido porque aparte los gerentes o las personas que están contratando el evento se molestan si te tardas mucho en el baño, para ellos es tiempo perdido, te pagan por hora, entonces tienes que ir rápido a hacer de la pipi o del baño súper rápido salirte y otra vez animar, o cuando estás en tu periodo tienes que avisar y decir jaye pues estoy en mis días, ¿me puedes hacer el favor de darme un poquito más de tiempo de ir al baño?! y ya te ayudan las mismas personas de la agencia, te van ayudando (Ameyal, 31 años, 6 de experiencia, 2019, corchetes míos).

La agencia si te da una media hora para que comas y descanses o una hora dependiendo de lo largo que sea el evento, he estado en eventos hasta de once horas, entonces sí, a veces me dan una hora o me dan el desayuno que es media hora y la comida que es una hora, pero dependiendo de lo largo que sea el evento. Cuando son cuatro horas, por ejemplo, te dan diez minutos para que comas algo o para que te sientes y descanses tantito [...]. Hay agencias que sí son muy lindas y te llevan algo de comer y hay agencias que de plano te dicen que no, que eso corre por tu cuenta (Nenet, 35 años, 9 años de experiencia, 2019, corchetes míos).

Eventualmente, si trabajan para alguna agencia o red de contratación los representantes pueden acudir al lugar del evento para preguntar si la trabajadora requiere algo, pero también para comprobar si está cumpliendo efectivamente con la jornada de trabajo, si necesita agua o preguntarle cómo está. Pero, de acuerdo a las narrativas, esto es infrecuente y realmente las agencias solo esperan que al finalizar la actividad el cliente les informe si quedaron satisfechos con el trabajo de la edecán o no y que les paguen. El único mecanismo por parte de los contratistas para controlar a la trabajadora durante el proceso de trabajo es que esta les envíe una fotografía tanto al empezar la jornada como al terminarla para asegurar que haya cumplido los horarios estipulados en el contrato o en el acuerdo bajo palabra. Como hemos señalado esto también es variable entre las agencias: unas pueden ser más rígidas con los procesos de control de las trabajadoras, otras

simplemente dejan que la trabajadora se responsabilice de todo lo relacionado con el proceso de trabajo. Una entrevistada lo expresó de la siguiente forma:

Ni siquiera te van a ver, ellos como agencia, los que te pagan a ti, ni te van a ver en todo el día, hay algunos chicos que sí, algunas agencias que sí te van a ver, te llevan, están contigo, te llevan tu agüita, pero hay agencias que no, tú llegas, te tomas tu foto, te dicen con quién te vas a presentar, trabajas y terminas, mandas tu foto de que terminaste y párale de contar, mandas tu número de cuenta, te depositan y ya, ellos no meten ni las manos (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

Por último, es importante resaltar la cuestión de la falta de protección que existe en relación al cuidado de la seguridad de las trabajadoras en lo que concierne a evitar situaciones que de hecho en la propia actividad se normalizan, como la posibilidad permanente en la que se encuentran de sufrir algún tipo de agresión sexual por parte del público, es decir que se toquen sus cuerpos sin su consentimiento o que directamente sean acosadas durante periodos prolongados y que, incluso en estas situaciones, ellas tengan que generar estrategias para alejar a los individuos con cortesía, por el hecho de que no existan personas encargadas de garantizar la seguridad de la trabajadora:

[...] entonces de eso siempre que el morbosillo, el güey que se quiere pasar de lanza (que quiere abusar de la situación), generalmente hay mucho de eso. En eventos en la calle es muy común, a mí si te digo cuántas veces me han enseñado el pene, se bajan el pantalón enfrente de ti (Nenet, 35 años, 9 años de experiencia, 2019, corchetes míos).

En ese sentido, la intención fue mostrar que las condiciones en las que realizan el trabajo las edecanes son altamente precarias, dado que no existen las condiciones adecuadas para que la puedan realizar sin el menor riesgo posible, pone en entredicho su

bienestar físico y emocional por la condición interaccional del trabajo, y porque los propios instrumentos de trabajo son delegados a las edecanes descargando a las agencias de invertir en la infraestructura necesaria dentro del trabajo.

Collage de imágenes 4. Control y condiciones de trabajo



Nota: Imágenes humorísticas con las que las trabajadoras expresan el control laboral y las condiciones de trabajo durante la realización de la actividad.

Fuente: Imágenes obtenidas entre el 2019 y el 2020 de las redes de las informantes y de las páginas de Facebook, "En la cara no porque soy edecán" y "En lo que callamos las edecanes":
<https://www.facebook.com/EnLaCaraNoPorqueSoyEdecan>
<https://www.facebook.com/Lo-que-callamos-las-edecanes-549627361878149>.

3.7 Formas de resistencia en el trabajo

En el capítulo anterior propuse que frente a la flexibilización y la precarización del trabajo, las edecanes han generado estrategias para obtener mejores ingresos y un mayor número de eventos al margen de las agencias formales de contratación. Al hacerlo han favorecido la informalización de la actividad al establecer acuerdos con los clientes de forma individualizada. Este proceso se ha podido llevar a cabo debido, en buena medida, gracias al avance de las tecnologías, especialmente la posibilidad de acceder a un teléfono móvil y a aplicaciones como el WhatsApp que les facilita encontrarse de manera colectiva en un mundo virtual. En este sentido, esa aplicación es utilizada para mantenerse en contacto tanto con agencias formales como con redes de contratación informal y entre ellas quienes suelen informar sobre eventos que se van a llevar a cabo.

En este apartado ahondo respecto a cómo las edecanes utilizan esas plataformas tecnológicas no solo para enterarse de diferentes ofertas de empleo o conectarse con diferentes contratistas y clientes, sino para protegerse tanto de las agencias de contratación como de clientes e incluso, de las propias edecanes de posibles abusos laborales. Como hemos visto a lo largo del capítulo, la actividad es caracterizada por la casi total desvinculación de los contratistas en lo que respecta a los aspectos involucrados en el proceso de trabajo, por lo que las edecanes generan estrategias para crear las condiciones que posibiliten realizar la actividad de la mejor manera y con el menor riesgo posible.

En esta tesis entendemos como resistencias de las edecanes al conjunto de acciones y estrategias que ponen en juego para sortear problemas cotidianos en su actividad laboral. Empleamos por ello la noción de resistencia en el sentido en que la propone Scott (2007: 44), es decir, como una infrapolítica de los grupos subordinados en los que se construyen discursos ocultos que subvierten simbólicamente la dominación y que, en coyunturas específicas, se tornan discursos públicos. Siguiendo ese razonamiento, las resistencias de las edecanes no deben entenderse como acciones organizativas clásicas de los contextos laborales, crear un sindicato por ejemplo, sino como acciones y estrategias puntuales que,

por un lado, permiten hacer emerger un descontento a través del chiste o la ironía (como puede verse en varias imágenes de esta tesis que las edecanes elaboran y suben a las redes sociales), el uso del rumor o de la “quemada” para denunciar prácticas nocivas en las situaciones de trabajo, así como la comunicación recurrente entre ellas para apoyarse en diferentes problemáticas. En ese sentido, las resistencias de las edecanes son expresión de su capacidad de agencia.

Una de estas estrategias identificada es la que construyeron para asegurar que los contratistas cumplan con el acuerdo laboral que, como se ha mencionado, la mayor parte de las ocasiones es bajo palabra. A través de los grupos de WhatsApp es como frecuentemente las edecanes denuncian a las agencias que tardan en pagarles o no les pagan; en esos grupos las trabajadoras fungen colectivamente como mediadoras entre la edecán que lanza la denuncia y la agencia o red de contratación; intervienen presionando para que se pague por el trabajo realizado. Los contratistas se sienten obligados por el reclamo colectivo que a veces también llega a ser público cuando las edecanes utilizan directamente sus perfiles de Facebook para realizar las denuncias, lo que facilita que el contratista por el “quemón público” cumpla con retribuirle a la edecán; como atestigua una de las entrevistadas:

Tenemos varios grupos y de los varios grupos a lo mejor está la gente que ya es más conocida en el medio y a veces dice: no me pagó una persona, entonces ¿qué agencia no te pagó?! ¡Pues tal! Entonces agregamos a la agencia y decimos, ¿por qué no le pagaste?, ¡no pues porque se hizo güey dos horas!, ¡sí pero, en ese momento se dice, ahorita le tienes que pagar! Entonces somos tipo mediadoras para quedar en un acuerdo y que las dos partes queden bien. Y ya cuando es cuestión legal pues sí hay personas que se dedican a tener abogados y te guían en el grupo los abogados, gratis, entonces pues ya a las chavas les van diciendo que tienen que hacer si es una cuestión legal (Yohualli, 30 años, 10 de experiencia, 2019).

Frente a la incertidumbre que implica trabajar con acuerdos bajo palabra y la dificultad de recurrir a instancias formales para dirimir los abusos laborales, las edecanes han generado estrategias posibilitadas por el internet y las redes sociales que, al menos, representan una posibilidad tanto de que se pague por la labor que realizan como de protegerse de ciertos abusos de las agencias y clientes. Como se mencionó en el primer capítulo, el problema con los pagos es una constante en esta actividad, por lo que utilizar sus perfiles en las redes sociales para hacer denuncias ha resultado ser una alternativa no convencional pero efectiva para exigir a las agencias que cumplan con los acuerdos laborales.

Aunque la intención inicial de estos grupos era mantenerse conectadas entre edecanes para informarse de los diferentes eventos emergentes y socializar de ese modo ofertas de trabajo, paulatinamente a los grupos también fueron añadiéndose representantes de agencias, redes informales y a veces clientes que piden directamente la actividad, por lo que en los grupos no solamente se vierten las denuncias por parte de edecanes sino que son también espacios virtuales en los que los propios contratistas denuncian, cuando es el caso, a trabajadoras incumplidas, que no llegan a los eventos comprometidos o que no se parecen a la foto que envían para ser contratadas. Como se indica en los siguientes extractos:

Ya si la chica no llegó, también se puede quemar a la gente con foto y todo, ya el de la agencia nos dice que tal chica no llegó, entonces la quemo y ya obviamente uno la piensa, por ejemplo, a mí si me sale algún evento que me pidan alguna chica y ya les recomiendo a alguien o a lo mejor y yo pido y me manda a esa chica que quedó mal, pues no la voy a llevar porque sé que a lo mejor me vaya a hacer lo mismo. Así que todos estamos en comunicación (Nenet, 35 años, 9 años de experiencia, 2019).

Ya nos conocemos entre nosotras quienes son las flojas, o hay niñas que se la pasan en el celular todo el día, están trabajando y están en el teléfono, hay chicas que se la pasan tomándose fotos todo el evento o transmitiendo en vivo,

entonces obviamente al cliente sí le molesta porque está pagando por un servicio y no es barato, entonces, si ya uno sabe que eso no lo debes hacer y que debes ir a trabajar lo mejor posible, finalmente el cliente sí se queja (Ameyal, 31 años, 6 de experiencia, 2019).

De esta manera, las edecanes configuraron en la virtualidad mecanismos de denuncia y negociación grupales a través de los cuales se controlan socialmente tanto entre ellas como a las agencias e incluso también a clientes, quienes son “quemados” por diferentes tipos de abusos laborales y por tanto tienen la posibilidad de que las trabajadoras decidan no responder a sus ofertas de empleo:

Yo por ejemplo mando o me mandan joye, qué crees, ¡tomé tú número de tal grupo!, o ¡me gusto tú foto de perfil y me gustaría que vinieras a mi evento! Y así de ¡A ver, pláticame quién eres!, pero pues ya sabes te pueden inventar mil cosas a través del teléfono, entonces, ya anotas el número, y ya subes ¡oigan alguien conoce a esta persona! Y ya te dicen ¡Sí ya he trabajado con él y todo bien!, tanto eso como ¡no, ese señor es súper morboso, solo te quiere estar agarrando! O ¡no nos pagó!, o sea y ya, te van quemando, los va uno guardando en WhatsApp y ya no, ya cuando te proponen algo o cuando ellos suben (ofertas de) trabajo pues ya no te postulas. Ya se conoce más, ya es un poquito menos cerrado que antes (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

Collage de imágenes 5. Relación con las agencias



Nota: Imágenes con las que las edecanes expresan su sentir en relación a las diferentes situaciones con las agencias

Fuente: Imágenes obtenidas entre el 2019 y el 2020 de las redes de las informantes y de las siguientes páginas: “En la cara no porque soy edecán”, Lo que callamos las edecanes” y “Demostradoras con experiencia”:

<https://www.facebook.com/EnLaCaraNoPorqueSoyEdecan>

<https://www.facebook.com/Lo-que-callamos-las-edecanes-549627361878149>

<https://www.facebook.com/DemostradorasConExperiencia>

Se puede sugerir, en ese sentido, la existencia de resistencia entre las edecanes a la explotación y la subordinación, en tanto, la imagen que las agencias procuran incentivar en ellas como “amables” y subordinadas a las reglas del campo, no se compara con cómo han logrado defenderse, creando un espacio a nivel micro político, de los abusos laborales frente a un trabajo fuertemente segmentado al incentivar una arena de disputa para sabotear a las agencias y clientes, así como defenderse de diferentes formas de acoso.

3.8 Conclusiones del capítulo 3

En este capítulo fueron abordadas el conjunto de relaciones implicadas en la construcción del proceso de trabajo de las edecanes. Pudimos observar que ese proceso se caracteriza por poner en juego, durante su realización, los capitales corporales, estéticos, emocionales y performativos que poseen y desarrollan las trabajadoras a lo largo de sus trayectorias laborales. Estos traspasan en múltiples *reglas de exhibición* (Humphrey, Ashforth y Diefendorff, 2015; Hochschild, 2003; Maanen, 1999) algunas formales, como es el caso de las ornamentales y corporales, y otras informales como son las emocionales y performáticas que se aprenden viendo a otras edecanes durante la actividad.

Se buscó mostrar cómo es que estos capitales puestos en juego dentro del campo se convierten en los instrumentos de trabajo que en conjunto pretenden producir una interacción simbólica que se objetiviza en un tercero, el consumidor, y que tiene la finalidad de exaltar los estados emocionales y subjetivos para incentivarlo a comprar algo, o a asociar esa emoción con una marca.

En ese sentido, los instrumentos de trabajo son tanto materiales —la corporalidad de la trabajadora, su ornamentación corporal— e inmateriales —la emocionalidad que es capaz de transmitir y regular, sus habilidades interaccionales— todas ellas funcionan como significantes y dan lugar a un *performance laboral* (Nieto, 2017: 40) que con la integración de todos estos elementos simboliza un *performance* de género que pretende exaltar la

emocionalidad de los consumidores a través de significantes sobre las convenciones sociales de la *feminidad erótica* (Lagarde, 2015: 137). Dicha feminidad se expresa en las reglas de ornamentación corporal —vestuarios muy ceñidos que exalten la sexualidad de la trabajadora— en la corporalidad exigida para los diferentes segmentos de trabajadoras —voluptuosidad, delgadez— y en las reglas de exhibición emocional —amabilidad, disposición, erotismo, ternura. Es decir, la actividad perpetua la feminización del cuerpo y las emociones de las mujeres con las diferentes reglas que establece para su realización.

Asimismo, al analizar la actividad desde la perspectiva del proceso de trabajo fue posible conocer cada fase de la realización del mismo, lo cual es relevante para la comprensión integral de los diferentes momentos que son importantes para que la actividad laboral pueda realizarse. En la actividad del edecanaje, las fases implican momentos que no se reducen a la jornada laboral pero que están completamente asociadas a la misma, como el hecho que las trabajadoras requieren tiempo extra fuera de las jornadas laborales no solo para ornamentarse sino para mantener la corporalidad exigida por los empleadores mediante *trabajo corporal* (Wolkowitz, 2006: 17) incorporado a través de diferentes *aparatos disciplinarios* (Foucault, 1996: 141) como es el ejercicio en gimnasios, dietas, la aplicación continua de diferentes productos corporales, entre otros.

En cuanto a la discusión sobre la prevalencia del performance sobre lo emocional, se logró ubicar la relevancia de ambas dimensiones para la actividad. En cuanto al trabajo emocional, se encontró que se presenta al menos de tres formas: el trabajo que realizan para incentivar las emociones de los consumidores, el que realizan sobre sus propias emociones frente a tratos despectivos y de acoso que son frecuentes en esta actividad y las *actuaciones profundas* (Hochschild, 2003: 35) que deben invocar sobre sí mismas para que el performance laboral tenga la mayor credibilidad posible y así ganar posiciones dentro del campo del edecanaje como trabajadoras que “saben hacer su trabajo” frente a otras que lo hacen “de mala gana”, con *actuaciones superficiales* (Hochschild, 2003: 33).

En ese sentido, también fueron indicadas las relaciones laborales con los consumidores que tienen sus especificidades según la interacción se establezca con hombres o mujeres pero que en términos generales es de estigma hacia la actividad.

Por otro lado, se encontraron ciertas especificidades del trabajo como una actividad *plurilocalizada*, es decir, que no tienen lugares fijos de realización, es un trabajo *itinerante* dado que implica la movilización de las trabajadoras a lo largo de la ciudad e incluso en diferentes partes de la república, y también es *discontinua* dado que existen temporadas en las que son frecuentemente contratadas y temporadas en las que no consiguen ser empleadas para ningún evento. Por otro lado, fue interesante encontrar que incluso en estos trabajos flexibilizados y temporales, que en apariencia no requieren de la permanencia de las trabajadoras, siempre existen regularidades, en tanto las edecanes generan permanencia (real y virtual) tanto con las agencias como con los clientes. En ese sentido la temporalidad es una ficción del contrato de trabajo para no responsabilizarse jurídicamente de las trabajadoras que finalmente terminan trabajando para ambas figuras durante periodos prolongados.

Fueron también señaladas en este capítulo las condiciones laborales que pueden ser perjudiciales para las trabajadoras y que se posibilitan por las exigencias estéticas de la actividad, por la falta de infraestructura básica en algunos casos para que puedan realizar el performance laboral en las mejores condiciones posibles, así como por las interacciones que se generan con los diferentes integrantes del proceso de trabajo como son clientes, público y consumidores.

Por último se abordó como las edecanes han logrado crear una arena de disputa con los dueños de agencias, redes informales y clientes con el fin de evitar ciertos abusos laborales como son la falta o retraso de pagos y el acoso sexual. Por tanto las trabajadoras toman acciones concretas para manifestar, a nivel micro-político y dentro de un marco acotado de posibilidades, condiciones que puedan beneficiarlas tanto a ellas individualmente como al colectivo laboral.

CAPITULO 4. SIMBOLOS Y SIGNIFICADOS ASOCIADOS A LA ACTIVIDAD DE LAS EDECANES

4.1 Introducción

Una vez que analizamos en el segundo capítulo cómo es que se organiza el trabajo al interior de las agencias de una forma segmentada y estratificada de acuerdo a determinados capitales físicos, emocionales, interactivos y performáticos que las edecanes poseen, y después de que en el tercer capítulo mostramos cómo se lleva a cabo el proceso de trabajo a través de diferentes performances laborales de acuerdo a las características del público y las necesidades de los clientes, en este capítulo la atención está puesta en mostrar cómo en la organización segmentada del trabajo, en las relaciones laborales y en el perfil de las trabajadoras se expresan pautas culturales que tienen justificación en estructuras de orden simbólico más amplias, que organizan las relaciones sociales y que la actividad del edecanaje utiliza, reproduce, puntualiza, detalla, y busca que las trabajadoras representen de la mejor manera posible para lograr vender un conjunto amplio de mercancías o servicios y en la organización de eventos.

La actividad de las edecanes se recrea a partir de estructuras sociales y esquemas de apreciación y percepción (Bourdieu, 2012: 200-201) de la representación de lo femenino que la agencias articulan tanto en el proceso de trabajo como en las actividades orientadas a reclutar a las trabajadoras y al clasificarlas para realizar las diferentes actividades a las que se dedican. Específicamente, los elementos del discurso de saber- poder (Foucault, 2005). dominante sobre la feminidad —es decir sobre cuáles son las características tanto físicas como de comportamiento que socialmente se consideran adecuadas para ser una mujer aceptable— se recrean y personifican en este trabajo.

El concepto de representaciones sociales que conviene adoptar en esta tesis es el formulado por Serge Moscovici, para quien una representación social es “una modalidad particular de conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la

comunicación entre los individuos” (Moscovici citado en Mora, 2002: 7). Esa noción está en la línea de discusión del interaccionismo simbólico a la que nos referimos en el primer capítulo, por lo que su utilidad radica en que facilita asumir que las ideas y saberes que circulan en la sociedad tienen efectos en el comportamiento de las personas, independientemente si esas ideas o saberes están fundados o no. La construcción de representaciones sociales está vinculada, en consecuencia, a los discursos de saber poder (Foucault, 2005) y a los *habitus* (Bourdieu, 2007), por lo que funcionan como estructuras de conocimiento que orientan la acción de personas y grupos.

Las estructuras de representaciones sociales operan en todos los ámbitos de la sociedad, es decir, son una realidad que se origina antes y desde afuera del ámbito laboral pero que en el caso de la actividad del edecanaje, esa realidad constituida como discurso tiene efectos en las formas en que se concibe y opera la representación dominante sobre qué es la feminidad. De esa forma, las representaciones sociales contribuyen a configurar un microcosmos social en el que se manifiesta una de las formas, socialmente considerada correcta, de la expresión de lo femenino.

Esas estructuras son recreadas en diferentes ámbitos de las interacciones cotidianas, son estructuras históricas de la división entre lo masculino y lo femenino (Bourdieu, 2000), propagadas por instituciones disciplinarias y reproductoras del orden social (Foucault, 1996) como es el mundo de la industria de la moda, la cosmética, y los medios de comunicación masivos.⁷³ En esos ámbitos, tanto estructuras como instituciones juegan un papel fundamental en la construcción de la ocupación de las edecanes pero no forman parte del campo sino que son capaces de ejercer un poder —entendido en el sentido de estructurar el campo de acción de acuerdo a las representaciones sociales— a través de discursos y tecnologías políticas que disciplinan los cuerpos con la finalidad de “normalizar” y “naturalizar” la existencia de los sujetos (Muñiz, 2011: 24). Autoras como

⁷³ Un ensayo de Soley-Beltrán (2015), quien conoce en primera persona el modelaje y los medios de comunicación masiva, muestra la imbricación entre los aspectos de la moda, la cosmética, la construcción social de la belleza y los medios de comunicación para definir, críticamente, cuáles mujeres pueden ser “modélicas”.

Muñiz (2015, 2011,2010) señalan la capacidad que tienen los medios de comunicación masiva en la producción de significado a través de las imágenes.

Lindón (2012), a propósito de la lectura de la geógrafa Kirsten Simonsen, enfatiza que no existe nada en el mundo social que no esté antes que las prácticas: “ni la conciencia, ni las ideas, ni los significados, ni las estructuras, ni los mecanismos, ni los discursos, ni las redes, ni los acuerdos” (Lindón, 2012: 705). Es por ello por lo que asumimos en esta tesis que las interacciones sociales dadas y construidas bajo los esquemas de una división sexo genérica pueden tener una existencia anterior a los discursos y representaciones difundidas por los medios masivos de comunicación, pero estos últimos los consolidan, los amoldan y los repiten una y otra vez, enfatizando y legitimando su existencia social. En ese sentido, estructuras, prácticas y discursos sobre la división sexo genérica son utilizadas y reinterpretadas en el campo en el que se ubica la actividad de las edecanes.

En función de los elementos indicados, el análisis que presento en este capítulo considera la actividad de las edecanes a partir de la noción de *campo* (Bourdieu en Bourdieu y Wacquant, 2005). Como se indicó en el primer capítulo, *campo* es un concepto de utilidad en tanto facilita la comprensión respecto a cómo los sujetos se movilizan en el espacio social al participar en microcosmos sociales que tienen sus propias reglas, sus códigos de entrada y permanencia, sus mecanismos de posicionamiento y sus propias jerarquías, donde los sujetos realizan sus prácticas y movilizan sus capitales.

Al asumir el espacio de trabajo de las edecanes como un campo, identificamos cuáles son sus propias reglas, cómo se expresan en mandatos para sus participantes y cómo contribuyen a generar discursos y a poner en juego representaciones sociales que orientan sus prácticas. Dentro del campo participan tanto las agencias de edecanes como las agencias de modelos, los gestores de la actividad, así como las edecanes, las modelos y los propios clientes. Los elementos que tienen influencia decisiva en el campo, pero que no forman parte de él, son la industria de la moda, la publicidad y los medios de comunicación, principalmente. Defino a la actividad de las edecanes dentro del campo que incluye a las modelos junto con el de las edecanes y animadores debido a que ahí se movilizan gustos,

preferencias, habilidades y percepciones que conjuntan a las trabajadoras para que sea posible la actividad. El campo funciona como un microcosmos social en el cual se movilizan diferentes representaciones, significados y símbolos provenientes de la vida social y que en su interior son fundamentales para realizar el trabajo, no solo como una escenificación (Goffman, 2001) sino como una experiencia laboral en el que intervienen las emociones (Hochschild, 2003).

4.2 Dimensión simbólica en el campo de la actividad laboral

En este apartado utilizo dos concepciones importantes consideradas en las discusiones sociológicas y antropológicas que enfatizan aspectos relevantes para comprender cómo se ha constituido la relación entre lo femenino y lo masculino, lo cual es de interés para explicitar las lógicas del funcionamiento de las representaciones sociales de la feminidad en el trabajo de las edecanes. Desde la perspectiva antropológica, ello se ha analizado etnológica y etnográficamente mediante distintas asociaciones simbólicas de pares de oposiciones anclados en las realidades físicas, como son las corporales y sus cualidades perceptibles: *caliente / frío, húmedo / seco* y, a partir de la división sexual del trabajo, presente en todas las sociedades y anterior al capitalismo (Héritier, 1996). Por su parte, desde una perspectiva sociológica estas oposiciones se instituyen e intensifican principalmente con la división sexual del trabajo social (Heritier, 1996: 229). Aunque estas dos perspectivas no se excluyen mutuamente, enfatizan cuestiones distintas sobre la construcción histórica de la dominación masculina. La intención es, por lo tanto, enfatizar tanto los aspectos materiales como los simbólicos que constituyen las relaciones de subordinación entre los sexos, pues no se puede esperar su trascendencia sin la consideración de ambos: tanto de la subordinación que emerge de la diferente y desigual participación en los ámbitos productivos como de la dominación que se presenta y legitima bajo la forma de representaciones sociales y prácticas simbólicas.

La actividad laboral de las edecanes es un caso importante de estudio al respecto, en tanto permite observar con claridad cómo influyen las estructuras simbólicas entre lo femenino y lo masculino fuera de los ámbitos clásicos analizados por los estudios feministas —el ejercido en la unidad doméstica en dónde las mujeres reproducen a las sociedad ejerciendo la feminidad en el rol de madre esposas (Lagarde, 2015), por ejemplo— sino también en los ámbitos productivos a través de la representaciones simbólicas como mujer erótica (Lagarde, 2015). El edecanaje opera bajo construcciones de tales operaciones binarias que asocian a los hombres con el ámbito productivo y a las mujeres con el ámbito reproductivo, específicamente en el sexual reproductivo, por la alta carga erótico-emocional con la cual está construida y representada la actividad de las edecanes.

4.2.1 La construcción de las oposiciones binarias entre lo femenino y lo masculino

El análisis de las asociaciones simbólicas, de entre quienes retomo a Hérítier (1996), a Bourdieu (2000) y a Godelier (2011), surge de investigaciones antropológicas que enfocan su análisis a las formas de clasificación a partir de las cuales los seres humanos construyen su sentido sexual y genérico en diferentes sociedades, tanto con estructuras sociales simples, premodernas o no capitalistas, como de sociedades contemporáneas.

La perspectiva simbólica que explica la relación de subordinación de las mujeres, tiene como objetivo adentrarse a los motivos que suscitan la división del trabajo, en primer lugar, es decir, procura no dar por sentada que esta división se debe solamente a las diferencias materiales, como son las biológicas y las fisiológicas, sino también a las distinciones simbólicas basadas en estas. Bourdieu explica que “el orden social funciona como una inmensa máquina simbólica” (Bourdieu: 2000: 11) que encuentra relación en la diferencia anatómica entre hombres y mujeres, a partir de la cual construye toda la oposición simbólica entre lo considerado masculino o femenino. De ese modo, la vida social es constituida a partir de oposiciones binarias homologas que ubican al hombre con lo positivo, lo alto, lo público, lo recto, frente a la mujer asociada a lo negativo, lo bajo, lo

privado, lo curvo. Bourdieu afirma que la diferencia de los órganos sexuales aparece “como la justificación natural de la diferencia socialmente establecida entre los sexos, y en especial de la división sexual del trabajo” (Bourdieu, 2000: 11).

De acuerdo con ese autor, “esta diferencia social construida se convierte en el fundamento y en el garante de la apariencia natural de la visión social que la apoya, se establece una relación de causalidad circular que encierra el pensamiento en la evidencia de las relaciones de dominación” (Bourdieu, 2000: 12). La perspectiva de ese análisis no es ahistórica, al contrario: dichas oposiciones simbólicas inconscientes solo pueden perpetuarse en el tiempo, a través de las prácticas de los sujetos que las producen y reproducen y también a través de las instituciones como son la familia, la Iglesia, la Escuela y el Estado (Bourdieu, 2000: 28).

De acuerdo con Hérítier (1996), las relaciones desiguales y de dominación entre los sexos puede ser explicada a través de la existencia de profundos anclajes simbólicos que necesitan ser develados a partir del estudio de sistemas de pensamiento que oponen en pares de oposiciones valores abstractos o concretos. Hérítier, que parte de la perspectiva estructuralista de Lévi-Strauss, explica que “todo en la naturaleza y en el mundo socializado guarda relación con una u otra de dos categorías oponibles: el calor y el frío y sus corolarios, lo seco y lo húmedo” (Hérítier, 1996: 124).

Esta diferencia traducida a un lenguaje binario y jerarquizado (Hérítier, 1996: 206) coloca del lado de los hombres el “enfrentarse, mirar a la cara, y en la postura correcta, demostración de rectitud” (Bourdieu, 2000: 23) frente a la sumisión femenina de quienes se espera se agachen, se sometan a posiciones curvadas, sean dóciles, sonrían, acepten interrupciones, bajen la mirada; de acuerdo a Bourdieu “como si la feminidad se resumiera en el arte de «empequeñecerse»” (Bourdieu, 2000: 24). De acuerdo con Hérítier, lo negativo asociado a la feminidad coloca a las mujeres del lado de lo irracional, de la indiscreción, de la charlatanería, de la falta de inventiva y creatividad, como lo opuesto a la intelectualidad y más cercanas a los impulsos, las pasiones, a la histeria. Indica la autora, en consecuencia,

la existencia de un discurso “menos negativo” que las describe como hogareñas, dulces, intuitivas, sensibles, tiernas y sumisas (Héritier, 1996: 206).

Héritier, sin embargo, plantea como hipótesis que la valencia diferencial entre los sexos como fenómeno universal puede ser explicada por “la expresión de una voluntad de control de la reproducción por parte de quienes no disponen de ese poder tan particular” (Héritier, 1996: 24), por lo que, como indica a modo de conclusión, “la apropiación del poder de fecundidad de las mujeres, poder vital para la constitución y la supervivencia de toda sociedad, y que se preocupa por el intercambio de las mujeres entre los grupos, se acompaña del confinamiento de las mujeres al papel maternal” (Héritier, 1996: 230).

No obstante, siguiendo a la misma autora, el control social de la fecundidad de las mujeres y la división del trabajo entre ambos sexos son, verosímilmente, los dos ejes de la desigualdad sexual. De allí que cuestionar la existencia de la actividad de las edecanes sea relevante para cuestionar hasta qué punto dichas actividades en su particularidad coadyuvan a perpetuar la desigualdad entre los sexos, basada en la todavía ideológicamente justificada división sexual del trabajo en la que claramente se establece esta actividad. La actividad es feminizada no nada más por la numerosa presencia de mujeres sino, sobre todo, por cómo se llevan a cabo las prácticas laborales asociadas a lo femenino, como son la representación erótico-emocional y los tratos corteses, cálidos y amables.

Esta breve discusión es de utilidad para los objetivos de la tesis no tanto para dar contexto histórico de cómo pueden explicarse las relaciones de dominación, sino porque considero que en la existencia de la actividad del edecanaje, podemos encontrar una de las más antiguas relaciones fundantes de lo social: la división sexual del trabajo, que permiten perpetuar la desigual relación entre los sexos, pues cómo indica Bourdieu, “las relaciones patriarcales de dominación se instituyen en las prácticas cotidianas que se inscriben en los cuerpos de hombres y mujeres como opuestos y complementarios, y así el resto de las cosas del mundo” (Bourdieu, 2000: 25). La actividad del edecanaje se constituye, de esa forma, como una construcción social que perpetua, en su especificidad, el histórico papel de las

mujeres en actividades reproductivas, sexuales mediante la feminización del cuerpo de las mujeres. Esta especialización de las mujeres en la vida social, corresponde a la división expresada del pensamiento dicotómico ordinario que clasifica a las mujeres dentro de los principios de la naturaleza, frente a los hombres clasificados dentro del principio del trabajo y la cultura. La naturaleza —opuesta al trabajo— implica que para las mujeres lo central es su cuerpo y su sexualidad ya que “la mujer con su vida social, como hecho de cultura da vida a los otros, los reproduce y los recrea” (Lagarde, 2015: 89). De acuerdo a Lagarde, las posibilidades de vida de las mujeres se estructuran en torno a un conjunto de elementos:

- i. Un cuerpo vivido, sexuado y sexual, asiento de una vida organizada en torno a la sexualidad;
- ii. Una sexualidad maternal y una vida reproductora, organizadas en torno a un cuerpo procreador de otros, como opción positiva;
- iii. Una sexualidad erótica y una vida reproductora, organizadas en torno a un cuerpo erótico para otros, como opción negativa; se genera así una servidumbre erótica de las mujeres (Lagarde, 2015: 145).

De acuerdo con Basaglia “el cuerpo femenino ha sido central en la definición histórica de la condición de la mujer” (citada en Lagarde, 2015: 78) por sus capacidades reproductoras de la vida de los otros. Esto, de acuerdo con Basaglia posiciona a la mujer en un ser-para-los-otros, o ser de otros, estar constituida por los otros. De esa forma la sexualidad tanto erótica como reproductiva se vuelve el eje de la experiencia vivida por parte de las mujeres y de ahí se constituye esta supuesta natural división del trabajo que perpetúa las relaciones de opresión. De ese modo, cuerpo y sexualidad tanto reproductiva como erótica (ambas de forma escindida) se constituyen como el eje de la vida social en la experiencia de las mujeres “cautivas de sus afectos y de su cuerpo, que son evidencia, signos y concreción de su carencia de poder que, por su exclusión y por especialización genérica, la sociedad les inculca” (Lagarde, 2015: 146). En ese sentido, el cuerpo y la sexualidad de las mujeres también son los ejes a partir de los cuales se estructura su opresión y su dependencia: “son los elementos que tienen las mujeres para dar a los

hombres y a los otros, y así relacionarse con ellos” (Lagarde, 2015: 171) ya que “lo común, lo esencial para las mujeres, en las más diversas sociedades, el eje de la vida social, de la feminidad y de la identidad femenina es la sexualidad para otros” (Lagarde, 2015: 89).

Las mujeres así definidas, “encuentran fundamento a su sometimiento en sus cuerpos, pero también su cuerpo y su sexualidad son el núcleo de sus poderes” (Lagarde, 2015: 170), sin embargo, en la relación entre los sexos “al hombre le ocurren cambios de crecimiento, pero a la mujer le ocurren cambios cualitativos con y en su cuerpo. Lo social no ocurre fuera del cuerpo, como en el hombre, sino que la mujer es social, real y simbólicamente, en y a partir de su cuerpo vivido” (Lagarde, 2015: 68).

Esta discusión es relevante para la investigación sobre el trabajo de las edecanas, ya que el eje vertebrador de su actividad laboral es tanto el cuerpo como las disposiciones emocionales que requieren estas mujeres para llevar a cabo su actividad. En esa se expresan los principios generadores de la opresión sexual de las mujeres: la división del trabajo sustentada en representar, presentar y actuar a las mujeres mediante su cuerpo y la exaltación de su sexualidad. Como indica Lagarde: “la sexualidad femenina tiene dos aspectos vitales: uno es el de la procreación y otro es el erotismo. Estos ámbitos de la sexualidad son la base de la especialización sociocultural de las mujeres” (Lagarde, 2015: 172).

Por ello, Lagarde en *Los cautiverios de las mujeres*, importante texto de teoría antropológica y de riqueza empírica en los estudios feministas y de género, explica cómo se construyen los cautiverios en los que viven las mujeres arrebatándoles su condición de sujetas, a través de expropiarlas tanto de bienes materiales, como es su propio cuerpo o su sexualidad, como también de bienes simbólicos, “de su capacidad de intervenir creativamente en el ordenamiento del mundo” (Lagarde, 2015: 16).

Los estudios de corte principalmente estructuralista, como son los de Hérítier, Bourdieu y Godelier, fueron útiles para los temas de esta investigación en tanto permiten entender el marco general de las estructuras inconscientes del pensamiento ordinario y como ese opera bajo esquemas generales que organizan el mundo y orientan la acción. Sin

embargo, para comprender las relaciones más concretas, al menos las requeridas para explicar el problema de investigación del trabajo de las edecanas, fue necesario la revisión de autoras que estudiaron la condición de las mujeres desde una perspectiva más histórica y que —desde mi punto de vista— le dan predominancia al sujeto y no tanto al esquema explicativo. Esto es relevante para comprender los entretelones de las relaciones de género y cómo se expresan en la vida cotidiana, así como se las reapropia la actividad del edecanaje para convertirlas en procesos de trabajo. Discusiones como las que planteó en su momento Lagarde abrieron una ruta interesante, en tanto contribuyeron a asentar nociones sobre el género desde un punto de vista que facilita observar cómo se establecen las relaciones entre los sexos y la dominación de uno sobre otro.

Lagarde lleva a fondo esas definiciones y ofrece una explicación a partir de clasificaciones antropológicas que consisten en *estereotipos* respecto a las mujeres que conforman cautiverios en la vida social. Lagarde ha llamado cautiverios a “la expresión político-cultural de la condición de la mujer. Las mujeres están cautivas de su condición genérica en el mundo patriarcal” (Lagarde, 2015: 60). Esos cautiverios consisten en “especializaciones de ejes esenciales de la condición de la mujer, teóricamente excluyentes entre ellos” (Lagarde, 2015: 59). La autora teje más a detalle las categorizaciones, estereotipos o lo que ella puntualmente llama *cautiverios*, en los que se encierra a las mujeres de acuerdo con sus formas de estar y experimentar el mundo, es decir situaciones que describen formas diferentes y complementarias, aunque sumamente acotadas, de ser mujer.

Estas son definidas por la autora como *estereotipos exigidos socialmente* a las mujeres, mediante los cuales deben cumplir un deber ser femenino que produce una dependencia hacia instituciones y otros miembros de la sociedad, debido a la falta de libertad que produce la reproducción del cautiverio (Lagarde, 2015: 137-138). Así, el cautiverio está definido por la opresión que genera las concepciones dominantes y acotadas de las formas socialmente establecidas como correctas de ser mujer, pero al mismo tiempo, se sobrevive creativamente a la opresión a partir de la realización del cautiverio como expresión de la feminidad asignada a cada una de las formas concebidas

de ser mujer, aunque eso signifique “sufrimiento, conflictos, contrariedades y dolor, pero hay felices cautivas” (Lagarde, 2015: 60).

Lagarde define cinco tipos de cautiverios de las mujeres, los que retomé en mi investigación debido a que el trabajo de las edecanes consiste, como se ha explicado en los capítulos precedentes, en la representación de una de las especializaciones genéricas que describe la autora en su libro citado, que lleva como subtítulo *madre-esposas, monjas, putas, presas y locas*. En él describe, en primer lugar, el cautiverio de la *madre-esposa*. Aunque la condición genérica de todas las mujeres es su deber ser para los otros, o ser las cuidadoras vitales de los otros, en el caso de las madre-esposas es un cautiverio construido en torno a los esencialismos positivos de mujeres que realizan en su casa el trabajo doméstico reproductivo de los otros. Como puntualmente señala la autora, aquellas mujeres que en el lenguaje cotidiano son incorrectamente llamada *amas de casa* pues “la idea equívoca de dominio (ama), cuando en realidad se trata de un trabajo realizado en condiciones serviles” (Lagarde, 2015: 116), son quienes realizan el “trabajo doméstico que está en la base de la maternidad y la conyugalidad” (Lagarde, 2015: 116). Por ello, “ama de casa no debe ser utilizado como categoría, porque distorsiona las relaciones políticas y porque el trabajo que expresa ha sido inherente, hasta ahora, a la vez que invisible, a la situación de madresposa” (Lagarde, 2015: 116).

En esta tesis es de utilidad esta categoría debido a que la autora la contrasta y opone a la *mujer-erótica* que aquí detallaremos y que considero que en la actividad de las edecanes se utiliza como parte de lo que las trabajadoras deben performativizar durante los procesos de trabajo.

En ese sentido, “la sexualidad femenina escindida produce grupos de mujeres especializadas en aspectos de la sexualidad desintegrada”, por lo que “el erotismo es el espacio vital reservado a un grupo menor de mujeres ubicadas en el lado negativo del cosmos, en el mal, y son consideradas por su definición esencial erótica como malas mujeres” (Lagarde, 2015: 172). Aunque el erotismo aparece en la vida de todas las mujeres,

solo en el cautiverio de las mujeres eróticas está al servicio de dicho fin, en el resto aparece al servicio de la procreación.

La mujer-erótica es, por ende, la encarnación de la sexualidad prohibida frente a la encarnación de las madre-esposas buenas, deserotizadas y monógamas. El erotismo consiste en “la exaltación o inhibición de los impulsos libidinales. Tiene como base el ansia o excitación libidinal puesta de manifiesto en el sistema nervioso” y la libido se define como la “tendencia profunda, invencible y muchas veces espontánea, que empuja a un ser a apropiarse de la manera que sea de un elemento del mundo exterior, o de otro ser. Esta tendencia culmina en el desarrollo de la sexualidad” (Lagarde, 2015: 175).

Las mujeres que encarnan este cautiverio son nombradas a partir de la palabra “puta” que “es una categoría de la cultura política patriarcal que sataniza el erotismo de las mujeres, y al hacerlo, consagra en la opresión a las mujeres eróticas. Al mismo tiempo, “expresa a los grupos de mujeres especializadas social y culturalmente en el erotismo” (Lagarde, 2015: 411). De acuerdo al análisis de Lagarde, las mujeres que socialmente están cautivas en esta construcción social (e histórica) de la mujer erótica son:

Las amantes, las queridas, las *edecanes*, las modelos, las artistas, las vedettes, las exóticas, las encueratrices, [...] y desde luego, todas las mujeres son putas por el hecho de evidenciar deseo erótico, cuando menos en alguna época o en circunstancias específicas de su vida (2015: 411, cursivas mías).

Las otras tres definiciones sobre los cautiverios son importantes en tanto muestran las relaciones de sujeción y dependencia social en la que viven las mujeres. Las monjas, quienes siendo la negación extrema de la sexualidad muestran mediante su “renuncia al protagonismo y al beneficio directo de sus acciones”, el papel de las mujeres constreñido “para dar y darse a otros” (Lagarde, 2015: 63). Las presas quienes “concretan la prisión genérica de todas, tanto material como subjetivamente: la casa es presidio, encierro, privación de libertad para las mujeres en su propio espacio vital” (Lagarde, 2015: 63). Y por

último, las locas, quienes “actúan la locura genérica de todas las mujeres, cuyo paradigma es la racionalidad masculina. Pero la locura es también uno de los espacios culturales que devienen del incumplimiento y de la transgresión de la feminidad” (Lagarde, 2015: 63).

Para los fines de esta investigación, de los cinco cautiverios es el de la mujer-erótica el que concierne, en tanto la representación del trabajo de las edecanes simboliza, en reiteradas ocasiones, la encarnación social de dicho estereotipo de la vida social, que forma parte de los mecanismos de opresión de las mujeres y que en el capitalismo de los servicios es convertido en actividad laboral, para que a partir del uso erótico de las mujeres pueda realizarse una mercancía en el mercado.

La concepción sobre la construcción social de la feminidad en la forma de mujer-erótica fue central en esta investigación para comprender cuales son las asociaciones simbólicas manifiestas y latentes en la existencia de la actividad del edecanaje. La perspectiva de Lagarde es relevante porque la autora para construir su concepción sobre las diferentes construcciones sociales de feminidad —madre-esposas, putas, monjas, presas y locas— realiza un estudio empírico con cada uno de estos grupos que sintetizan los cautiverios en los que viven las mujeres. Esta forma de construir conocimiento y comprensión de la realidad ha sido útil en este trabajo en tanto me ha permitido comprender que a partir del estudio del gran campo laboral en el que se insertan las edecanes, pueden reconocerse las especializaciones sociales de lo que Lagarde denominó mujer-erótica. En mi perspectiva, en tanto el estudio empírico de Lagarde permite conocer que uno de los estereotipos de la mujer es el de objeto erótico, el estudio del campo laboral de las edecanes permite identificar la existencia de al menos cuatro categorías socialmente aceptadas de representar a la mujer erótica, pues el campo del edecanaje opera como un microcosmos que refleja lo que sucede en el terreno más amplio de lo social. Por lo tanto, a partir del estudio de la organización fragmentada, al interior de las agencias, para la realización del trabajo por parte de las edecanes y, al conocer cómo las edecanes son reclutadas —a partir de la selección de éstas según diferentes capitales simbólicos que poseen— podemos comprender la existencia de distintas representaciones de la mujer erótica, aspectos tratados en el siguiente apartado.

4.3 Representaciones de la mujer erótica en el campo laboral

La intención de retomar los estudios referidos sobre el estereotipo de la mujer-erótica es contar con elementos de la literatura que alumbren lógicas y dinámicas de contratación, segmentación del trabajo y las características del performance laboral, ya que destacadamente implican, para su realización, construcciones sociales sobre la feminidad. Enfatizar que esas representaciones sobre lo femenino son formas históricas y sociales construidas para comprender la realidad y darle sentido a las prácticas, nos permite considerar que estamos insertos en una estructura de dominación en donde las mujeres estamos en una situación desigual y de desventaja estructural. Los estereotipos sobre las mujeres operan constriñendo la capacidad de acción a formas sumamente acotadas de expresión para ganar aceptación y ciertas ventajas sociales en un mundo estructurado por relaciones de dominación masculina (Bourdieu, 2000). Las representaciones, sin embargo, solo son eso, no ideas concebidas de realidades objetivas; aunque los roles socialmente asignados a las mujeres estructuren su realidad y se expresen en acciones y en prácticas, posibilidades de vida y formas de integrarse al mundo, las mujeres, incluyendo a las edecanes, no son solo su representación social, en tanto el cumplimiento del rol no implica total sumisión o incapacidad de agencia. Por otro lado, es difícil determinar hasta qué punto se da el cumplimiento del rol estereotipado, hasta qué punto son *habitus* encarnados y hasta qué punto las mujeres pueden obtener ciertas ventajas de su cumplimiento que les permitan incluso ampliar su marco de acción.

Eso es muy claro para las mujeres que reconocen su belleza y comprenden que pueden utilizarla para ingresar a un trabajo, para relacionarse de determinadas formas, es decir, para sobrevivir creativamente aceptando y cumpliendo el rol socialmente asignado, lo que Hakim (2014) denomina capital erótico, una derivación de los planteamientos de Bourdieu sobre la tenencia de capitales y su uso estratégico en los campos y en el espacio

social.⁷⁴ Aunque esa aceptación esté sustentada en el cumplimiento del rol o estereotipo, y la ruptura con el mismo implicaría la pérdida de esas ventajas, el cumplimiento genera no solo sentimientos de aceptación o de haber ganado un lugar en el mundo, sino que las ventajas pueden ser también objetivas, como obtener mejores ingresos o relaciones sociales más satisfactorias.

Pero, desde mi perspectiva, el cumplimiento del rol no implica que la acción y la subjetividad de las mujeres se reduzcan solo al estereotipo, las mujeres poseen múltiples adscripciones identitarias que movilizan de acuerdo con el contexto, a la situación que experimentan en diferentes campos y en el espacio social. Con lo anterior quiero expresar que las edecanes pueden representar, dentro del proceso de trabajo, a la mujer erótica de formas efectivas, pero no son solo eso pues, como hemos visto a lo largo de la tesis, las trabajadoras han sido capaces de configurar su propia actividad, de crear condiciones para obtener mayores ventajas del fruto de su trabajo, es decir han utilizado creativamente las posibilidades que tienen a su alcance para mejorar sus condiciones de vida al tiempo que cumplen dentro del trabajo el rol socialmente asignado.

Es por ello que en este capítulo hacemos alusión específicamente a los ámbitos de la representación social, es decir, a la imagen que la actividad del edecanaje requiere, sustentada en concepciones acotadas de cómo deberían verse y comportarse las mujeres y que las edecanes deben de realizar como parte de las reglas del campo, pero eso no necesariamente implica el acatamiento total por parte de ellas en otros espacios de vida, sino que funciona como una estrategia, en el sentido dado por Bourdieu (2007b) a esta noción.⁷⁵ Esos aspectos son abordados en el quinto capítulo, donde se explora quienes son las edecanes más allá de sus representaciones sociales. Pero en lo que sigue presento los

⁷⁴ Para esta autora, el capital erótico está compuesto de seis elementos: 1) la belleza, 2) el atractivo sexual, 3) el encanto (facultad de caer bien, 4) la vitalidad (mezcla de buena forma física, energía social y buen humor, 5) la presentación social (modo de vestir, de maquillarse, los perfumes, las joyas, el peinado y los accesorios), 6) la propia sexualidad (Hakim, 2014: 21-23).

⁷⁵ Para este autor, la estrategia es “el producto del sentido práctico como sentido del juego, de un juego social particular, históricamente definido (...) Esto supone una invención permanente, indispensable para adaptarse a situaciones indefinidamente variadas. Lo que no asegura la obediencia mecánica a la regla explícita, codificada (...) los agentes actúan conforme a sus intereses mientras se aparenta obedecer la regla (Bourdieu, 2007b: 70).

tipos de representaciones sociales de la mujer erótica que fueron identificados en el caso de las edecanes.

4.3.1 Primera representación de la mujer erótica: La mujer elegante

La primera representación identificada durante el proceso de investigación que las agencias y, en general, el campo del edecanaje, se apropia y mercantiliza es el de un pequeño grupo de mujeres que encarnen, tanto de forma corporal como performática, los aspectos asociados con la elegancia, el porte, el refinamiento de lo que llaman “clase”, es decir que posean un conjunto de cualidades que desplieguen los atributos y las actitudes considerados como de las “clases acomodadas” o “las clases altas”. Esto puede traducirse en sutiles aspectos fenotípicos como son el color de piel, ojos y cabello claros, por ejemplo, estatura, figura estilizada —muy delgada— y algunos usos corporales que de hecho pueden educarse y que se describirán más adelante.

Esta forma de encarnamiento puede encontrarse en cualquiera de los segmentos de las trabajadoras, pero sin duda tendencialmente se encuentra mayoritariamente entre los tipos de edecanes triple A y entre las modelos. En varios casos, las edecanes combinan sus actividades de promoción de productos con las actividades de modelaje, por lo que un número considerable de ellas se asume tanto edecán como modelo. La actividad de edecanes y modelos, en términos generales, tiene el mismo objetivo de ser la imagen de una marca y procurar que a través de ésta logren vender una mercancía.

Las edecanes que realizar actividades de modelaje son principalmente las triple A y las doble A, quienes suelen llevar a cabo sesiones de fotografía fuera de los circuitos de los medios masivos de comunicación, al trabajar por ejemplo con estudiantes de fotografía, en actividades independientes o amateur, para catálogos de ropa nacionales. Las edecanes que llevan a cabo actividades de modelaje lo hacen en diferentes lugares dependiendo de lo que personas, negocios o marcas busquen representar. Asimismo, para poder llevar a cabo su trabajo requieren de ciertas habilidades específicas que poseen las modelos que

realizan esta actividad de tiempo completo. Entonces ¿Qué puede diferenciar a una edecán que hace actividades de modelaje de una modelo de tiempo completo o de “elite”? La estatura es el principal criterio de segmentación, ya que en este grupo de trabajadoras, las modelos tienen que ser excepcionalmente altas para la media mexicana,⁷⁶ de entre 1.75 y 1.80 metros. Esta singularidad es especialmente para el caso de las modelos de pasarela, quienes suelen ser las trabajadoras más identificadas dentro de las representaciones sociales.

El mundo del modelaje, como el de las edecanes, también está segmentado por estratos: incluso existe la denominación *supermodelos* para distinguir a las modelos que tienen proyección internacional con respecto a las que no la tienen y que no son incluidas a las actividades de elite. Las supermodelos representan a marcas prestigiosas dentro de la industria de la perfumería, del vestido y la moda en general, por lo que, además de alcanzar fama internacional, son conocidas por firmar contratos de exclusividad millonarios por las campañas publicitarias que realizan. Su rostro suele aparecer en innumerables portadas de revistas y su labor e imagen es reconocida alrededor del mundo.

En ese sentido, la mayor parte de las modelos, incluso aquellas que logran realizar los trabajos más importantes dentro del medio, quienes incluso son seleccionadas por sus agencias para viajar a otros países, pero que no entran en la categoría de super-modelos realizan sus actividades de forma tercerizada y precarizada a través de las agencias de contratación.

Las modelos comparten esta representación con algunas edecanes, lo que permite analizar el panorama completo de las diferentes representaciones que sirven para organizar al conjunto de las trabajadoras: de un grupo de edecanes, así como de las modelos, se espera que sean capaces de desplegar, elegancia, sofisticación, porte, el punto es esclarecer

⁷⁶ En un estudio estadístico patrocinado por la Cámara Nacional de la Industria del Vestido y realizado en 2011, la estatura promedio de la mujer mexicana fue 1.58 metros. Véase: <https://mx.fashionnetwork.com/news/Dan-a-conocer-cuanto-mide-y-cuanto-pesa-el-mexicano-promedio,917440.html>

si estas características son heredadas o si pueden cultivarse. Para abordar esta cuestión utilizo el caso de la actividad del modelaje.

El modelaje de pasarela y de alta costura es el estereotipo laboral que está presente como idea general de dicha actividad. Sin embargo, existe una diversidad de modelos, con sus procesos de trabajo específicos y con habilidades diferenciadas en relación a las que trabajan en aquellos espacios laborales. El tipo de modelaje más conocido es el *modelaje de pasarela*, el cual incluye a las *top models* o supermodelos pero en el que también laboran niñas y jóvenes que están pensadas para trabajos nacionales o internacionales, aunque la proyección de esas trabajadoras no sea tan significativa como en el caso de las supermodelos. A ellas las podríamos denominar como *modelos de moda* para diferenciarlas de las primeras. Para las modelos de moda o de pasarela, los criterios estéticos y etarios son los más rígidos dentro del campo. Miden más de 1.75 metros de estatura y al menos deben tener como medidas corporales 90 centímetros de pecho, 60 de cintura y 90 de cadera, pero menor a eso incluso es mejor, y no existe excepcionalidad, es decir, esos criterios son irrefutables para poder realizar la actividad. Esto es un filtro importante tanto porque son las trabajadoras a las que más se les paga y porque el número de mujeres con belleza para dedicarse al modelaje es muy alto, así logran descartar a un número elevado de jóvenes que desean trabajar en la actividad. Aquí también el trabajo es principalmente el de las mujeres y aunque por supuesto también hay hombres, estos están vinculados principalmente al *modelaje editorial* o para revistas.

En ese sentido dentro de este campo laboral, las modelos son quienes requieren de habilidades incorporadas desarrolladas a través de cierto tipo de instrucción. Esto rige principalmente para aquellas niñas y jóvenes que buscan activamente ingresar en la actividad porque se despertó un interés en ello a muy temprana edad o porque sus padres están interesados en que ingresen en este campo. Existe otro grupo de mujeres muy jóvenes, e incluso niñas, quienes pueden llegar a ser modelos de moda internacionales — no necesariamente supermodelos—, que suelen ser intencionalmente buscadas por

miembros de las agencias denominados *scouters*⁷⁷ quienes tienen la función de encontrar, reconocer, niñas —que tienen potencial para incursionar en el modelaje— en diferentes espacios públicos como centros comerciales.⁷⁸ Con el desarrollo de internet, para los *scouters* es más sencilla esta búsqueda, en tanto las ubican a través de sus perfiles personales en las redes sociales. Estas chicas, pueden aprender la actividad dentro del propio proceso de trabajo, es decir realizando activamente el trabajo y, sí desarrollan las habilidades requeridas, tienen la posibilidad de realizar trabajos internacionales y para marcas importantes pues fueron seleccionadas por su belleza excepcional o muy destacable. También se busca que éstas tengan alguna singularidad, algo que las identifique, algo exótico, como un lunar o unas cejas raras, que el rostro esté fuera de “lo normal” algo que las haga verse diferentes⁷⁹. En el campo del modelaje son conocidos los casos de supermodelos que llegaron a serlo siendo “descubiertas” de ese modo, como Claudia Schiffer quien fue descubierta en una discoteca, Kate Moss descubierta a los catorce años en un aeropuerto en la ciudad de Nueva York o Cindy Crawford descubierta por un fotógrafo en su ciudad natal.⁸⁰

Todas las modelos captadas, pero también quienes activamente buscan ingresar en este campo laboral, empiezan a muy temprana edad. Las modelos “descubiertas” en diferentes espacios públicos suelen tener entre 14 y 16 años (Orantes, 2018). Eso implica que los *scouters* buscan niñas para introducirlas al campo a una edad temprana, para ir preparando físicamente a las niñas que podrían eventualmente concursar en reinados de belleza cuando alcancen entre los 20 y 24 años de edad. Muchas de las mujeres que vemos en las grandes pasarelas internacionales o nacionales, así como los rostros de portada de revista suelen ser principalmente niñas que en muchos casos no han cumplido la mayoría de edad. Toda la producción que existe detrás de las modelos: maquillaje, peinados, ropa,

⁷⁷ Un Scouter es una persona que trabaja para una agencia de modelos y cuyo cometido es descubrir nuevos talentos.

⁷⁸ Tomado de: <https://www.sermodelo.es/2014/02/que-es-un-scout.html>, consultado en febrero del 2019.

⁷⁹ Retomado de una charla realizada durante el 2020 con un representante de agencia.

⁸⁰ Tomado de: <https://www.glamour.es/moda/tendencias/galerias/supermodelos-y-adolescentes-asi-eran-cuando-empezaron/11331/image/867800>, tomado en febrero del 2019.

y en las fotografías el uso de *fotoshop* y diferentes poses, diluye la edad de las modelos, la propia producción oscurece el hecho de que en esta actividad existe explotación infantil y sexualización del cuerpo de las niñas.

Las modelos necesitan contar con una formación para realizar la actividad, en tanto forman parte de las trabajadoras calificadas dentro del campo, por ello requieren de la integración de trabajo corporal sobre formas de utilización y regulación del cuerpo. En las agencias-academias se enseña a las niñas que serán modelos diferentes posturas del cuerpo para caminar con elegancia —barbilla paralela al piso, no baja ni alta para no mostrar prepotencia, hombros haciendo línea recta con el piso, espalda recta sin encorvarla, glúteos ligeramente hacia afuera, pies acomodados siempre hacia adelante— así como caminar correctamente para una pasarela, caminar con tacones y con vestidos largos.⁸¹ Se podría decir que las modelos reciben clases de feminidad pero de aquella vinculada al porte, el refinamiento y la elegancia:

Todas deben de saber caminar, tener control de tu cuerpo y saber hablar. Para hacer un comercial donde ves que un modelo te está hablando y te está como haciendo llegar un mensaje que tiene que transmitir. Al momento de caminar estás presumiendo la ropa y necesitas saber qué hacer para que el cliente la compre, o sea que se te vea bien y diga wow, yo quiero tener esa ropa, es otro tipo de habilidad que debes tener al momento de caminar, tener una buena postura y tener una buena proyección. También es importante la proyección al momento de tomar fotos, lo que más ves en el trabajo de una modelo son fotos y videos y al momento de hacer esto ocupan lo que es saber proyectar, expresar y tener mucho control de tu cuerpo al momento de proyectar, absolutamente todo, desde la cara hasta los pies (Modelo de editorial, 2020).

Las modelos asimismo reciben clases de etiqueta y protocolo, por ejemplo, una regla de etiqueta para las mujeres es como sentarse. Esta regla sugiere que las mujeres debemos

⁸¹ Información recopilada a partir de la revisión de videos sobre modelaje en internet, al respecto véase: <https://www.youtube.com/watch?v=GPBSvCMM3SA>

sentarnos en las orillas de las sillas y de lado con un pie adelante, otro atrás y cruzados, nunca hasta atrás como descansando, sino en posición permanente de que estamos a punto de pararnos. También aprenden reglas de etiqueta para comer adecuadamente, cómo limpiarte con una servilleta colocándola en las piernas, cómo tomar por el mango las copas para no calentar las bebidas, cómo utilizar adecuadamente los cubiertos —mano izquierda tenedor, mano derecha cuchillo— los cubiertos cuando se toman no vuelven a tocar la mesa. También enseñan posturas correctas para caminar con el rostro hacia arriba, técnicas para caminar cruzando los pies, caminar lento y con pasos largos cuando se porta un vestido largo. Les enseñan que ropa utilizar —tipo de tela, largos de blusas y faldas, tipos de tacones— para mostrar elegancia y sofisticación. Así mismo son entrenadas para posar correctamente frente a las cámaras y conocer cuáles son los perfiles que les favorecen, es decir a través de qué lado del cuerpo y de qué pose lucen más su belleza.⁸²

Los aspectos aludidos conforman un tipo de representación social de la feminidad que orienta las pautas de acción dentro del campo del modelaje, al que como hemos indicado, las edecanes no son ajenas. Es un tipo definido como mujer elegante en tanto sus características apuntan a las nociones socialmente construidas sobre el glamur, distanciado, como veremos, del tipo de mujer erótica. En ese sentido, los rasgos, heredados o adquiridos, de las modelos elegantes corresponden a una externalidad que funciona como una presentación social fincada en la noción de “alta sociedad” (se pertenezca o no a ese estrato, pues de lo que se trata es de satisfacer la imagen de ese sector social). Al respecto, las investigaciones de Elias (2012) sobre el proceso de la civilización muestran que las externalidades de la apariencia como hechos de presentación social son relevantes para la civilización occidental y, en consecuencia, contribuyen decisivamente a la construcción de representaciones sociales. Unas breves líneas tomadas de Elias, quien refiere a los escritos de Erasmo, son interesantes al respecto: “la actitud corporal, los ademanes, la vestimenta, la expresión del gesto, todo ello es el comportamiento externo del que habla el escrito [de Erasmo], expresión de la interioridad o de la totalidad del ser humano” (Elias, 2012: 133).

⁸² Información recopilada a partir de la revisión de videos sobre modelaje en internet y diferentes páginas de agencias, al respecto veasé: <https://www.sarastudio.com/cursos-de-modelo/>.

Tales expresiones de la interioridad externada indicadas por Erasmo son aquellas que en la actualidad tienden a asociarse con las buenas costumbres y lo glamuroso, aspectos fundamentales en la representación social de la mujer elegante.

Con estos elementos y al haber analizado diferentes recursos visuales como fotografías proporcionadas por las agencias, en contraste con el de la mayor parte de las edecanes, podemos observar que los capitales apropiados por las agencias de las modelos/edecanes son su capacidad de representar *elegancia, distinción, refinamiento y sofisticación*. Se puede observar en esas fotografías que el centro no está puesto en el cuerpo, como en el caso de las edecanes de los otros tipos, sino en las actitudes, modales y en el rostro. Para las modelos/edecanes, un rostro bello, elegante, con rasgos finos, es decir nariz y boca discretos, son rostros que se denominan “de ángel”, de belleza “etérea”, de belleza “fuera de este mundo” y todas esas metáforas que las acercan a lo inalcanzable, y principalmente a lo deserotizado. Dentro de este ámbito del campo, las modelos/edecanes, son las que suelen aparecer menos eróticas que el resto y más como mujeres cercanas a la idea de lo divino. Esto puede constatarse con el hecho de que las modelos no son mujeres voluptuosas, como sí lo otro sector de las edecanes, quienes, como veremos más adelante, representan cabalmente lo erótico; las modelos deben ser sumamente delgadas y sin curvas, ese es un requisito explícito para poder trabajar en ese medio. Como indica un entrevistado, representante de una agencia:

Hay chicas que son muy bonitas y que tienen mucho talento pero su cadera está en noventa y siete y no queda en los castings, porque los diseñadores para un desfile quieren noventa y dos de cadera y eso ya está pasado porque ojalá ochenta y nueve, noventa y de estatura mínima uno setenta y cinco para una pasarela, entonces hay niñas que tienen mucho potencial pero no lo que se requiere (Representante de agencia, 2020).

Puede verse que la elegancia está asociada a la delgadez —no a la voluptuosidad— a la línea, a la figura corporal plana, que es muy importante para las modelos y para un

segmento de las edecanes triple A, que de acuerdo con las narrativas de las entrevistadas, son mayoritariamente extranjeras y realizan principalmente trabajos de promoción en exposiciones, son quienes los eventos internacionales y en términos generales en los de elite.

La estética corporal de la que se pretende obtener la representación de la elegancia o refinamiento se fundamenta con capitales y *habitus* específicos que pueden ser heredados o adquiridos durante la actividad y que las diferencian de otros grupos de trabajadoras —como son la mayor parte de las edecanes— que también poseen belleza e incluso estatura elevada pero que no son capaces de performar sofisticación, es decir, de contar con capacidad de ser o parecer como pertenecientes a clases acomodadas. Ese es el principal capital del que se apropian de las modelos que, sin necesariamente pertenecer a esos sectores sociales, puedan parecer “niñas bien”⁸³ que trabajan no por necesidad sino por el placer de exhibir gustosamente su belleza distinguida.

Existen otros tipos de modelaje en los que participan un conjunto más grande de personas, en las cuales los hombres también son relevantes para realizar la actividad y que no necesariamente buscan representar elegancia y sofisticación, como en el caso de las modelos de pasarela y las edecanes para los eventos de elite. Las mencionaré brevemente.

El primero de ellos es el grupo de *modelos editoriales y modelos de comerciales*. Los modelos de editoriales son todos aquellos que trabajan para revistas, catálogos y que, en general, suelen posar para fotografías por lo que entre las cualidades que deben poseer está la de ser muy *fotogénicos* (a juicio de quienes toman las decisiones en ese medio), cualidad en la que incluso pueden lucir mejor en una fotografía que en persona; aquí no es tan relevante la estatura, como sí lo es con las modelos de pasarela, pero es importante tener un rostro que “llame la atención”. Por ello este tipo de modelos adquieren con la

⁸³ “Niñas bien” es una noción coloquial usada para definir a mujeres, no necesariamente jóvenes, pertenecientes a los sectores económicamente poderosos en México. Esa condición de privilegio se expresa en la forma de hablar, de comportarse, de vestirse y, en general, en todos los aspectos de la vida cotidiana. El término fue usado, que no acuñado, por Loeza (1987) en una serie de crónicas que ilustraban diferentes situaciones de las “niñas bien” en la Ciudad de México en la década de 1980.

práctica y el tiempo diferentes técnicas para posar para los fotógrafos, habilidades que requieren de un gran control corporal. Este tipo de modelos suelen saber, por ejemplo, cómo distintas posiciones de los brazos –darle aire a los brazos y piernas, es decir alejar los brazos del cuerpo— puede permitir que en una fotografía el cuerpo se ve más estilizado, más delgado. Las modelos también deben conocer lo que denominan “sus ángulos”. Las poses, los ángulos fotográficos y las luces, son muy importantes para lograr determinada imagen.⁸⁴ El conocimiento de los fotógrafos es muy importante para producir determinadas imágenes, para que la modelo luzca de determinada forma; a través del juego de luces pueden provocar que la modelo se vea en la fotografía más delgada, o más gruesa, atenuar las cicatrices, manchas o bordes de los rostros, marcar la cara, entre otros.⁸⁵

También están los *modelos para comerciales*⁸⁶ de entre quienes los criterios corporales no son tan rígidos debido a que las mercancías que se promocionan mediante un comercial son muy variadas y los clientes a los que se desean llegar también. Sin embargo, para las o los modelos de comerciales sus habilidades deben enfocarse en su capacidad histriónica, es decir, saber cómo actuar frente a una cámara, poder improvisar diálogos durante los *castings* y representar una diversidad de formas de estados de ánimo; es una actividad que se acerca al trabajo actoral.

En los últimos años, con el crecimiento de diferentes medios de difusión de información (como son las redes sociales), las marcas han encontrado nuevas posibilidades de publicitarse a través de *modelos de web marketing*, quienes graban videos para redes sociales con diversos fines y deben poseer habilidades para hablar frente a una cámara, vender productos y, aunque suelen poseer atractivo físico, los criterios no suelen ser tan rígidos como los de las modelos de pasarela. También con las nuevas tecnologías corporales difundidas y practicadas por la sociedad, han surgido las *modelos fitness*⁸⁷ y quienes tienen

⁸⁴ Tomado de la experiencia compartida en la plataforma de Youtube por una modelo profesional, véase el siguiente link: <https://www.youtube.com/watch?v=hYd7i89Xdfc>.

⁸⁵ Tomado de la experiencia compartida en la plataforma de Youtube por una modelo profesional, véase el siguiente link: <https://www.youtube.com/watch?v=hYd7i89Xdfc>.

⁸⁶ Tomado de: <https://pyme.lavoztx.com/modelos-comerciales-vs-modelos-de-pasarela-7786.html>.

⁸⁷ Tomado de: <http://agenciasmodelos.com.mx/como-ser-un-modelo-de-fitness.html>.

cuerpos atléticos, músculos definidos. Asimismo existen otros tipos de modelos que no son tan reconocidos pero que realizan labores importantes dentro de la publicidad, como los *modelos de partes del cuerpo*,⁸⁸ que son utilizados cuando se requiere promocionar productos de partes específicas como las manos o las piernas. Incluso supermodelos han prestado su rostro para alguna campaña publicitaria pero no así sus piernas o manos que han pertenecido a modelos especializadas que son consideradas más atractivas en estas partes del cuerpo. Por último, debe mencionarse la importancia de que en años recientes, dada la ampliación del debate de las perspectivas de género que han replanteado las nociones de lo femenino, lo masculino y el modelo estándar de la esbeltez extrema como norma de salud y belleza, las empresas se han visto en la necesidad de incluir un nuevo tipo de modelos que denominan *modelos de talla grande*,⁸⁹ que son cada vez más utilizadas y difundidas por las marcas para promover sus productos. Aunque las modelos mantienen algunos de los requisitos corporales clásicos en el mundo del modelaje, como tener el cabello en buen estado, la piel sana y sin marcas, los dientes bien alineados y blancos, estos cambios sin duda han sido un avance importante que la sociedad ha impulsado en el nivel de las representaciones simbólicas emitidas por parte de las grandes empresas, aun cuando esto siga siendo minoritario.

Las modelos como un producto capitalista se han constituido no solo para vender mercancías, en este caso prendas de vestir y objetos de lujo, sino que paulatinamente han sido útiles para fomentar deseos, proyecciones, fantasías sobre formas de vida aparentemente posibles a través del auto-control y el auto-disciplinamiento. En las sociedades contemporáneas urbanas, donde los medios masivos de comunicación tienen una amplia presencia y son capaces de dirigir y presentar opiniones, visiones y representaciones favorables a sus intereses, las supermodelos — a quienes la industria de la moda ha colocado como símbolos de éxito personal — resultan de gran relevancia en un contexto en donde la imagen y el cuerpo son centrales para mostrar la identidad. Como indica Soley (2015, 2012, 2010), desde su inicio el modelaje de pasarela ha buscado

⁸⁸ Tomado de: <http://expoedecanes.com/blog/11-tipos-de-modelos/>.

⁸⁹ Tomado de: <http://expoedecanes.com/blog/11-tipos-de-modelos/>.

representar a sus trabajadores y trabajadoras con elementos de elegancia y sofisticación. Explica que las primeras modelos surgieron para animar vestidos destinados a la clase aristocrática y la gran burguesía; de ahí se remonta la puesta en escena característica de las modelos, proyectando lejanía y superioridad, con el fin de representar distinción.

De acuerdo a esta autora, las representaciones de las modelos y de la confección desde su formación se han adaptado históricamente a los cambios relevantes en otros ámbitos de la vida social. Paulatinamente, con las transformaciones de una economía de producción a una en la que se privilegia el consumo, además de los impulsos de nuevas construcciones de feminidad dados por el feminismo, los diseñadores han querido hacer llegar a un mayor número de personas la producción en masa en la industria de la moda, por lo que los prototipos de las mujeres reclutadas para el modelaje se fueron adecuando: de presentar a mujeres con rasgos aristocráticos a otras que proyectaran con fidelidad a las clases medias e incluso, más adelante, a las clases trabajadoras (Soley, 2015: 83).

Pero si ampliamos la mirada no solo a las modelos de pasarela, como lo hace Soley, al conjunto de trabajadoras que realizan actividades con el objetivo de vender mercancías o promocionar productos, observamos que las modelos de pasarela siguen representando en la actualidad lo socialmente asignado a la “sofisticación” y a la “elegancia”, es decir, aunque la representación no sea la de la aristócrata como en los inicios de modelaje sí lo es la de representar a las clases medias “favorecidas”, “privilegiadas”, “acomodadas”, al menos eso es lo que encuentro para el caso mexicano al analizar el campo del edecanaje.

En ese sentido, existe un grupo de edecanes de las que se busca que sean capaces de representar “clase”, puede ser que ellas no directamente hayan recibido el disciplinamiento corporal a través de agencias de modelaje para utilizar el cuerpo de formas refinadas, sin embargo aprenden e incorporan dichos códigos a través de la observación, mirando a las supermodelos en eventos televisados, en plataformas de internet o incorporando técnicas corporales aprendidas acerca de las formas de ser y estar en la vida cotidiana asociadas a las clases privilegiadas, que posteriormente ponen en juego como capital dentro del campo del edecanaje.

4.3.2 Segunda representación de la mujer-erótica: La mujer como la encarnación sensual y el esfuerzo corporal

Como se mencionó en el segundo capítulo, un grupo de trabajadoras son seleccionadas por poseer un cuerpo excepcionalmente trabajado. Son edecanes que invierten muchas horas en gimnasios, haciendo pesas y quienes mantienen a través del tiempo un cuerpo delgado, firme, bello, en el cual se notan muchas horas invertidas de trabajo corporal. En este grupo de trabajadoras comienzan a perder relevancia el color de los ojos y las pieles claras y comienza a ser más importante que posean pechos y glúteos abundantes, piernas fuertes, una cintura delgada. Esto no es una característica relativa dentro de la actividad, sino que para poder pertenecer a algunos de los segmentos —doble y triple A principalmente— es requisito fundamental. Incluso, en la medida en que sus tallas sean más abundantes, recibirán mejores ingresos. Este grupo de trabajadoras, en las fotografías de los *books* puede observarse que el centro está en mostrar su corporalidad voluptuosa a través de prendas ceñidas y que dejen al descubierto estas partes del cuerpo.

Dentro de este segmento es relevante la realización de cirugías estéticas, adicionales al trabajo corporal incorporado a través del ejercicio en gimnasios. Las cirugías estéticas no representan algo anecdótico dentro de la actividad, de hecho suelen ser bastante frecuentes y una regla no explícita si las edecanes desean mantenerse en la actividad durante varios años y, principalmente, para obtener mejores ingresos:

Pues sí, hay muchas que se tunean [se hacen cirugía estética], aunque tengan poquito menos de estatura hay muchas que se consideran triple A pues por el esfuerzo físico que hacen en el gimnasio, porque ya se tunearon todas o no sé, hay varias personas que en este medio sí se meten mucha producción [...] Sí, porque si te operas las chichis⁹⁰ a lo mejor eres más cotizada que las que no están operadas o tienen un poco más que enseñar que las que no están operadas, la mayoría se mete o se tunea o tienen hijos y dicen pues ya mejor

⁹⁰ Forma coloquial de nombrar el pecho.

me hago la lipo [liposucción] o me subo las chichis o me meto pompas,⁹¹ sí aquí sí se hacen muchas cosas así (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019, corchetes míos).

Muchas trabajadoras, cuando el edecanaje resulta en su principal fuente de ingresos y piensan dedicarse a eso durante muchos años, suelen a través del tiempo realizarse cirugías estéticas para no quedarse en el mismo segmento recibiendo los mismos ingresos, por lo que de acuerdo a los testimonios recabados la actividad presiona —a las edecanes a realizarse cirugías estéticas con el fin de ascender dentro del medio o de permanecer en él al paso de los años. La principal cirugía estética que se realizan es la de los pechos, pero de acuerdo a las narrativas las trabajadoras también suelen operarse los glúteos, se aplican liposucciones o inyecciones de colágeno en los labios:

Yo creo que sí lo hacen por el trabajo, tengo amigas cercanas que lo hicieron por el trabajo, las que conozco sí, del mismo trabajo se juntan su dinero y ya, para tener más trabajo y ya no cobran como doble A ya pueden cobrar como doble A más o triple A. Entonces sí les ayuda a subir su categoría, pero sí es por ganar más y tener más trabajo, definitivamente sí (Meztli, 28 años, 7 años de experiencia, 2019).

En el medio por lo menos cinco de cada diez ya está operada y lo hacen porque mientras más bonita te veas, más llames la atención, obvio mayor es el presupuesto (Nenet, 35 años, 9 años de experiencia, 2019).

Aunque el perfil típico de las trabajadoras dedicadas al trabajo de edecanaje es el de mujeres jóvenes, encontramos que cuando la edecán desea mantenerse por varios años realizando la actividad, puede lograrlo a través de un intenso trabajo corporal. Ello implica integrar como parte de la actividad, pero fuera de las jornadas laborales, el ejercicio físico

⁹¹ Forma coloquial de nombrar los glúteos.

intensivo, sistemático y continuado, en gimnasios como parte de sus actividades cotidianas, así como el cuidado del cuerpo a través de diferentes tecnologías de la industria de la belleza que pretenden mantener la juventud del cuerpo. Entre más eficaz sea este trabajo corporal incorporado pueden rebasar estas trabajadoras los 45 años de edad y continuar realizando la actividad. Por supuesto que estas no son la mayoría y quienes logran hacerlo se convierten en auténticas leyendas de la meritocracia corporal dentro del medio por su capacidad de mantener la disciplina de acondicionamiento físico a través de los años. Esa es una disciplina que las trabajadoras consideran muy pesada y difícil, como indica una de las entrevistadas, quien es reconocida dentro del campo por su esfuerzo constante por mantener su corporalidad de acuerdo a los cánones establecidos:

[Respuesta a la pregunta sobre el papel de la edad dentro del campo] *Mira yo tengo cuarenta años, a mi edad de cuarenta años estoy mucho más fresca, más jovial, mucho más en forma que muchas niñas de veintitantos con las que yo he trabajado incluso dentro de la edecanía y pasarela, aquí lo que influye mucho es obviamente los cuidados, que tanto te has cuidado, que tanto cuidas de tu imagen, cuidas tus horas de dormir, tu alimentación, etcétera. O sea, si podría influir pero en mi caso no* (Ollin, 40 años, 15 de experiencia, 2019).

Así como Ollin, de acuerdo con la narrativa de Nelly, más que la edad como criterio fundamental, es la capacidad que las edecanes tengan para cuidar su aspecto con el objetivo de mantenerse en el medio, ya sea por ejercicio o por “tunearse” que es una forma que utilizan las edecanes para expresar la inversión a través de diferentes tecnologías corporales —cirugías, tratamientos, productos— que realizan para mantener la forma de su corporalidad:

Yo creo que no es de determinada edad, generalmente pues te dejan de contratar cuando te dejas de ver bien, conozco chicas que a los 38 tienen un cuerpazo y la verdad se han tuneado muy padre y se meten y se invierten y siguen trabajando con mucho trabajo en este medio, como conozco chicas que

tienen 28 años y ya se les ven arrugas o ya fueron mamás y la panza ya no la pueden enseñar y pues se retiran, las mismas agencias te van sacando sí tú no te ves bien hacia el público, realmente es lo único que te piden, que te veas muy bien. Si hay temporalidad, si en determinado momento ya no te estás cuidando y ya no quieres cuidarte, pues ya yo creo que es momento de retirarte (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019).

Además de esta corporalidad específica, se espera que estas trabajadoras desplieguen una capacidad erótica a través de diferentes usos del cuerpo, de lenguaje no verbal y de dinámicas como el baile, pero que al ser ejecutado muestre elementos de seducción. Si bien todas las edecanes pueden trabajar en los diversos espacios en los que suelen ser contratadas, lo que depende también de la decisión de la propia edecán en qué tipos de espacios desea laborar, las trabajadoras con estas características son quienes especialmente realizar su labor en espacios masculinizados o que venden productos para hombres, como son refaccionarias, eventos automovilísticos como en exposiciones, carnavales, ferias, entre otros.

En consecuencia, encontramos que son dos las principales referencias simbólicas que se buscan proyectar con estos grupos de trabajadoras por medio de la apropiación de capitales específicos que ellas portan y que expresan como *habitus*: la capacidad de proyectar o representar a la mujer sensual a través de un cuerpo voluptuoso y resaltar las virtudes del trabajo corporal incorporado.

En ese sentido, la actividad del edecanaje muestra una distinción social establecida entre las mujeres consideradas bellas, puras, angelicales, distinguidas, frente a las mujeres encasilladas en las referencias a lo erótico, es decir, literalmente de lo carnal y lo sexual. En el medio del modelaje se suele decir que se requiere que las trabajadoras sean muy delgadas para que no se pierda la atención hacia la prenda por el cuerpo de la modelo,⁹² pero entonces ¿por qué no incluir a mujeres delgadas que no necesariamente representen la sofisticación de una clase acomodada? Así, mientras que el cuerpo voluptuoso en las

⁹² Dicho en charla con representante de agencia, 2020.

edecanes se asocia a lo esas características corporales son completamente rechazadas en el mundo del modelaje y para ciertas edecanes.

Otro significado relevante que se busca proyectar con el trabajo de las edecanes triple A, en el tipo de la mujer erótica, es uno vinculado a las tecnologías corporales actuales y al crecimiento de la industria de la belleza, relacionado al mismo tiempo con los discursos sobre la importancia del mérito a través del esfuerzo personal e individual. Sí bien las edecanes triple A y las edecanes doble A tienen como característica definitoria la posesión de un cuerpo voluptuoso, las edecanes triple A son diferenciadas de las otras por haber incorporado, a través de tecnologías corporales, trabajo adicional que es claramente visible. Es la belleza que trasmite un constante y elaborado trabajo personal sobre una misma, trasmite horas de trabajo, esfuerzo y dinero invertido, cuyo resultado corporal es un mérito alcanzado. Es la belleza producida gracias a una severa disciplina que trasluce largos regímenes de actividad física y alimentación adecuada —aunque esto pueda ser una ficción. Es la belleza concebida a través de la intervención, la cirugía estética, procurada y cuidada con distintos productos que pueden apreciarse en pieles, ojos y cabellos impecables. De acuerdo a lo anterior, el mérito de la belleza auto producida funciona como un elemento de distinción entre las edecanes, como un capital que puede ser estratégicamente utilizado para posicionarse y permanecer en el campo del edecanaje.

El culto al cuerpo como depósito del progreso personal es quizá uno de los valores sociales más aplaudidos en la actualidad. No se trata únicamente de cultivar al cuerpo, como antiguamente se consideraba, sino de rendirle culto al mismo. Anteriormente, en las sociedades preindustriales las principales fuentes de identidad se vinculaban a “la posición dentro de la estructura familiar y la pertenencia a un gremio profesional” (Soley, 2015: 35), pero con las transformaciones en las estructuras económicas que determinaron el crecimiento de los núcleos urbanos y la expansión de los mercados de consumo “la identidad personal pasó a significarse en gran medida mediante la apariencia física y el estilo de vida” (Soley, 2015: 35). Con esas transformaciones, también se comienza a valorar el deporte y el ocio sobre la ética del trabajo y así una absoluta dedicación a la construcción del cuerpo propio, como indica Soley:

Como resultado de todos estos cambios sociales, políticos, económicos y científicos, actualmente la identidad personal ha dejado de ser algo heredado y estático y se ha convertido en un proyecto, en una actividad en la que constantemente nos esforzamos y en la cual el cuerpo y la auto reflexión juegan un importante papel. En definitiva, nuestra noción del yo ha mudado: de basarse en el rol que se ejerce en la comunidad y el lugar que ocupa en la estructura de parentesco, a concebirse como circunscrita a la superficie del cuerpo en una cultura visual en la que se privilegia la mirada (Soley, 2015: 37).

En ese sentido, aunque no es su función principal, las edecanes en su actividad laboral sirven de escaparate para mostrar que las prácticas corporales son capaces de producir cuerpos bellos, que eran antes cualidades inalcanzables para la mayoría, y ahora se hacen alcanzables a través de la industria de la belleza (Muñiz, 2011: 20). La categoría de edecanes triple A refleja eso mediante la exhibición de los cuerpos trabajados como elemento de identidad en diferentes espacios sociales. La significación de la edecán tripe A es la escenificación de lo que Preciado (en Muñiz, 2011) sugiere al referirse al valor de la cirugía cosmética en las sociedades actuales, donde la corporalidad se convierte *en interioridad disciplinaria*, desplazando, en cierto grado, a las instituciones disciplinarias clásicas como es la escuela, el hogar o la prisión (Muñiz, 2011: 43). Así como el capital de las edecanes triple A apropiado por las agencias es el erótico—la capacidad de desplegar sensualidad a través de su presentación y representación— se apropian de la proyección del cuerpo como instrumento en el que se puede trabajar e invertir y que eso deviene en resultados favorables para quien, a través de dietas, entrenamiento e incluso operaciones, es capaz de transformarse a sí misma y lograr reconocimiento social y éxito económico.

El uso del erotismo con fines comerciales es una transformación, principalmente a partir de los años sesenta del siglo veinte, en la que —con los cambios impulsados por los movimientos feministas que buscaban nuevas formas de integración social— la industria de la moda buscó adaptarse a estas nuevas subjetividades representando en las revistas y en

la publicidad a mujeres que ya no solo mostraran el papel de la madre esposa, sino una mujer definida “por su actividad laboral y su realización individual” (Soley, 2015:141). Con esas transformaciones se sentaron los cimientos para presentar en los medios al prototipo de la mujer erótica, ahora liberada de las ataduras domésticas: lo que “ha conllevado una erotización de éxito y la movilidad social, así como de la obediencia a la norma estética que prescribe un cuerpo delgado y joven como la epítome de la sexualidad y el éxito” (Soley, 2015: 150). Lo que tiene consecuencias políticas en función de que se desplazan las formas alternativas de ser mujer y la seducción se convierte en un mandato.

4.3.3 Tercera representación de la mujer-erótica: La mujer como encarnación de la belleza natural

Identificamos un tercer grupo de trabajadoras en lo que respecta a las representaciones sociales que encarnan. Se trata de aquellas en las que se busca que representen a la mujer que muestra su “belleza natural”. Frente a un contexto de crecimiento y difusión de las tecnologías corporales y de las cirugías estéticas, aunado a la mujer concebida como y para su cuerpo, existe esta otra representación, que como las otras opera a través de discursos, que propugna por el mantenimiento de la belleza que no está precedida por cirugías estéticas sino que es una expresión “más auténtica” de como el cuerpo es o debe ser. Esta idea de lo “natural”, frecuentemente está anclada, culturalmente, a la noción de “salud”, en el sentido de la esbeltez asociada a la salud —aunque un cuerpo esbelto puede serlo por diversos problemas emocionales, por ejemplo, por estar pasando por una depresión, o por distintos trastornos alimenticios como la bulimia y la anorexia— en ese sentido surge la concepción del cuerpo natural entre en los cánones concebidos de lo que es considerado un cuerpo hermoso, como podemos observar en el siguiente fragmento que refleja la experiencia particular con relación al disciplinamiento del cuerpo:

Pues para muchas sí [es necesaria la disciplina física], pues obviamente no todas las mujeres tenemos un metabolismo igual, entonces muchas comen una

gordita y ya engordaron o comen algo y lo mismo, pero muchas son fitness, muchas sí se cuidan mucho, luego las ves en sus eventos con sus comidas de gimnasio y van al gym y todo, yo en lo personal nunca he tenido esa necesidad, no sé, por gracia divina no engordo ni tengo bajadas y subidas de peso, entonces pues mi cuerpo ya es así, por decirlo así, entonces no me cuido yo, pero generalmente las chicas o algunas mucho sí se cuidan (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019).

En este grupo de trabajadoras es importante mantenerse delgadas, pero no lo es tanto para cultivar un cuerpo voluptuoso sino para mantenerse “en forma” con un cuerpo delgado y “natural”. Para las trabajadoras de este grupo, mantener su cuerpo delgado sin necesidad de imponerse altos regímenes de ejercicios es importante, por lo que recurren al ejercicio físico y a la alimentación saludable, pero no a las cirugías estéticas. En varios casos documentados en esta investigación, ni el ejercicio ni la alimentación saludable son aspectos que requieran especial atención por parte de las edecanes, pues asumen que su cuerpo tiene las características naturales necesarias para conservarlas delgadas:

La verdad es que yo soy edecán porque Dios así lo quiso: no hago dietas, no como sano, nunca he sido fitness, como muchísimo, y con las operaciones fíjate que al principio sí tenía una idea de operarme, pero también te empiezas a dar cuenta que tiene muchas complicaciones [...] entonces también veo a mis amigas que batallan después de las operaciones, las veo, ahorita una amiga se acaba de operar los senos, no la drenaron y tuvo temperaturas muy altas como cuatro días, entonces luego las veo como sufren y digo ¡Ay no, mejor no! Y pues no, o sea sí me llamaba la atención pero ahorita creo que estoy bien y mi genética gracias a Dios ha sido buena (Nelli, 31 años, 6 de experiencia, 2019, corchetes míos).

Como se indicó, eso no necesariamente implica que estas trabajadoras no se cuiden o que la posibilidad de subir de peso no esté entre sus preocupaciones cotidianas, pero para este grupo esto no es tan relevante:

Son ellas el tipo de trabajadoras que tendencialmente están en lugares como restaurantes, bares, centros comerciales, exposiciones. Es el grupo de trabajadoras que principalmente, aunque no exclusivamente como en todos los casos, realizan dinámicas familiares de animación, quienes se dirigen tanto a hombres como mujeres para realizar la actividad, es decir, que no despliegan necesariamente erotismo como sí lo hacen las trabajadoras del tipo anterior. Los capitales simbólicos que este perfil de trabajadoras ponen en juego son, principalmente, los de la amabilidad, la candidez, la cortesía, el cuidado, la alegría. Para este grupo incluso puede ser más relevante para los clientes el que ellas sean muy dinámicas, extrovertidas y gentiles al realizar la actividad que contar con una corporalidad muy definida, como indica una de nuestras entrevistadas:

En mi caso particular, siendo yo sincera, yo no me considero de cuerpazo ni nada, la verdad es que no, me considero normal, yo tengo más trabajo por mi talento, por mi forma de ser, por como trato a los clientes, no tanto por mi físico, y hay muchas chicas que pues sí son jetonas, ahora sí que payasonas, no tienen mucha actitud, pero tienen trabajo porque tienen un cuerpazo, entonces yo soy buena onda, pero aun así hago ejercicio, sí me cuido, aparte pues mi edad ya no es tan fácil, ya me cuesta más trabajo (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

Como continúa Tlali, entre los clientes pueden existir quienes privilegien las habilidades laborales que posea la trabajadora y hay quienes buscan contratar la actividad específicamente por la corporalidad de la trabajadora:

He tenido problemas porque según ellos (quienes en ocasiones la han contratado) ya llegando yo no les gusta mi perfil, y una vez trabajé todo el evento y terminando me iban a pagar y me descontaron que porque según el cliente se molestó porque yo no era el perfil y porque yo no era como en mis fotos, y yo así jse los juro, sí soy la misma, yo no edito mis fotos! Yo no soy voluptuosa, aparte ya tengo 35 años, sí aparento menos edad, hago bien mi

trabajo, me considero buena en mi trabajo, animo bien, pero si no soy voluptuosa, no tengo tanta “pechonalidad”⁹³ entonces, en ese caso yo siento que los clientes querían alguien así, solamente en dos ocasiones he tenido ese pequeño detalle de que esperan algo, no sé qué se imaginan pero pues mis fotos son como soy (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

Este grupo de trabajadoras puede apostar por realizar bien su labor, más que por tratar de mantener y perpetuar su corporalidad lo más cuidada posible a través del tiempo, sin embargo, en este tipo de trabajadoras los cuidados corporales son fundamentales y aunque en este caso la voluptuosidad no sea un criterio a considerar, otro tipo de cuidados como los de la piel a través de productos, son también fundamentales:

Pues sí, tu mejor carta de presentación eres tú misma, o sea normalmente las chicas suelen enviar fotos, hoy en día puedes hacer fotos increíbles con una aplicación, incluso un cutis increíble, un cutis terso, pero es una gran diferencia cuando llega la chica a la foto que te mandan, entonces aquí parte súper importante son tus cuidados físicos, el que tengas una buena alimentación, que duermas bien, que hagas ejercicio, que te mantengas activa, sana, eres tu propia carta de presentación, (Nenet, 35 años, 9 años de experiencia, 2019).

4.3.4 Cuarta representación de la mujer- erótica: la bella niña/adolescente

La última representación es la que corresponde a las trabajadoras más jóvenes de todas y que se relaciona con las concepciones sociales de la belleza vinculada con la juventud. En general todo el trabajo de las edecanes se articula para generar y mantener corporalidades que sean capaces de expresar jovialidad, pero en la actividad existe un grupo de trabajadoras que simbolizan exactamente eso y, aunque se relacionan con la representación de la belleza natural, tiene que ver más con la candidez de esa etapa de la

⁹³ Forma coloquial de indicar la posesión de pechos prominentes.

vida. Como en el grupo antes caracterizado, la principal valoración es la juventud asociada a delgadez y a la belleza de los rasgos, pues la forma de encarnar la juventud es muy diversa, pero en el campo del edecanaje se le asocia a las significaciones añadidas a este periodo vital, por lo que las trabajadoras de estos segmentos no solo son las más jóvenes, sino que su aspecto, su corporalidad suele representar la frescura de la naturalidad, un cuerpo bello pero que no representa un trabajo arduo sino el estado de un momento de la vida.

De este tipo de trabajadoras tampoco se espera, necesariamente, la voluptuosidad o la elegancia, sino más bien que sean capaces de emanar frescura, dulzura, ternura, para abordar al público o clientela que asiste a las plazas comerciales, en los grandes almacenes, con quienes recorren las calles en automóviles a lo largo de la ciudad, para empresas telefónicas, etcétera. Pero también suelen vender sus servicios para productos asociados a lo masculino, como son cierto tipo de bebidas alcohólicas como vinos, bebidas “energizantes”, llantas, entre las principales. También se observó durante el trabajo de campo que estas trabajadoras no están exentas de realizar performance de animación y que pueden realizar bailes para un grupo muy numeroso de individuos, principalmente hombres.

Se podría delimitar que este tipo de edecanes se encuentra en un rango de edad entre los 18 y los 23 años, pues se observó que para la realización del proceso de trabajo suelen agruparlas en los mismos rangos de edad. Este grupo de edecanes, por ser sumamente jóvenes y por estar incursionando recientemente en el medio por lo general no suelen tener cuerpos esculpidos y no se han realizado ningún tipo de cirugías estéticas; representan al cuerpo considerado bello en su expresión natural pero con marcadas alusiones a la juventud, pueden incluso realmente no realizar ningún tipo de régimen disciplinario específico y poseer “naturalmente” las características requeridas para insertarse en la actividad: talla, medidas, fenotipo.

Las ofertas de trabajo para este tipo de edecanes son, principalmente, las que se colocan en las redes sociales o en internet, que como se ha mencionado suelen ser medios importantes en donde las jóvenes que están interesadas en incursionar en el medio se

enteran de las posibilidades de empleo (las que ya realizan la actividad cotidianamente están integradas a grupos de WhatsApp a través de las que son contactadas para trabajar). Las primeras ofertas de empleo por lo regular están dirigidas a mujeres de entre 18 y 25 años, lo que configura una actividad eminentemente juvenil. Sin embargo como toda actividad requiere de trabajadoras que tengan experiencia en el medio, que hayan desarrollado habilidades y talentos para ser más efectivas atrayendo clientes o vendiendo productos, por ello es que es posible que generen trayectorias largas dentro del edecanaje; gran parte de ellas suele comenzar en el rango que va de los 18 a los 25 años y las que sobrepasan esa edad son quienes hacen de la actividad su principal medio de subsistencia, pero para que puedan hacerlo deben mantener la juventud corporal mediante disciplinas corporales realizadas autoimpuestas, como indica una de nuestras entrevistadas:

Nos contratan de 18 a 25 años, son las que más contratan o de 20 a 28 y la mayoría de mis compañeras y las que trabajan más seguido y que las ves en un evento, y en otro, y en otro están alrededor de las 30 pero se mantienen bien, hacen ejercicio y aparte sí tienen el cuerpo. Yo me voy a retirar con dignidad, yo le calculo estar hasta el año que viene, tal vez como freelance sí, como manejo de personal, pero yo ya trabajar como tal máximo dos años, yo ya no me veo mucho en esto (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

Las mujeres que pertenecen a estos rangos etarios pueden tanto encontrar en esta actividad una oportunidad para insertarse en el mercado de trabajo desde muy temprana edad o emplearse en ella para obtener ingresos mientras continúan con sus estudios universitarios. Este es un perfil muy común dentro del edecanaje, quienes solo ven en esta actividad algo temporal en lo que pueden insertarse en actividades relacionadas con sus estudios, cuestiones que detallaré en el quinto capítulo. A continuación presento un fragmento que denota la importancia de la juventud y de los cuidados añadidos para mantenerla:

La competencia es cada vez mayor porque entran más jovencitas, más bonitas y pues eso es desventaja para otras. En esta profesión no puedes descuidarte porque tú eres la imagen, tú eres la que le da presencia a una marca, tú eres la que le da presencia a una empresa, no puedes no cuidarte en este ámbito, la verdad sí cambie mucho mis hábitos alimenticios, no puedo comer grasas, no puedo comer excesivamente carbohidratos, refrescos (Meztli, 28 años, 7 años de experiencia, 2019).

En ese sentido las representaciones añadidas al ideal de juventud están continuamente presentes dentro de la subjetividad de las trabajadoras, quienes reconocen que en cualquier momento se encuentran en posibilidad de simplemente dejar de ser contratadas por los clientes, incluso siendo jóvenes todavía, debido a que dentro de estas representaciones, la juventud está asociada a la primera juventud (lo que implica edades muy cortas) pues mujeres con solo 27 años de edad, por ejemplo, expresan la conciencia de que esta es una actividad temporal:

Yo creo que sí lo hacemos a una profesión de tiempo completo pero sabemos que hay temporalidad, yo creo que la mayoría está consciente de que tenemos fecha de caducidad y que no nos podemos dedicar a esto toda la vida y que tenemos que sacar el mejor provecho a este trabajo, y hay muchas que tanto les ha gustado el medio que siguen y se cuidan y tienen cuarenta años o cuarenta y cinco y siguen buenísimas, y siguen en eventos o hay otras que dicen: pues sabes qué, ya no tengo el cuerpo, ya no tengo la condición física, mejor le dedico a hacer agencia y muchas se vuelven agencia (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019).

En las narrativas surgió, incluso, el desprecio por parte de clientes quienes pueden llegar a mostrar descontento porque la edecán contratada no refleje corporalmente la juventud que ellos pretenden cuando contratan el servicio:

Fíjate que yo ya no me postulo con gentes que no conozco, con personas nuevas, casi ya no me postulo, por lo mismo porque he tenido unas experiencias que así como que no están muy a gusto, no por mi trabajo, más bien por el perfil y te digo ya no soy tan chavita y como que buscan otros perfiles y pues bueno, ya yo le trabajo más a la gente que me conoce y pues bueno además trabajo más a gusto porque sé que les gusta mi trabajo. Prefiero trabajar con los que conozco porque con la gente que no me conoce casi siempre quieren que una sea muy jovencita y se molestan cuando no es así. (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

Esta representación social de la juventud dentro del trabajo de las edecanes es relevante en tanto muestra que la hipersexualización de la infancia y la adolescencia, como fenómeno social, parece crecer día a día tanto en las representaciones sociales como en las mediáticas⁹⁴ y es importante por ello reflexionar sobre los símbolos arrojados a la sociedad con una actividad como ésta, en la que el cuerpo juvenil, e incluso infantil, es exhibido, en algunos casos, a través de ropa sexualizada como centro de la performatividad. No podemos seguir negando la necesidad que existe de proteger a niñas y adolescentes de posibles acosos y abusos por parte de mayores que son capaces de ejercer poder mediante la manipulación,⁹⁵ así como replantearnos los modelos de belleza que las propias mujeres asumimos como deseables y que abonan a este fenómeno de la sexualización infantil; perpetuar con nuestros actos la noción social de que la juventud es un valor en aumento y el cual se persigue —incansablemente— a partir de la ejecución y repetición de tecnologías corporales para prolongar el aspecto de la juventud, pues no cabe duda que el deseo generalizado de mantener esta apariencia es uno de los principales impulsores de la

⁹⁴ En años recientes se ha producido literatura que informa y problematiza sobre la hipersexualización de niñas y niños. Uno de esos estudios es el de González (2019), quien indagó respecto a la hipersexualización de la infancia en la industria cultural contemporánea, otro es el de Díaz y Llovet (2017), quienes realizaron y analizaron una encuesta sobre la percepción de personas adultas respecto a imágenes de niñas sexualizadas en las redes sociales, en el que encontraron que el aspecto sexualizado de las niñas genera percepciones que las minusvaloran intelectual, social y moralmente.

⁹⁵ Un ejemplo relevante de la manipulación de personas adultas a niñas con fines sexuales, a través de la idea de la “seducción” que ejercen las niñas en los adultos, puede verse en la novela de Nabokov (2005) *Lolita*.

demanda de productos para la piel, de productos dietéticos, y del auge de los gimnasios en todo el mundo, pero también de la hipersexualización de la infancia.

Esto no es natural pues, como indica Soley (2010), ha sido un proceso histórico y social en el cual los referentes han cambiado drásticamente —hablando del mundo de la moda. De acuerdo a la autora, las primeras agencias de modelos en Estados Unidos e Inglaterra atrajeron a mujeres de clases acomodadas a través de diferentes escuelas de modelaje. Aunque considera que el tipo de cuerpos que se preferían para dicho fin eran diversos, sugiere que durante el periodo de entreguerras los fotógrafos producían imágenes que procuraban imitar los cuerpos del arte clásico grecorromano y también su indumentaria, toda vez que la clientela pertenecía principalmente a la aristocracia, por lo que en aquel momento:

Dicha imagen se dirigía a una clientela aristocrática que buscaba la exclusividad de la alta costura. La representación de la exclusividad se lograba mediante diversas estrategias: la asociación del diseño de indumentaria con el arte, la evocación de los orígenes míticos de la civilización occidental, y la sugerencia de distancia de las necesidades terrenales, de una vida de asueto que era una realidad para las capas adineradas y una aspiración para el resto (Soley, 2010: 110).

Más tarde, durante la Segunda Guerra Mundial, “se solicitaban modelos de aspecto más ordinario y alegre. En tiempos de austeridad, la modelo debía representar la accesibilidad de los diseños, y una belleza cercana y sonriente era la imagen más deseada” (Soley, 2010: 110). La autora va describiendo las transformaciones en la moda a la luz de estas grandes sacudidas y transformaciones sociales y económicas. Así continua su análisis indicando que finalizada la Segunda Guerra Mundial, Christian Dior retomó nuevamente la extravagancia en la moda aun cuando todavía se vivían los estragos de la posguerra; su intención era vincular el estilo a un alto poder adquisitivo: “la distinción que su estilo trataba de significar exigía de sus maniqués una cierta personalidad y estilo: una mujer de treinta y tantos, sofisticada, cosmopolita y con una mirada de seguridad en sí misma” (Soley, 2010: 113). Pero para los años cincuenta se implementó una nueva estrategia al presentar a modelos

que simbolizaran la incorporación de las clases medias al mercado de la moda. Con esa transformación también comenzó a tomar relevancia la juventud, quienes en ese momento se convirtieron en potenciales clientes con su creciente capacidad de consumo, de modo que “un auténtico terremoto revolucionó los estándares de belleza: «antes una chica quería parecerse a su madre. Ahora ocurre lo contrario» exclamaba Yves Saint Lauren. Ser joven se había puesto de moda” (Soley, 2015: 84). Continúa la autora:

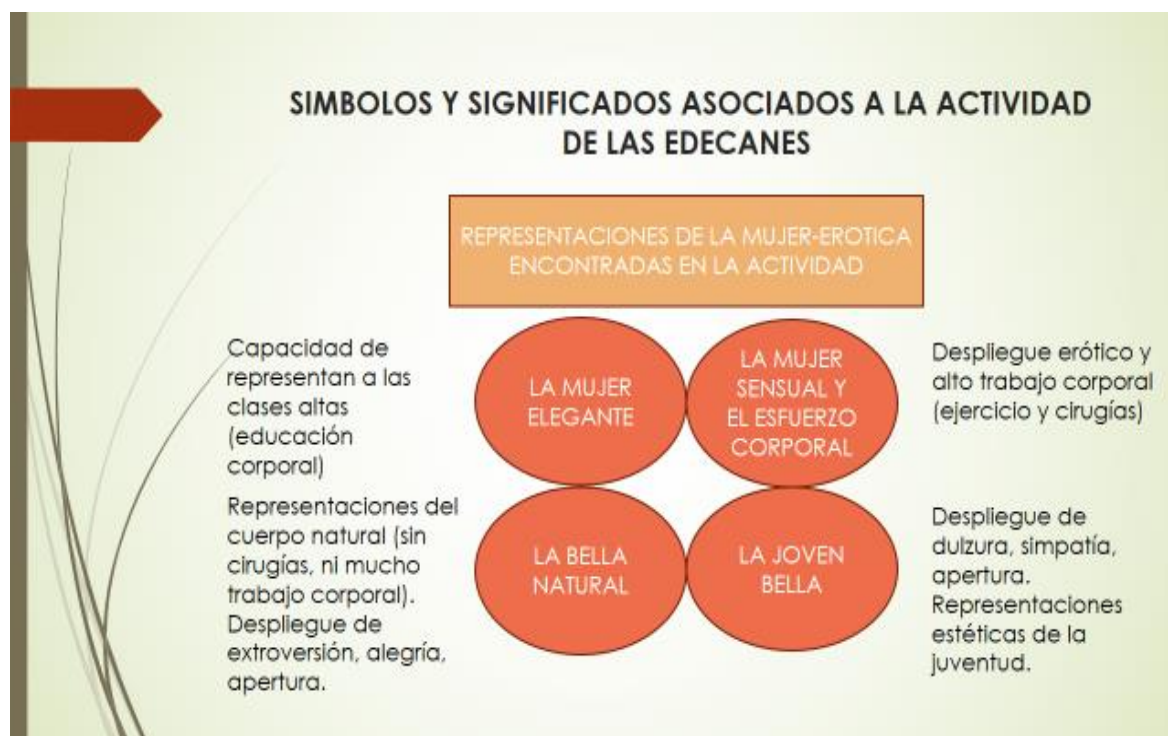
Actualmente, la juventud sigue de moda y resulta difícil ver modelos mujeres que no lo sean. De hecho, es la norma [...] Por esa razón, la vida útil de las modelos sigue siendo muy limitada. La mayoría de las profesionales que aparecen actualmente en las pasarelas, anuncios y revistas raramente sobrepasa los veinticinco años, dejando de lado el grupo de edad al que va dirigida la moda que promocionan. De hecho, no es inusual iniciar la carrera a los catorce. Las profesionales son extremadamente conscientes de vivir a la sombra del momento de su fecha de caducidad profesional (Soley, 2015: 89).

A través su análisis, Soley nos muestra que en el mundo de la moda los referentes estéticos pasaron de mostrar mujeres refinadas de treinta años a jóvenes e incluso niñas como fenómeno generalizado. Como expusimos antes, las modelos suelen ser incluso menores que las edecanes en tanto la mayor parte de las veces comienzan su actividad desde los catorce o quince años, pero notamos que las agencias no buscan resaltar especialmente este aspecto sino todo lo contrario, tratan de ocultar la edad de la trabajadora a través de la toda una producción estética a cargo de muchos actores dentro del proceso de trabajo. No obstante, en el caso de las edecanes de este grupo la apropiación de la juventud como recurso para vender mercancías es muy clara, así como la vinculación con la joven erótica que es representada a través de los uniformes y la actividad performática que realizan. En el estudio sobre las representaciones de las mujeres en revistas dirigidas a hombres, Lara (2013) encuentra que una de las representaciones de la mujer-erótica ampliamente difundida es la de la *Lolita*, nombre inspirado en la novela de Navokov (2005) de la que hemos hecho referencia, afirmación que también es válida para

el caso de las edecanes de esta categoría. De acuerdo la autora, en el estereotipo de mujer erótica, la *Lolita* es:

Una niña o joven que juega a ser mujer hipersexualizada. Es la imagen — simplificada y patriarcal— de las mujeres que derrochan erotismo y que desde muy corta edad realizan acciones para “atraer” a los hombres. En la figura de Lolita el patriarcado justifica las relaciones de pedofilia suscitadas entre hombres adultos y niñas pequeñas, argumentando sobre la “naturalización” de la sexualidad (erótica) de todas las mujeres sin importar la edad (Lara, 2013: 4).

Esquema 4. La mujer erótica



Nota: Cuatro acepciones de mujer erótica simbolizadas en el trabajo de las edecanes.

Fuente: Elaboración propia (2020)

4.4 Conclusiones del capítulo 4

En la discusión planteada en este capítulo busqué establecer los fundamentos o las bases desde las cuales opera la construcción de la actividad del edecanaje. En lo profundo de este trabajo se encuentran los principios de la división sexo-genérica presentes en el pensamiento dicotómico ordinario que coloca a las mujeres en posiciones de condicionamiento a partir de su sexualidad. Es a través de esos principios que se construye el mercado de trabajo al reclutar a mujeres con una serie de características corporales y estéticas específicas asociadas a este universo simbólico.

Analizamos que esta actividad, como un microcosmos social, nos permite comprender más profundamente las concepciones sobre la feminidad y lo que Lagarde (2015: 172) denominó la mujer erótica, es decir, existen socialmente diversas acepciones de dicho estereotipo, que en esta actividad se ven simbólicamente representadas en cuatro tipos: elegante, sensual, natural y joven y esas representaciones tienen efectos en la organización fragmentada, segmentada y jerarquizada del trabajo de edecán.

La teorización de Foucault (2005) en esta investigación es de gran utilidad en tanto permite mostrar que en la construcción de esta actividad influyen elementos que no forman parte del proceso de trabajo pero que son indispensables para su existencia, como son los discursos (Foucault, 2005) estéticos y de género que operan como mandatos que organizan el campo y segmentan el trabajo. En tanto los discursos expresan relaciones de poder, se puede concluir que los discursos sobre la feminidad —estética, comportamental, emocional— operan para controlar lo que sucede tanto dentro como fuera del campo, delimitando quien puede y quien no puede entrar en él, las reglas que se deben seguir si se quiere mantener dentro del mismo – incorporar extenso trabajo corporal, mantener la juventud – y fundamenta las reglas de exhibición que deben cumplir durante la realización del performance laboral, por lo que estos discursos estructuran el orden del campo.

Asimismo estos discursos, como indica Foucault, requieren para su diseminación de dispositivos disciplinarios, que en este caso efectivizan que se cumpla el discurso

trasmutado en mandato laboral. Por ello las edecanes incorporan trabajo corporal a través de dispositivos como son los gimnasios y la aplicación continua de productos para el embellecimiento del cuerpo.

En ese sentido, una intención fundamental de este capítulo fue sugerir que las agencias de edecanes se han servido del discurso de saber-poder de la división sexo genérica como un dispositivo para construir un negocio que ubica al cuerpo femenino en el centro de la producción del servicio. Estos diferentes sujetos-actores son quienes están en posibilidad, en mayor o menor medida, de imponer las reglas del campo.

En este campo, no sólo existe la contienda entre trabajo y capital, sino que tal contienda se escenifica articuladamente con otro campo donde la lucha es de naturaleza simbólica y tiene como característica estar constituido como una pugna por ascender económica y laboralmente a partir de criterios estéticos y determinados *habitus*. La disputa entre las edecanes se da a propósito de la belleza y erotismo legítimos y las trabajadoras participan con sus capitales simbólicos y el *habitus* que las ubican en posiciones diferentes dentro del campo. El capital simbólico y la capacidad de performativizar o encarnar determinadas actitudes, regulaciones del cuerpo y regulaciones emocionales, son las que ubicarán a la trabajadora dentro de la estructura jerarquizada del campo y por tanto les permitirá acceder a determinados recursos y posiciones.

La tradición feminista se ha ocupado de comprender cómo es que los estereotipos de la belleza femenina contribuyen a reproducir las relaciones de dominación. Entre ellas están provocadoras propuestas como la de Naomi Wolf, quien de acuerdo a Arango (2011: 8), acuñó el término *mito de la belleza* para indicar una estrategia patriarcal que pretende contrarrestar los logros alcanzados en la igualdad entre los sexos, “donde las industrias de la moda y la belleza habrían impuesto a las mujeres ideales estéticos inalcanzables, con efectos psicológicos devastadores sobre ellas, capaces de revertir los logros alcanzados en la igualdad entre los sexos en múltiples campos” (Arango, 2011: 8). Ello implica la existencia de

Imágenes de belleza inflexibles y crueles como estrategia de control social. Esta concepción sustituye al control antes ejercido por la domesticidad a las que estaban sometidas las mujeres antes de la economía en los servicios. Este mito “constriñe la identidad de la mujer haciéndola vulnerable respecto de la aprobación de los otros” (Ochoa y Reyes, 2011: 74).

De acuerdo a esa idea, el mito de la belleza se expresa al ser contrastado con la situación real de las mujeres, pues “mientras ellas crecen, progresan y experimentan su individualidad, esta ficción promueve una concepción inerte, eterna y genérica de la belleza” (Wolf en Ochoa y Reyes, 2011: 76). Esta reflexión llevó a Wolf a plantear una interesante metáfora con el uso de la figura de “la doncella de hierro”, antiguo instrumento de tortura con rostro de mujer en el que se encerraba completamente a las víctimas y que en su interior estaba cubierto de filosas navajas daban muerte al prisionero (Ochoa y Reyes, 2011: 76).

Su conclusión es que a través de este mito se promueve la posibilidad de que las mujeres generen una imagen desvalorizada de sí mismas, lo que tiene como resultado que se posibiliten situaciones de inequidad en el trabajo, como son los salarios inferiores que las mujeres obtienen con respecto a los hombres:

Ante el notorio avance de las mujeres, ante su mayor presencia en el ámbito público, ante el desmoronamiento del mito de la “domesticidad virtuosa” que exigía la reclusión de las mujeres en el hogar, emerge una contraofensiva que se articula en torno a la belleza en tanto “mito” que, de nuevo, intenta constreñir a la mujer al ámbito de lo privado, refuncionalizando el control sobre ellas, imponiendo una nueva modalidad de “represión sexual”, que pasa por explotar un sentimiento de vulnerabilidad que deriva de la aprobación del otro (Ochoa y Reyes, 2011: 76).

La belleza, por ello, funciona como un dispositivo de marcación de la diferencia sexual que refuerza las oposiciones entre hombre-sujeto y mujer-objeto (Bourdieu, 2000). Como categoría normativa, la belleza femenina genera diferencias, privilegios y exclusiones entre mujeres y feminidades, ligadas a desigualdades de clase, raza, etnicidad, sexualidad y edad (Arango y Molinier, 2011). En ese sentido y reforzando las argumentaciones anteriores, Skegg (en Arango y Molinier, 2011) señala que si la feminidad es algo con lo que las mujeres mantienen una relación dificultosa se debe a las propias dinámicas establecidas de clase y género más que a inestabilidades psíquicas históricamente atribuidas a las acciones y reacciones por parte de las mujeres.

Las actividades de modelaje y edecanaje confirma el trato de niñas y jóvenes como mujer-objeto consideradas y aprobadas en los ámbitos públicos “como paisajes corporales con los cuales «alimentar la pupila» diariamente” (Lagarde, 2015: 131). Ambas actividades tienen las funciones sociales de perpetuar la ya iniciada relación que la niña forja durante la infancia con su cuerpo cuando aprende que cuidarlo, embellecerlo es esencialmente no para el gusto, goce o amor propio, sino para el placer de otro (Lagarde, 2015: 179).

CAPITULO 5. EXPERIENCIAS Y SUBJETIVIDAD EN EL OSCURECIMIENTO Y PRECARIZACIÓN DE LAS CONDICIONES DE TRABAJO

5.1 Introducción

En este capítulo se aborda cómo son significadas subjetivamente las experiencias las edecanes con relación a su trabajo; para ello se analiza cuál es la construcción de sentido que hacen de sus vivencias laborales a partir de diversos elementos que se mostraron pertinentes para que las edecanes experimenten su actividad en términos placenteros, aspecto que, como veremos, contribuye al oscurecimiento de la precariedad del trabajo de edecanaje. Como indica de la Garza (2000: 1) respecto a la subjetividad “el sujeto se recupera no solamente como agente transformador sino como creador de significados. En esta medida el concepto de subjetividad que se sigue es como proceso de dar sentido. Este proceso se trata de vincular con la cultura entendida como significados acumulados”. En este capítulo interesa recuperar cómo las edecanes significan su propia actividad a partir de las narrativas vinculadas a los siguientes aspectos: ¿Cuáles son las habilidades y talentos que ellas consideran importantes para realizar la actividad? ¿Cuáles son las valoraciones —tanto positivas como negativas— que hacen de la realización de su trabajo? ¿Cuáles son las experiencias que consideran más relevantes durante su trayectoria laboral? ¿Cuáles son los elementos identitarios identificables a partir de las narrativas de las trabajadoras?

Indagar sobre estos aspectos tiene un propósito específico que no se reduce a conocer cuáles son las valoraciones que hacen de su propio trabajo, sino develar el hallazgo respecto a cómo esta construcción de sentido —que en términos generales podemos sugerir que experimentan y significan su actividad laboral en términos de gusto y placer por lo que hacen— posibilita la preservación de las relaciones laborales *oscurecidas* y las condiciones precarias del trabajo. En el análisis de este capítulo contrastamos, por lo tanto, las dinámicas económicas que se expresan en esta actividad, lo que fue desarrollado en el segundo capítulo —tercerización, deslaboralización, precariedad, flexibilidad— con las

lógicas de orden subjetivo construidas a partir de las experiencias laborales de las trabajadoras.

De esa forma, “las vivencias se expresarían a través de significados, organizados en un sistema de signos (función significativa del signo y expresiva, en un contexto de discurso), pero rechaza que la significación corresponda a la vivencia, el significado es reflexión sobre la vivencia pero no la vivencia misma” (Habermas en De la Garza, 2010: 5). En ese sentido, encontramos que a pesar de las condiciones de riesgo y de precariedad presentes en la realización de actividad, las edecanes experimentan una serie de relaciones y elementos que valoran en términos positivos y que desembocan en que se perpetúen las condiciones precarias del trabajo, debido a que en éste encuentran ciertos grados de satisfacción, una sensación de progreso dentro de la propia actividad y la oportunidad que tienen de realizar una labor que —en sus propios términos— no es “*normal*”.

Por ello, “los significados no solo se generan de alguna manera por los individuos en interacción sino que dentro de ciertos límites espaciales y temporales se vinculan con significados acumulados socialmente que los actores no escogieron” (Habermas en De la Garza, 2010: 3-4). Para las edecanes, estos significados sociales se relacionan con ideas respecto a que la suya “*es un actividad divertida, no monótona*”, “*no es como un trabajo normal*”, así como la oportunidad que les brinda de ganar notoriedad social, de convertirse en un tipo de celebridades y, por lo tanto, de poder incursionar en otro tipo de actividades que las proyectan socialmente: participar en videos musicales, ser bailarinas en programas de televisión, aparecer en portadas de periódicos y revistas, como modelos, entre otros.

Con los elementos señalados, la intención de este capítulo es completar el análisis del trabajo de las edecanes analizando los elementos subjetivos o de construcción de sentido que hacen las trabajadoras a partir de su labor. De esta forma se completa el análisis sustentado en el configuracionismo latinoamericano que considera que la realidad de los objetos de investigación debe ser indagada como totalidad concreta a partir del análisis de estructuras, subjetividades y acciones.

5.2 El papel de las habilidades, los talentos y los gustos

Un primer elemento que hace gozosa esta actividad para la edecanes entrevistadas es el hecho de que los capitales emocionales, estéticos, corporales y performáticos de los que se apropia la actividad tienden a coincidir con sus gustos, preferencias y formas de ser, es decir con sus *habitus*. Esos elementos concatenados dotan, para ellas, de componentes lúdicos a la actividad laboral, por lo que la experimentan más que como un trabajo como un juego que les permite realizar dinámicas que disfrutan también en los mundos fuera del trabajo. Puntualizo a continuación cuáles son estos elementos que requiere la actividad y cómo esos se conectan con los gustos y preferencias de las trabajadoras, lo que desemboca en esta experiencia gozosa del trabajo. En este apartado se retoma el análisis sobre las habilidades y talentos que las trabajadoras requieren para insertarse en la actividad, que son partes de los criterios específicos para su contratación de ellas como se expuso en el segundo capítulo, pero aquí se discute más ampliamente y especialmente se retoma desde el punto de vista de la propia experiencia de las trabajadoras, desde sus narrativas y sus percepciones, para observar cómo esos criterios se conectan con la posibilidad de oscurecer la relación laboral y las condiciones precarias del propio trabajo.

No es posible determinar una razón unívoca para ingresar a la actividad del edecanaje, pero encontré que si bien se explica básicamente por la necesidad de buscar alguna fuente de ingresos, es una actividad seleccionada por ellas por el hecho de poseer ciertas características y habilidades que ellas y en muchas ocasiones los otros —familiares, amigos— consideran que poseen y les sugieren que se inserten en ella. Es decir, si bien se piensa que los requisitos para poder insertarse en este trabajo no son tantos, o no son tan importantes, de hecho requieren de ciertas habilidades que no todas las personas poseen o que se adquieren con facilidad.

Ello no solo tiene que ver con el aspecto físico, que como ya se ha señalado a lo largo de la tesis es fundamental, sino con un conjunto de elementos concatenados que posibilitan que algunas de estas mujeres ingresen y se mantengan en la actividad durante todos los

años que el medio lo permita. Una primera habilidad que ellas poseen, que es fundamental para el trabajo, es su capacidad para relacionarse eficientemente con los otros. Eso es tanto una habilidad como un gusto, en tanto ellas también disfrutan y consideran como una de las cuestiones positivas de la actividad que pueden conocer a un número importante de personas, que es una actividad que les permite relacionarse e incluso hacerse amigas, por ejemplo, de las personas que las contratan y otros sujetos vinculados al campo. Como se ha expuesto a lo largo de la tesis, pero es necesario enfatizar aquí, las edecanes conviven con un número importante de personas, dadas las características flexibilizadas de la contratación, como de los espacios y situaciones de trabajo, de modo que constantemente están relacionándose con personas diversas incluso en el transcurso de una misma semana.

Dueños de agencias formales y redes informales con los que tienen que mantener una continua comunicación con el propósito de obtener todos los eventos posibles para mantener trabajo constante a lo largo de un mes; clientes que fijan las condiciones de la prestación del servicio y por lo tanto están en constante contacto desde el instante en que las edecanes llegan a sus propios negocios y comienza la interacción sobre qué es lo que va a hacer durante esas horas o cómo lo va a hacer; las otras edecanes con las que pueden compartir espacios de trabajo, es decir, sus compañeras de trabajo, no son fijas como en otro tipo de actividades, sino que pueden compartir espacios de trabajo con una gran cantidad de trabajadoras que pertenecen al campo del edecanaje, en el que se dan frecuentemente encuentros que se perpetúan en el espacio virtual a través de los grupos de *WhatsApp* y *Facebook*; por último, con los visitantes o sus públicos y consumidores, que es el grupo al que está dirigida su actividad y con quienes tienen muchas interacciones significativas, que en algunos casos puede ser superficial y por un instante y en otros casos pueden convertirse en sus seguidores en una relación en donde ellas son especies de celebridades que cuentan con grupos de *fans*, como ellas mismas los denominan, y que incluso pueden ir a buscarlas a diferentes eventos en donde saben que van a estar realizando su actividad y asistir solo por el hecho de verlas, de encontrarse con ellas, de convivir un rato, de verlas bailar, de fotografiarlas. De hecho, no es infrecuente que algunas edecanes realicen eventos en diferentes lugares para llevar a cabo firmas de autógrafos y

que los establecimientos faciliten el lugar y cobren una entrada (*cover*) para que estos puedan ingresar al lugar y recibir un autógrafo de la edecán. Más adelante ahondo sobre cómo se construye esta relación. Por ahora es importante enfatizar que antes de ingresar a la actividad, las propias edecanes, así como amigos consideran que “tienen actitud” para trabajar como edecanes y que deberían aprovechar esa simpatía, esa habilidad, para interactuar con las personas en una actividad de la que puedan obtener ingresos.

Es esa una habilidad que se combina con un gusto por conocer diversos tipos de personas, esto implica que son muy sociables: por lo general no tienen ningún tipo de dificultad para acercarse a las personas, poseen bastantes recursos para mantener una conversación sin trabas, además de que les gusta hablar y compartir. De hecho, en las interacciones que tuvimos durante las entrevistas ellas fueron muy dinámicas y fluidas, rien durante la conversación, por ejemplo. Asimismo, es difícil dilucidar hasta qué punto tienen una amabilidad “natural” y hasta dónde se ha desarrollado en la realización de su actividad laboral. En la perspectiva de esta investigación, desarrollan amabilidad hacia las personas, suelen tener dulzura en el trato con otros; cuando contacté con ellas noté que varias se dirigían hacia mí como *nena*, “*hola nena*”, “*gracias nena*”, “*mira nena*”. Es esa una de las formas que tienen de referirse entre compañeras de trabajo.

También en las narrativas surgieron quienes tienden a asumir un comportamiento que ellas denominan como de “*diva*”. Son edecanes que tienen un trato más distante con los otros o que no le hablan a cualquier persona. Esta es también una forma de interactuar muy común dentro de este grupo de trabajadoras e incluso en algunas ofertas de trabajo que circulan por la red es frecuente que especifiquen “*no divas*” o “*cero divas*” para la contratación en algún evento. No obstante, esa es, por los aspectos que se han revisado en la tesis, un tipo de actitud que socialmente se espera que tenga una mujer con altas cualidades estéticas en el marco de las representaciones sociales sobre la belleza y la feminidad, por lo que hasta cierto punto es aceptable en el medio en tanto que su imagen lo avale.

En ese sentido se compatibilizan performatividades y gustos de las trabajadoras, lo que permite que experimenten la realización de su actividad, en términos generales, como algo gustoso y en donde se ponen en juego sus habilidades. Esas son habilidades que dentro del campo del edecanaje se convierten en capital laboral y que ellas movilizan para ser consideradas por los clientes y agencias por su capacidad de abordar e interactuar con clientes y consumidores. Como indica una de las entrevistadas:

Pues yo creo que el gusto por el trato, el trato a la gente, el ser sociable, también que te guste el hecho de representar a las marcas, el pararte, no ser penosa, no ser cohibida, no ser tímida, nosotras no podemos ser así y si quieres que realmente tengas trabajo porque en este medio es muy recurrente saber animar, saber hacer dinámicas, saber bailar, saber jalar gente, saber vender también te ayuda mucho, yo creo que todas esas habilidades en conjunto hacen realmente a una edecán, porque nosotras no nada más somos imagen, también ayudamos a vender, ese es nuestra meta, desde un carro hasta un yogurt o una lechita, pues tenemos que aprender a manejar los diferentes productos para poder atraer a la gente (Nenet, 35 años, 9 años de experiencia, 2019).

Ello no implica que la performatividad en el trabajo no sea relevante o que no implique el manejo de emociones para lidiar con situaciones que les desagraden, aspectos tratados en los capítulos anteriores, lo que interesa remarcar es que el trabajo de edecanaje agrupa a trabajadoras que poseen capitales interaccionales y emocionales en las que se apoyan para lidiar con las situaciones que se les presentan durante la realización del trabajo. En ese sentido, las trabajadoras ponen en juego, en el campo, sus recursos y habilidades heredadas de espacios y sus mundos de vida anteriores al trabajo y los movilizan y capitalizan para ganar posiciones y mantenerse dentro del campo laboral.

También, entre las habilidades y talentos que las pueden llevar a tomar la decisión de insertarse en la actividad se encuentra el *carisma*⁹⁶, posesión que consideran no todas

⁹⁶ “Don de atraer y captar a la multitud” (Moliner, 2007: 554).

las personas tienen, por lo que es parte importante dentro de los requisitos para trabajar en ese medio, así como el ingenio que deben poseer y desarrollar para promocionar la marca o el negocio, pues esos elementos se ponen dentro del trabajo sin recibir ningún tipo de capacitación. Por ello, reconocen que es gracias a su propia espontaneidad, inventiva y sus “ganas” de ser eficientes dentro del trabajo que se mantienen en él y las continúan contratando.

Otro aliciente que se relaciona con estas habilidades sociales es que la actividad agrupa a trabajadoras que gustan de los ambientes festivos, de “echar relajo”, de la diversión, del baile. En esta actividad se recrean o representan estos aspectos, por tanto, ellas refieren que cuando les toca trabajar en grupo, como cuando son contratadas para trabajar en ferias o carnavales, son momentos que disfrutan porque conviven con compañeros habituados a los ambientes lúdicos, lo que hace también que la actividad se experimente en algunos momentos como un juego.

La actividad del edecanaje, así como les permite capitalizar sus habilidades, también les posibilita desarrollarlas por lo que si inicialmente eran bastante capaces de relacionarse e interactuar con personas desconocidas, dentro del campo se amplía aún más esa capacidad, lo que les permite acrecentar sus capacidades para tratar y dirigirse a personas con muy diversas características, de diferentes sectores y clases sociales. Un factor interesante es que como los negocios o marcas que requieren de sus actividades es muy diverso, las personas con las que se llevan a cabo las interacciones también lo son, lo que multiplica ampliamente su experiencia al, como trabajadoras, moverse en espacios y con sectores tan diversos, lo que les permite, proviniendo en varios casos de familias trabajadoras, conocer “los dos lados de la moneda” de los espacios en los que prestan sus servicios: lugares en donde prevalece la pobreza, pues muchos de los negocios como ferreterías, cocinas económicas, tortillerías, suelen estar en lugares de las zonas populares menos favorecidas de la ciudad, así como en el otro extremo social: el *World Trade Center*⁹⁷,

⁹⁷ Rascacielos ubicado en la Ciudad de México, que incluye un centro de convenciones y un centro cultural.

el Centro Citibanamex⁹⁸, en las instalaciones de Televisa⁹⁹ o TV Azteca¹⁰⁰. Esto surgió muy claramente en la experiencia de la siguiente entrevistada:

Te das cuentas de muchas cosas, esos eventos que son agridulces, porque pues si trabajas y ves la necesidad de la gente, de ir por un globo, de pedirte una playera, porque siempre en las promociones uno regala cosas, te dan cosas para regalar y la gente te pide un llavero, porque finalmente no son tuyos, tú los das, pero ves la necesidad de la gente y es triste, pero ves la felicidad a la vez; es decir, cómo esa persona está feliz con algo, cómo ese niño es tan feliz con un globo, cómo ese niño fue tan feliz con una hoja o con una tapa de los reyes magos, y te das cuenta de muchas cosas y me ha pasado muchas veces, no ha sido una vez, ha sido a lo largo de todo el tiempo que he trabajado en esto, en el medio, yo creo que son esas las lecciones que siempre me quedo y me impresionan que son agridulces, que me ponen feliz y triste a la vez, porque sí te das cuenta, como te decía hace ratito, tanto como puedo tratar con el gerente corporativo, el jefe acá que llegan en carrazos [automóviles de lujo]. Le trabajamos apenas al de Tv Azteca, y ¡nombre! ves derroche, dinero, carrazos, la gente, artistas, algo exagerado ¿no?, y por otro lado vas aquí a un pueblito y ves la necesidad tan grande de la gente, y como te vuelvo a repetir, el que un llavero, un globo, una hoja, los haga tan felices ¿no? (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019)

Lo anterior se relaciona con la forma en la que la actividad del edecanaje se apropia de los capitales de las edecanes dentro del campo y operativiza sus *habitus*. Si bien en algún momento todas las entrevistadas participan en cualquiera de los muy diversos negocios o marcas en los que se suelen trabajar, esto también depende mucho de la propia decisión de la edecán, así como de su encarnamiento, como vimos en el cuarto capítulo, en donde

⁹⁸ Centro de convenciones para eventos empresariales ubicado en la Ciudad de México con restaurantes y áreas de esparcimiento.

⁹⁹ Empresa mexicana de medios de comunicación dedicada a la producción y transmisión de programas de televisión abierta y de pago.

¹⁰⁰ Empresa mexicana de medios de comunicación dedicada a la producción y transmisión de programas de televisión libres.

cada corporalidad suele adscribirse a determinados espacios de trabajo. Encontramos que, en algunas circunstancias, la trabajadora puede tomar la decisión sobre en qué tipo de espacios trabajar. Eso se relaciona o tiende a relacionarse con experiencias y lógicas derivadas de su propia condición y clase social, lo que implica que el origen social de las edecanes opera también como un capital que se puede poner en juego en función del espacio en el que esté circunstancialmente prestando sus servicios.

Ejemplo de ello es que en charlas con edecanes se pudo constatar que aquellas cuya socialización fuera de los espacios de trabajo ocurrió principalmente en sectores “populares” tienen mayor facilidad para aceptar trabajos en zonas populares o en la zona conurbada de la ciudad de México. Esto es así porque sus *habitus* les proporcionan los códigos culturales necesarios para orientar su comportamiento de acuerdo al espacio en el que están trabajando, además les ayuda a no cometer errores de traducción en las interacciones en ese tipo de espacios. En contraparte, las edecanes que se asumen como pertenecientes a la clase media tienden a aceptar trabajos en zonas y negocios “populares” si no tienen otra opción, pero en cuanto la tienen eligen siempre realizan sus actividades en espacios y negocios de “clase media” afines a su origen social. De acuerdo a eso, las evidencias encontradas muestran que, en efecto, los *habitus* tienen efectos en la forma en que las trabajadoras formulan sus estrategias para la realización de las actividades laborales que realizan, fundamentalmente cuando tienen margen para decidir en qué espacios y negocios laborarán. El extracto de entrevista siguiente es extenso, pero refleja precisamente el cómo en el medio laboral las trabajadoras ponen en juego sus disposiciones, sus gustos, es decir su *habitus*:

Yo creo que es el rubro que tú te quieras llevar, yo por ejemplo trabajo en refaccionarias porque a veces tengo la necesidad de trabajarlas, pero no son tan de mi agrado, y generalmente trato de trabajar en empresas de José Cuervo, no sé, lugares más [de mayor prestigio social], supermercados, exposiciones o los de carros, las concesionarias, pero es dependiendo el rubro. Hay muchas chicas que les encantan las refaccionarias y pues está bien, es de gustos, y hay chicas que nada más se dedican a las refaccionarias, hay chicas

de A que trabajan en refaccionarias y hay otras chicas que se dedican a dar degustaciones en supermercados, o que se dedican a dar degustaciones en otras marcas, es dependiendo del rubro que tú quieras trabajar y de la opción de marcas que tengas. Digo, generalmente yo conozco chicas todo terreno que nos vamos a todo tipo de eventos pues porque realmente aquí también es más necesidad económica que lo que llega a agradarte, pero pues eso es dependiendo de gustos, de experiencias, por ejemplo a mí en refaccionarias no me gusta mucho porque las bromas o las dinámicas son un poco más fuertes, son más como de (que) al chavo lo desnudan para que se ponga la playera de la refaccionaria y yo no soy tan así, me gusta más lo familiar, me gusta más a lo mejor hacerles una dinámica a una familia que a un señor, y es válido, pero sé trabajar de todo porque tengo la necesidad de trabajar en diversos eventos. Igual todas las edecanes A, doble A o triple A buscan diferentes tipos de eventos dependiendo, hay edecanes que a mí me han dicho: — ¡a mí no me gustan las expo! Y yo — ¡cómo crees, ¿por qué?! — ¡Porqué todo el día estoy parada ahí con tacones! Y yo digo — ¡Ah, ok! A mí sí me gustan mucho. Entonces yo voy con gusto a las expos, me gustan mucho, pero cada quien, o sea aquí es como cada quien tengan el trabajo que le ofrezcan, también hay chicas que a lo mejor no tienen tanto trabajo y agarran a donde a lo mejor no les gusta tanto pero pues ganan dinero, entonces, aquí hay diversidad, hay de todo, nada más es que tu elijas o que quieras trabajar en donde te guste, donde te agrade, o pues si no pues ni modo por necesidad agarras todo lo que puedas encontrar (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019).

Adicionalmente, ellas encuentran en esta actividad otras ventajas que les brinda la propia realización del trabajo como es la oportunidad que tienen de conocer muchos lugares distintos, pues como se ha mencionado, suelen realizar con cierta regularidad trabajos fuera de la Ciudad de México, lo que les ha permitido conocer, por ejemplo, diferentes playas o pueblos que quizá por cuenta propia tardarían más tiempo en conocer, lo que incrementa sus experiencias de vida y traducen en términos de satisfacción laboral.

5.3 La dimensión estética y corporal en las estructuras subjetivas

En la investigación se encontraron otros elementos importantes que las edecanes experimentan como gozosos, como disfrutables. Son los propios elementos de la estética corporal que se han analizado a lo largo de la tesis, tanto para comprender los procesos de selección de las trabajadoras y por lo tanto de la construcción del mercado de trabajo, como para la realización de los procesos de trabajo pero que en este caso forman parte de la configuración subjetiva de las edecanes y operan para oscurecer la precaria condición del trabajo.

¿En qué sentido es esto? Por un lado, en el hecho de ser reconocidas como “mujeres bellas” que tienen la oportunidad de realizar este tipo de actividad por sus características físicas destacables. En esta dimensión subjetiva operan una serie de significados acumulados sobre el papel de la hermosura en la sociedad, donde la belleza física es una cualidad no solo buscada sino deseada por hombres y especialmente por las mujeres. El reconocimiento social de la posesión de la belleza permite y justifica que se pueda obtener una retribución económica adicional por ella, misma que connota una *distinción* específica a cada tipo de trabajadoras.

Por otro lado, también debido a que las edecanes entrevistadas asocian el progreso personal con el progreso corporal, ven las transformaciones que van realizando en su cuerpo, a través de diferentes disciplinas corporales, como un proceso que les permite alcanzar un cuerpo cada vez más trabajado, fortalecido, bello, voluptuoso y eso es considerado por ellas como un progreso en su vida personal y laboral que les abre la posibilidad de mejorar sus ingresos y mejorar el estatus de los lugares en donde brindan la actividad. En ese sentido, las transformaciones corporales que llevan a cabo son parte de un trabajo no pago que deben realizar para poder desempeñar su labor. Esa transformación corporal es vista igualmente como una transformación altamente placentera y también como un progreso en sus vidas, algo parecido a los sistemas escalafonarios de los trabajos clásicos en donde en función del incremento de las habilidades pueden ascender en los

puestos de trabajo. Pero en el caso del edecanaje, el ascenso descansa sobre la obtención de atributos corporales valorados socialmente. Es por ello que este aspecto se vuelve un componente subjetivo adicional importante para el mantenimiento de las condiciones precarizadas del trabajo, en tanto subjetivamente no sienten estancamiento sino progresión continua, material y visiblemente *incorporada*.

Eso mismo ocurre con la capitalización de sus preferencias y gustos estéticos sobre moda y sobre las formas de presentar el cuerpo dentro de la actividad, como es el gusto por vestir con ciertas prendas, por ejemplo, vestidos cortos, ombligueras, shorts (muchos de los uniformes tienen estas características). Aunque en las entrevistas algunas edecanes comentaron que en determinadas circunstancias pueden sentirse incómodas porque los uniformes suelen estar demasiado ceñidos o cortos, la estética general utilizada dentro del proceso de trabajo se compatibiliza con las formas que ellas tienen en su vida cotidiana de presentarse frente a los otros. Por ejemplo, los tacones son un tipo de zapato que a la mayoría de las entrevistadas les gusta utilizar, aunque reconocen que para la realización del trabajo es un auténtico martirio; en su vida cotidiana ese zapato les gusta porque les permite proyectar la imagen de feminidad y sensualidad que ellas desean.

5.4 Construcción de trayectorias prestigiosas como hecho y como expectativa

Otra de las razones que puede influir en la subjetividad de algunas edecanes es la oportunidad de convertirse en una especie de figuras públicas, ya sea en el campo mismo del edecanaje o en otros, como el de la moda o el de la farándula. No es posible discernir hasta qué punto esto es algo que ellas buscan conscientemente o si es parte de las consecuencias no esperadas de la actividad, sobre todo a partir del uso intensivo de internet, pues este medio de información y comunicación le facilita a un número importante de ellas proyectarse a través de sus redes sociales, construyendo así trayectorias prestigiosas en el campo que les permiten ser reconocidas por número amplio de personas —principalmente hombres— que, como se ha indicado, se convierten en sus

fans y suelen seguirlas a los diferentes eventos en donde son contratadas. Incluso les permite organizar eventos en donde ellas son el centro de atención y en los cuales dan autógrafos, se toman fotografías, conviven con ellos y generan —con la autopromoción de su imagen— ingresos adicionales a su actividad principal, que es la promoción de productos. Esto no es algo que realicen todas las edecanes, pero sí observamos que muchas utiliza sus redes sociales como *Facebook* o *Twitter* activamente a través de los cuales promocionan su imagen en sus eventos de trabajo o fuera de ellos, al realizar transmisiones en vivo cuando están trabajando como edecanes, lo que simultáneamente permite promover tanto su imagen como la de las marcas o negocios que están promocionando en ese momento. Así convocan mediante las redes a sus seguidores para que vayan a verlas, situación que transforma la forma tradicional de llevar a cabo la promoción en tanto permite realizarla más allá de los espacios materiales en donde están ubicadas en ese momento. Con iniciativas como esas, las trabajadoras expanden el impacto de las campañas promocionales hacia las personas que las siguen en sus redes, quienes pueden ver sus transmisiones en vivo, enterarse en dónde están y decidir en ese momento trasladarse a los espacios materiales y comprar o consumir el producto solo por el hecho de compartir un momento con ellas:

Nuestras redes sociales son muy públicas, generalmente para que tengas más seguidores, el hecho de que tengas muchos seguidores y la gente piensa — ¡Ah, quiere llamar la atención! —No. Yo en específico la verdad es que no; tengo una niña y pues no es mi hit, no, pero lo hago también porque generalmente ahí agarramos mucho trabajo, y las agencias ven que eres popular y la gente te va pidiendo en los eventos, entonces te conviene tener tus redes sociales públicas pero sí es un riesgo, ahí corres riesgo, entonces tienes que tomar medidas de seguridad tú, como edecán (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019).

Lo señalado por la entrevistada tiene al menos dos consecuencias: por un lado expandir su imagen y ganar notoriedad dentro del medio, convirtiéndose así en auténticas figuras públicas y, por otro, que las agencias o clientes decidan contactarlas específicamente a ellas

como edecanes capaces de congrega a una buena cantidad de individuos por su popularidad y por lo tanto obtener un mayor número de eventos y mejores ingresos. En ese sentido, como hemos mencionado los “fans” se vuelven consumidores de lo que las edecanes promocionen y van a buscarlas a ellas más que a la marca, el negocio o el producto; la motivación por acercarse es el hecho mismo de la presencia de la edecán como persona específica; como indica una de las entrevistadas:

Sí hay mucha gente que va por verte. De hecho yo he promocionado hasta pizzerías, ¡imagínate! he ido a Guelatao, La Paz y todo eso y va gente de Coacalco o va gente que ya han ido a varios eventos míos y que nada más van porque vamos a estar ahí, o porque vamos a dar fotos y nada más por ver a la edecán. Por ejemplo, tengo una amiga que está trabajando en Total Play¹⁰¹, te juro que la ves en redes sociales porque tiene redes sociales y promociona tanto, sube videos de que está en Total Play y todo. Y hay gente que le escribe a su face: “¡joye! ¿me puedes hacer un contrato?”. Mientras que nosotros a lo mejor no somos el contacto pero decimos: ¡sí, espérame, ahorita te busco un vendedor! y a fuerza te lo hace (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019).

Situaciones como la anterior tienen alguna frecuencia entre las edecanes. Es el caso de una de las entrevistadas con mayor prestigio en el medio, que utiliza esta herramienta para promocionarse a sí misma como figura o personaje, lo que le permite trabajar de forma más independiente con relación a las agencias. Los contactos más frecuentes que ella tiene son directamente con los clientes que la buscan para realizar una diversidad de eventos que como edecán que trabajase frecuentemente con agencias no podría realizar; en ese sentido, ella suele promocionar especialmente su propia figura, su propio personaje y expande así sus posibilidades de empleo y gestiona su actividad de una forma mucho más autónoma:

Pues digamos que yo soy mi propia empresa, aun no tiene un nombre pero por medio de mi Facebook o de mis redes es que la gente me contrata o me

¹⁰¹ Totalplay es una empresa de Telecomunicaciones con sede en la Ciudad de México, que ofrece servicios como televisión, internet, telefonía fija a través de fibra óptica.

contacta para poder trabajar con ellos [...] son muchas marcas, negocios, empresas incluso no sé, he hecho calendarios que las mismas empresas me escriben de forma directa [...] gracias a Dios en este momento he podido obtener contratos, pues ya no requiero de ir a una agencia, soy mi propio producto (Ollin, 40 años, 15 de experiencia, 2019, corchetes míos).

La construcción de trayectorias prestigiosas y la proyección que logran como figuras públicas se convierte en otro aliciente importante para realizar y mantenerse en la actividad laboral, así como el hecho de ser personas que se distinguen por su belleza física destacable, razón principal por la que suelen tener un número importante de fans y seguidores, elementos que ellas transforman en confianza en sí mismas y en seguridad, además que por ese hecho ganan reconocimiento social, lo que se convierte en otro aspecto por el que disfrutan realizar la actividad:

Mira, lo positivo dentro de estas actividades es que en mi experiencia, lo que yo te comentaba hace ratito, que a lo mejor yo voy a trabajar como edecán a una refaccionaria, a una tortillería, a un lugar de pinturas y que la gente se acerque y a lo mejor tú no lo publicas como [menciona su nombre artístico], de ¡Ahí, voy a estar en la refaccionaria tal! Porque al final de cuentas no vas como personaje sino vas como la edecán y el que la gente se acerque, te lleve flores, te lleve un chocolate, incluso agua, un refresco y te reconozca, eso es como de las experiencias más bonitas que se puede tener... para mí sí lo es (Ollin, 40 años, 15 de experiencia, 2019, corchetes míos).

Esta exposición eventualmente puede traerles algunas complicaciones debido a que, como figuras públicas, también pueden ser acosadas o molestadas a través de mensajes o que desconocidos frecuentemente tomen sus fotografías de las redes para promocionarlas como *escorts*¹⁰² y de ese modo engañar o extorsionar personas, o abrir páginas que solo tienen el propósito de compartir fotos constantemente de mujeres. Incluso tienen que tomar precauciones adicionales por el hecho de que sus seguidores en redes puedan

¹⁰² Expresión para definir acompañantes por un pago, que pueden o no ofrecer trabajo sexual.

buscarlas y perseguirlas en la vida real, cuestión que se convierte adicionalmente en otro riesgo laboral importante:

Ahorita sí he tenido un poquito de problemas porque hasta me han robado fotos para hacer “face” falsos y promocionan escorts o promocionan que tus nudes, que supuestamente vas a mandar fotos encuerada, o a veces los extorsionan, apenas me habló un amigo que otro amigo de él estaba muy emocionado por conocerme y que no sé qué y que ya había hecho cita conmigo y yo así de jno, yo soy casada! Pues sí, así como puedes ayudar a alguna marca, como tú puedes comenzar a correr algunos riesgos, entonces, por ejemplo yo ahorita restringí un poco más mi “face”, dejo algunas cosas para los seguidores para que no dejen de seguir y a las fotos les pongo marcas de agua, todo eso trato de hacerlo para que no tenga problemas. Repito mucho en mi “face” que no hago estos servicios, que no caigan, que son extorsiones y ahí me la llevo, pero sí a veces sí es molesto, sí llega un punto de que ya no puedes subir (fotografías) ni con tu familia, ni con tus hijos, ni nada, eso sí tienes que sacrificar un poquito más de tu vida privada (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019).

En síntesis, puede observarse cómo el factor de convertirse en *celebrities, influencers*, o figuras públicas es un aspecto de gran valor en este trabajo, que les permite experimentarlo como una actividad glamurosa, que les hace sentir que avanzan o progresan realizando este trabajo y que, eventualmente, esto efectivamente se convierte en una posibilidad de aumentar sus ingresos en tanto agencias, redes y clientes se interesan por contratar a personajes populares para atraer al mayor número posible de espectadores. En ese sentido, la construcción de trayectorias prestigiosas, como hecho y como expectativa, opera en la subjetividad de las trabajadoras. Como hecho, obtienen celebridad y notoriedad en función del prestigio que van acumulando y como expectativa, aspiran a participar esporádicamente en programas de televisión, en espectáculos y, eventualmente, que como edecanes famosas puedan acceder a diferentes modalidades del espectáculo de masas.

Por ello, sugiero que la trama simbólica tejida y acumulada en torno al prestigio, fama, celebridad e influencia, dotan a la actividad del edecanaje de un sentido glamuroso

que permite el oscurecimiento y la aceptación de la precarización de las condiciones laborales al brindar a las edecanes alicientes subjetivos importantes que no se reducen solamente a los aspectos de la obtención de ingresos que les da el trabajo.

5.5 Representaciones del salario y la flexibilidad laboral: la construcción social del ingreso familiar

Las trabajadoras esgrimen otros elementos de las propias condiciones de trabajo que subjetivamente valoran como aspectos positivos de la actividad. Estos son el ingreso y la posibilidad de realizar el trabajo temporalmente, es decir, valoran como positiva la flexibilidad laboral.

El ingreso que las trabajadoras perciben es un elemento relevante a considerar para comprender la posibilidad del mantenimiento de las condiciones precarizadas del trabajo, pues las edecanes subjetivamente consideran que sus salarios son más altos que los que obtendrían por la realización de otro tipo de trabajos, que ellas consideran “*normales*”. En efecto, las trabajadoras identifican un conjunto de actividades laborales en los servicios en las cuales ellas podrían potencialmente insertarse de acuerdo con su escolaridad, experiencia laboral, formación profesional y redes sociales y familiares que les facilita el acceso. Sin embargo, aunque los salarios que reciben son bajos en términos reales, ellas invariablemente refieren que como edecanes “*ganan muy bien*”:

Pues primeramente por el sueldo, porque la verdad ganamos muy bien, es un buen sueldo, por las horas y porque no es un trabajo fijo, por ejemplo hay chicas que estudian de lunes a viernes, entonces por lo regular los eventos son fines de semana. Entonces pues tenemos días libres, en el caso de las que son mamás, tenemos ocupaciones con los niños entre semana, la escuela, lo de casa, lavar, hacer de comer, los niños, el marido, todo y pues en fin de semana —entre comillas— lo tenemos libre. Y como te decía es un horario máximo de eventos de 6 horas, pero por lo regular son 4 horas y no descuidas tanto a los niños y pues trabajas, te ganas tu lanita y pues muchas se mantienen de eso, porque

finalmente pues a lo mejor una persona, una secretaria, no sé, alguien que trabaje de mesera, no sé algo así que trabaje del diario en alguna tienda o algo así pues a lo mejor nosotros venimos sacando lo mismo a la quincena trabajando solamente fines de semana, que a lo mejor alguien normal trabajando diario (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

Otra de las entrevistadas, antes de ingresar al campo del edecanaje trabajaba para una empresa formal de lunes a viernes, cumpliendo una jornada de ocho horas de trabajo. Dejó ese trabajo debido a que requería pasar más tiempo con su hija, por lo que vio en la actividad del edecanaje una oportunidad para poder obtener ingresos y dedicarle un tiempo más extendido a su vida familiar, a educar a su hija y a estar atenta a sus necesidades emocionales. En consecuencia, tiene experiencia previa en trabajos de oficina lo que le permite contrastarla con su experiencia en el campo de las edecanes y encuentra que los ingresos que puede obtener trabajando como edecán, si está en constante búsqueda de eventos —si *se moviliza*— son superiores a los que obtenía en su trabajo anterior:

Muchas veces me habían dicho ¡Ay!, ¿Por qué no eres edecán? Desde los 18 años y decía ¡no pues es que yo sí quiero estudiar! ¡Pero es que allí ganas dinero! Entonces hasta yo misma en algún momento de mi vida dije ¡es que no, pues no, no es lo mío!, ¡no es lo que quiero en mi vida! y pues estudias y todo y cuando te das cuenta que a lo mejor un salario de quince días, lo ganas de edecán en dos días, es cuando dices ¡verde!¹⁰³ A mí en la oficina me pagaban cuatro mil pesos, yo eso lo gano en una semana, dependiendo de los eventos que agarres te llevas cuatro mil, cinco mil pesos, yo me he llevado en una semana hasta quince mil pesos, doce mil pesos si le chingo¹⁰⁴ bien cabrón o sea si me dobleteo, generalmente eso es en diciembre o en épocas festivas, te llevas muy buen dinero. O en expos. En expos por cinco días, te vienes llevando nueve mil, ocho mil varos (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019).

¹⁰³ Expresión coloquial para indicar sorpresa mayúscula.

¹⁰⁴ Expresión coloquial para denotar esfuerzo en una actividad.

Esto plantea una cuestión interesante debido a que si bien, por un lado, individualmente las edecanes aluden constantemente, incluso con orgullo, al hecho de obtener ingresos más altos que en otro tipo de actividades en los servicios, por otro lado, gran parte de las entrevistadas lleva a cabo otro tipo de estrategias que pueden considerarse de supervivencia para complementar los ingresos que obtienen del edecanaje. Es decir, en términos objetivos existen prácticas que las edecanes realizan que muestran la condición precaria del trabajo pero aun así subjetivamente la actividad les resulta ventajosa por los ingresos económicos que perciben.

Abordo brevemente en qué consisten ese tipo de estrategias de obtención de ingresos adicionales al edecanaje debido a que no son casos aislados, además de que ayuda a comprenderlas como válvulas de escape que permiten mantener los salarios bajos y reproducir las condiciones precarias de trabajo.

Esa construcción de estrategias de supervivencia presenta algunas características particulares, posibilitadas y concatenadas al propio edecanaje. Interesa resaltar en este aspecto como algunas de las habilidades y capitales sociales y simbólicos que obtienen dentro del campo laboral son movilizados en otros espacios de vida, pues entre ellas, al estar acostumbradas a la promoción de la venta de productos, es común que también se dediquen a vender mercancías por cuenta propia para complementar sus ingresos. También aquí las redes sociales tienen un papel fundamental para la promoción de productos. Las edecanes promocionan a través de sus redes sociales cualquier cantidad de productos, por ejemplo, unos bastante promocionados son todos lo relacionados a los productos de belleza: para cuidar la piel, maquillaje o productos para el control de peso; también se encontró que eventualmente se pueden interesar en instruir a otros sobre el cuidado del cuerpo en gimnasios o que ésta sea su principal actividad que después capitalicen eventualmente en el edecanaje. Algo que realmente es parte de sus prácticas y de su subjetividad es estar en la búsqueda constante para obtener ingresos de diversas fuentes fuera del campo del edecanaje, pues como en este campo generalmente están en

la búsqueda constante de eventos, de agencias, de clientes, lo mismo hacen fuera de estos ámbitos; como ellas mismas indican, aunque consideran los ingresos altos en relación a los que pueden obtener de trabajos formales, tampoco son suficientes para mantener o mejorar sus condiciones de vida:

No se puede vivir de esto completamente, te digo es un extra, gana uno bien, pero tampoco es algo fijo. Así como te llega el dinero así te lo gastas, nosotros porque hacemos varias actividades, yo vendo también zapatos, te decía soy pinta-caritas también, si no me sale animación, me sale de pinta-caritas; si no me sale de pinta-caritas, a lo mejor, a mi esposo le salió un evento de Cepillín [payaso] y ya me voy de su asistente. Si a mi esposo no le sale de Cepillín a lo mejor le sale un evento de Charro Negro [personaje popular] de la cantada, si no le sale de Charro Negro pues a lo mejor le sale una boda, unos quince años, si no pues le sale una animación, entonces realizamos varias actividades, no solamente somos animadores hacemos muchas cosas porque (sino) no se puede (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

Por tanto, las nociones vinculadas al emprendedurismo¹⁰⁵ están muy introyectadas en ellas, lo que las lleva a estar en movimiento permanente para mejorar sus ingresos a través de diferentes estrategias. Encontramos que pueden vender ropa, lentes de contacto de colores, también comida, bebidas alcohólicas, lo que muestra que las posibilidades son muy amplias, pues como mencionó una de las entrevistadas “*si finalmente nosotras vendemos productos de otros ¿por qué no vamos a vender los propios?*” Entonces, no tienen ningún tipo de restricciones en ese sentido, lo saben hacer y lo hacen bien, incluso ellas mismas sirven de imagen para promocionar los productos que venden, por ejemplo en el

¹⁰⁵ El emprendedurismo es un concepto cercano al de empresario pero con connotaciones distintas, como indican Uribe y de Pablo (2011: 54), en tanto el primero implica un conjunto de cualidades, como la innovación, que no necesariamente cumplen los segundos en todos los casos. El emprendedurismo contiene una fuerte carga ideológica sustentada en la afirmación de que el esfuerzo y la capacidad individual para acometer tareas innovadoras es suficiente para tener éxito en los negocios. En ese sentido, las aptitudes que tiene un emprendedor serían la ambición, la aptitud mental positiva, la creatividad, el esfuerzo, la iniciativa, la tenacidad, la visión de futuro, la actitud negociadora y comercial, la decisión, el liderazgo, la planificación y los dotes sociales (Uribe y de Pablo, 2011: 55-56).

caso de que sea ropa se la ponen, se toman fotos y las comparten en redes sociales confiando —como lo hacen en el edecanaje— que a través de su imagen las personas que las siguen piensen que eso les luce bien a ellas y decidan comprarlo:

Todas son muy emprendedoras, está (por ejemplo) la chica fitness que vende proteínas, fajas, mesoterapia,¹⁰⁶ otras venden ropa para mujeres, otras hacen pestañas, todas tienen alguna otra actividad aparte de la edecaneada y muchas como estamos en la edecaneada no nada más somos edecanes, somos animadoras y hasta en fiestas infantiles o baby showers o en todo tipo de eventos llegamos a presentarnos para animar alguna fiesta o algún evento, otras hacen teatro, otras hacen diferentes cosas en este medio, otras son escorts y pues está bien, entonces pues cada quien aquí buscamos otras maneras de generar (ingresos) no nada más lo que ganamos (Ameyal, 31 años, 6 de experiencia, 2019).

En ese sentido, las redes sociales, no solo el *WhatsApp* que como vimos en los capítulos anteriores es fundamental para entender la organización del trabajo, sino que el *Facebook* es un recurso importante tanto en el mundo del edecanaje como fuera. Las edecanes, así como capitalizan sus habilidades y talentos adquiridos fuera del mundo del edecanaje, también capitalizan parte de las relaciones creadas dentro del mundo del trabajo para realizar otras actividades que son suyas, es decir, aprovechan en algunos casos que son reconocidas como edecanes y que tienen a veces hasta miles de seguidores para promocionar sus productos y servicios a través de sus cuentas de *Facebook* para obtener ingresos de sus actividades independientes.

Asimismo, el trabajo de campo permitió observar la actitud dinámica y proactiva que estas trabajadoras suelen poseer para hacerse de todas las fuentes posibles de recursos para su subsistencia. Quizá el propio carácter de la flexibilidad del trabajo es el que las

¹⁰⁶ Una técnica estética que se basa en la aplicación de micro-inyecciones con sustancias que combaten la celulitis.

habilita —y al mismo tiempo las obliga— para que ellas estén en constante búsqueda de otras posibilidades de generar ingresos:

De hecho también vendo lentes de contacto, que yo misma uso, entonces los vendo entre las edecanas, entre mis conocidas amigas, hago uñas, sí le busco otras opciones. En diciembre que me va bien en la edecanía, invertimos y compramos chamarras, o este año que fueron los pupilentes (lentes de contacto), cada año trato de invertir y recuperar el dinero, más que nada para a lo mejor darnos algunos gustos ¿no? Irnos de viaje o comprar cosas que hacen falta en casa, y para los extras, hacer nuestro ahorradito por cualquier emergencia, entonces, pues sí, aparte de esto entre semana busco el hecho de a lo mejor vender algo, o hacer uñas (Nelli, 27 años, 3 de experiencia, 2019).

La posibilidad de que las trabajadoras realicen múltiples actividades más allá de la propia actividad del edecanaje, tiene que ver con el carácter flexibilizado del trabajo y también por su condición precarizada. Sin embargo, la flexibilidad de la actividad en función de la propia experiencia de las entrevistadas es valorada como algo muy positivo y una de las razones por las cuales mantenerse en la actividad. Esto abre el punto sobre la condición flexibilizada en la que realizan sus actividades que ellas no necesariamente vinculan con a los aspectos precarizados del trabajo sino todo lo contrario: este aspecto de la actividad es considerado algo positivo, deseable y una de las razones importantes por la cual se mantienen en el trabajo. Pero destaca que, objetivamente, reconocen que las desventajas de la actividad son justamente las condiciones precarizadas del trabajo —que no tienen ningún tipo de prestaciones y de seguridad social— como podemos observar en el siguiente fragmento de entrevista:

No tienes prestaciones de ley, no tenemos seguro, te arriesgas, sufres mucho acoso, discriminación también por parte de las mujeres y hombres; tienes que lidiar con acoso, con faltas de respeto, y pues realmente que también pues es un desgaste físico, el trabajo sí desgasta mucho físicamente y en tu persona,

pero de ahí en fuera yo creo que es equitativo las desventajas y desventajas que te da esto (Nenet, 35 años, 9 años de experiencia, 2019).

Como puede observarse, mencionan que las mismas condiciones del trabajo precarizado las ponen en constante riesgo frente a las situaciones de acoso, lo que también las lleva a desarrollar un permanente sentido de alerta. De igual forma, reconocen que la actividad puede ser muy agotadora en términos físicos y emocionales; lo primero debido a la enorme cantidad de tiempo que utilizan para desplazarse a los diferentes espacios de trabajo, el tiempo que deben invertir en el cuidado del cuerpo —mantenerse delgadas, comer sanamente, hacer ejercicio— y el tiempo y desgaste que implica procurarlo estéticamente por las necesidades del trabajo —maquillarse, peinarse. En cuanto al desgaste emocional, el trabajo interno que deben realizar para lidiar con clientes molestos, groseros, ofensivos, intrusivos. También reconocen que no tienen ningún tipo de prestación laboral, así como el hecho de que sea un trabajo eventual las pone en una situación en la cual tienen que considerar permanentemente las temporadas en que es probable que no consigan la suficiente cantidad de eventos para obtener los recursos necesarios a lo largo del mes y, por tanto, deben de administrar y planear muy bien sus ingresos constantemente para las temporadas de “vacas flacas”.¹⁰⁷

Sin embargo, de acuerdo a las narrativas estas desventajas se compensan con la condición flexibilizada del trabajo que ellas valoran como un elemento sumamente positivo. Es decir la flexibilidad también es un elemento que en este caso logra justificar las condiciones precarizadas y la deslaboralización debido a que en la subjetividad de las trabajadoras esto es una situación que los trabajadores “*normales*” no tienen como “privilegio”. La flexibilidad es considerada como un privilegio para ellas, es decir porque “los otros” quienes tienen un “*trabajo normal*”, con horarios establecidos, en un lugar estable, no cuentan con la disponibilidad de tiempo ni las condiciones para organizar de forma autónoma sus actividades laborales, familiares y personales.

¹⁰⁷ Expresión coloquial para indicar una situación de escasos recursos económicos.

Si bien encontramos que las edecanes reconocen su actividad como un trabajo, pues utilizan esa palabra expresamente para definirlo, también a la pregunta expresa sobre los aspectos positivos que encuentran en la actividad surge la distinción que hacen entre *su* trabajo y el “*trabajo normal*”, ese es un aspecto relevante en la subjetividad de las trabajadoras, en tanto contribuye a darle un valor positivo a aspectos que probablemente en otro tipo de trabajos tendrían un valor negativo, como la temporalidad de los contratos, el no suministro de materiales de trabajo, entre otros. Las representaciones sociales contraponen las nociones de un trabajo normal que es rígido, que es supervisado, aburrido, que “quita vida”, frente a su actividad “*no normal*” que consideran divertida, que no es monótona, en la que pueden pasear, conocer personas, divertirse, ser reconocidas, ganar bien y principalmente para lo que aquí exponemos, que les permite tener una mayor cantidad de tiempo libre para dedicarlo a otras actividades, pero también para realizar el trabajo doméstico y el de cuidados. Para explicar esto es importante mencionar los diferentes perfiles de trabajadoras que agrupa la actividad.

En la investigación identificamos la existencia de al menos tres perfiles de edecanes: Por un lado existe un grupo de trabajadoras pertenecientes a fracciones de clase popular que deciden incursionar en esta actividad por razones económicas en tanto tienen la necesidad de procurarse un sustento generado por ellas mismas para mantenerse, y, que por esas importantes razones materiales, incursionaron en esta actividad. Son trabajadoras que ven en el edecanaje una forma de ganarse un sustento y, por lo tanto, este trabajo se convierte en su medio y modo de vida, es decir, que se mantienen en la actividad mientras puedan seguirla ejerciendo.

Existe un segundo grupo de edecanes que pertenecen a alguna fracción de clase media, y que ven en esta actividad una oportunidad para obtener ingresos mientras estudian y que debido a las características de la jornada laboral —que es flexible, por horas de trabajo— pueden tener eventos esporádicamente, quizá una vez a la semana, por lo que encuentran viable trabajar como edecanes para satisfacer sus necesidades económicas y continuar profesionalizándose en diferentes áreas, es decir, ven esta actividad como algo temporal. Dentro de este perfil también podemos ubicar a mujeres que tienen habilidades,

talentos y calificaciones en otras áreas tales como las artes escénicas, diferentes tipos de danza, teatro, actuación y diversas actividades como el fisicoculturismo, es decir, mujeres que realizan trabajo corporal, y que poseen algunas de las características físicas que requiere la actividad del edecanaje, por lo que ven una posibilidad de trabajo en esta actividad como una alternativa a sus también escasas posibilidades de empleo en sus otros intereses. Este grupo no suele trabajar de tiempo completo en el edecanaje, pero ven una oportunidad de obtener un ingreso adicional en contrataciones por evento.

Por último, un tercer perfil característico de esta actividad lo constituye un sector de mujeres de fracciones de clase media – alta, interesadas en el mundo del modelaje y de la moda y que llegan a las agencias de contratación para incursionar en ese medio y que, con el tiempo, terminan trabajando como edecanes por la relación que existe entre ambas actividades; en ocasiones pueden realizar ambas actividades, pero el mercado de trabajo es mucho más amplio para las edecanes, es más frecuente y más fácil laborar para alguna activación o promoción de una marca que realizar una sesión de fotografías para una revista o modelar en una pasarela, en donde los criterios corporales para la incursión en este ámbito son más restrictivos y no todas los cumplen, como fue indicado en capítulos anteriores. En ese perfil pueden ubicarse también las edecanes extranjeras que vienen a México porque saben que para ellas existe la posibilidad de ganar ingresos altos como modelo o edecán, pues están al tanto que por el hecho de poseer características fenotípicas diferentes les es reconocido un capital corporal y simbólico que les permite acceder a recursos, bienes y reconocimientos sociales superiores a los de muchas de sus pares mexicanas.

Cómo vemos existe una condición estratificada de la construcción del mercado laboral, lo que permite a su vez jerarquizar el propio campo en diferentes segmentos, organizar el trabajo de forma jerarquizada y pagar salarios diferenciados. Asimismo, estos perfiles tienen el fin de evidenciar la importancia que para muchas edecanes representa el que su actividad laboral sea un trabajo temporal y con jornadas flexibles. Valoran enormemente la oportunidad de que su trabajo les permita realizar diversas actividades adicionales, como el grupo de trabajadoras que pueden continuar con sus estudios

universitarios y simultáneamente obtener ingresos para pagarlos o para subsistir, y para las edecanes que realizan la actividad de una forma continuada, es un medio que les permite obtener ingresos haciendo actividades en las que pueden poner en juego sus habilidades y talentos así como tener una intensa vida familiar, cuestión que surgió continuamente entre las entrevistadas, pues gran parte de ellas son madres, esposas, madres solteras y que mantienen económicamente ellas solas a sus hijas e hijos. Tener oportunidad de pasar el mayor tiempo posible con sus hijos es algo que para ellas es realmente importante y una oportunidad que —sostienen— no podría darse si realizaran un trabajo de tiempo completo. Como menciona una de entrevistadas:

¿El tiempo?... es mucho menos el tiempo que tú empleas en tu trabajo y puedes darle el tiempo necesario a tu escuela, pues no sé a algún tipo de situación que se llegue a complicar porque los trabajos son de tiempo completo y la edecanía es un empleo donde te da este espacio de decir: relájate tres días, cuatro días y vuelves a trabajar y de decir no, si tú quieres tomar el empleo [...] y que es un trabajo donde te diviertes mucho, y donde conoces mucho de diferentes marcas, de diferente cosas, no es monótono, tú vas a diferentes lugares, vas a diferentes marcas, vas a vender diferentes productos, no es un trabajo monótono y pues es muy dadivoso en cuestión económica, te ayuda mucho y yo creo que más es eso ¿no?, que es muy bondadoso el trabajo en tiempo, en lo económico y pues que te diviertes mucho. Si amas, si te gusta eso, si eres extrovertida, si te late el baile o el hablar mucho, la edecanía es muy buena en ese aspecto, si te diviertes, es lindo (Yohualli, 30 años, 10 de experiencia, 2019, corchetes míos).

5.6 Estigma e identidad en el trabajo de las edecanes

Como se ha mostrado en este capítulo, son diversas las fuentes que permiten hacer glamuroso el trabajo de edecán, dotarlo de un sentido lúdico y, en términos generales, definirlo por parte de las propias edecanes como un “trabajo fuera de lo normal”. Esto puede ser un elemento común a muchas actividades que se hacen por gusto, por vocación, por amor, Y en todos los casos probablemente esas construcciones subjetivas facilitan que

los trabajadores pasen por alto condiciones poco favorables para ellos, precisamente por los sentimientos y experiencias positivas que habilita. Sin embargo, para el trabajo de las edecanes se encontró que existen otro tipo de aspectos subjetivos, fuera de la propia concepción de las trabajadoras, que también permiten ver al trabajo como una actividad precaria. Estos pertenecen a las concepciones, representaciones y creencias que “los otros”, tienen de esta actividad.

Encontré que las trabajadoras tienen conciencia del alto nivel de estigmatización de su actividad, que está investida y significada como un trabajo poco digno, poco importante, en el cual no se requiere de aptitudes salvo la del buen físico. Además como tendencia general —y como se estudió en el tercer capítulo— socialmente se considera que “*son flojas*”, que realizan esa actividad “*porque no les interesa obtener un trabajo de verdad*”. Incluso como se detalla a lo largo de la investigación, convoca muy poco interés dentro los análisis sociológicos contemporáneos.

El sentido identitario de las edecanes debe remontar el hecho de reconocer que otros sectores de la sociedad, y en ocasiones sus propias familias, encuentran esta actividad como indigna, en la que no se “*dan a respetar*”. En ese sentido, la principal figura a la que oponen su sentido identitario no es precisamente a una figura estatal o algún organismo gubernamental, sino que la estructura que en sus narrativas oponen es la del machismo introyectado en la sociedad. Encontré que existe en las edecanes entrevistadas una creciente preocupación por la violencia contra las mujeres. Ellas, por las características del trabajo, saben que se encuentran constantemente en riesgo, y además conocen casos en los que sus compañeras de trabajo han sufrido violencias machistas:

Ojalá y un día la sociedad entienda que nada más nos hacemos daño a nosotros mismos, entonces ojala en algún momento dejamos la situación de violencia contra la mujer, nada más por cómo se viste o por cómo trabaja, cada quien tiene la forma de ganarse la vida y es respetable [...] Yo a veces digo que incongruente es la sociedad porque vemos en la tele mujeres en bikini, vemos en la tele mujeres que promocionan un producto de cabello, que son famosas y

no decimos nada ¿no?, pero vemos una persona que no es famosa promocionando algo o dando algo y decimos ¡Ay, es una puta! Y entonces no se me hace congruente ¿no? (Ameyal, 31 años, 6 de experiencia, 2019, corchetes míos).

La identificación de las edecanes con las expresiones públicas que propugnan contra las estructuras machistas de opresión, se relacionan con la condición estigmatizada del trabajo que ellas mismas experimentan cuando realizan su actividad laboral, en donde tienen plena conciencia de que son rechazadas por muchos sectores de la sociedad por realizar un trabajo que, de acuerdo a diversos juicios (y prejuicios), se relaciona solamente con la utilización de la imagen y el cuerpo, por lo que saben que suelen ser consideradas o confundidas con “prostitutas” o “escorts”:

Pues sobre todo que los demás piensen que somos escorts, damas de compañía, ser edecán es un trabajo como cualquiera, y que uno se gana dignamente su dinero, pero eso no quiere decir que aceptemos algún ofrecimiento fuera del edecanaje. Como edecanes tenemos muchas propuestas, te llaman para un trabajo de edecanaje pero no es edecanaje. Muchas personas lo confunden como dama de compañía cuando es completamente todo lo contrario, la dama de compañía es la que sale con hombres y le pagan por eso, una edecán no, representa una marca, una imagen (Meztli, 28 años, 7 años de experiencia, 2019).

De acuerdo a las narrativas de las entrevistadas, sí existen mujeres dentro del medio del edecanaje que pueden llegar a realizar la actividad de *escort*, pues como se puede ver en el fragmento de entrevista anterior, existen propuestas económicas que llegan a considerar convenientes en comparación con el pago que reciben como edecanes. También, por otro lado, consideran que existen muchas *escorts* que se autodenominan edecanes para ocultar la actividad que realizan, pero principalmente consideran que si bien puede darse el caso de que existan edecanes que ganen dinero de esa forma, es respetable,

pero que eso no implica que todo el sector haga ese tipo de actividades y que ellas deben “pagar los platos rotos” en términos de cómo las conciben los otros:

Yo siento que no, es muy raro que una edecán, ¡que una edecán! sea escort, pero sí las hay, o sea sí las hay y pues sí hay chicas que le hacen a las dos cosas: a la edecaneada y a la escort y pues es muy respetable, en mi punto de vista es muy respetable, simplemente con que no te embarren a ti, pero sí, de que sí las hay sí las hay (Ameyal, 31 años, 6 de experiencia, 2019).

Asimismo, entre sus preocupaciones está el hecho de que no les gusta ser consideradas tontas, incultas o mujeres que solo son su físico y que es su única preocupación y ocupación, sino que son personas complejas que realizan una actividad en donde el eje primordial son sus características físicas, pero que como mujeres no se reducen a ellas:

Pues algo que yo creo que deben saber las personas es que el físico pues no te define, hay muchas personas afuera que nos juzgan [...] realmente no es que queramos enseñar ni nada, es una forma de vivir a raíz de un atributo que se nos dio o que tenemos o que muchas trabajan, y pues ojalá y que pronto podamos vivir en una sociedad sin machismo ni ataques de nuestro mismo género ¿no?, porque nadie sabe o muchas personas que puedan leer, lo que tú vas a escribir, van a poder entender que cada quien tiene las formas de generar dinero, muchas de nosotras somos privilegiadas a lo mejor en tener buenos físicos, o un trabajo donde se nos remunera por el físico pero eso no quiere decir que no seamos valiosas, que tenemos una vida, que tenemos familia y tenemos hijos, yo creo que el hecho de mostrar o de enseñar no te define, te defienden más tus actos y el comportamiento que tengas ante la sociedad ¿no?, entonces el respeto yo creo que sería importante que todos aprendamos a respetar las decisiones y los trabajos de cada quien (Nenet, 35 años, 9 años de experiencia, 2019, corchetes míos).

¿En qué sentido la condición estigmatizada del trabajo permite perpetuar las condiciones precarias del trabajo? De acuerdo a Goffman (2006:7), el estigma puede definirse como una “situación del individuo inhabilitado para una plena aceptación social” también utiliza este término para “hacer referencia a un atributo profundamente desacreditador” (Goffman, 2006: 13-14). Continúa diciendo el autor que el estigma tiene la función de “explicar su inferioridad y dar cuenta del peligro que representa esa persona” (2007: 15).

La condición estigmatizada de las labores de las edecanes deviene de la condición simbólica de su trabajo expresada a través de las diferentes prácticas, signos, símbolos, señales e íconos que la actividad exige se utilicen durante la realización del proceso de trabajo, del herramental estético en forma de vestuarios y maquillaje que porta la trabajadora, así como en el hecho de que, aparentemente, la actividad eminentemente se realiza a través del cuerpo. También, por supuesto, por el hecho de ser una actividad realizada principalmente por mujeres, lo que conlleva a una potenciación del estigma de género: su condición de mujer, la utilización del cuerpo y la creación de atmosferas, fantasías y performances de sensualidad como fundamento de la actividad.

Considerado esto, podemos sugerir que los estigmas no permiten generar condiciones de empatía hacia los estigmatizados, lo que se expresa, en el caso de las edecanes, en falta de interés por otros sectores de la sociedad de conocer, vincularse y apoyar activamente para encontrar mecanismos para mejorar las condiciones laborales de estas trabajadoras.

Sin embargo, la condición estigmatizada del trabajo no imposibilitan que las trabajadoras resignifiquen de manera resiliente su actividad. De hecho, con el paso del tiempo han desarrollado una identidad laboral a pesar de que su trabajo plurisituado, segmentado y flexible es estigmatizado. Ellas mismas, como sector, se reconocen como mujeres que entran en esta actividad por necesidades económicas, por obtener ingresos para ellas y para sus familias, especialmente se reconocen como madres que requieren

obtener ingresos para mantener a sus hijas e hijos, y aluden al hecho de que en las concepciones sociales no se considera el hecho de que son hijas, madres y amigas:

Piensan que ser edecán es ser de la vida galante y no, finalmente la mayoría somos mamás, o chicas que estudian, que con ese ingreso extra pagan su escuela porque la mayoría somos mamás o casadas y que no necesariamente vamos a buscar marido o novio, entonces se confunde mucho. A mí luego me dicen ¿oye y las edecanes sí hacen todo el servicio? (en alusión a prácticas sexuales), y no pues no, tú quieres una escort y pues una escort te sale carísima. Entonces sí se confunden mucho. Sí hay chicas con súper cuerpazo y así de verdad muy bonitas y son mamás y amas de casa y serias, pero su trabajo lo hacen bien y finalmente es un trabajo que aunque sea algo informal debemos ser profesionales porque tenemos un horario, porque tenemos una labor, porque no vamos a cotorrear, porque vamos a trabajar (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

Todas las edecanes, las que trabajan en este medio pues realmente es el dinero el que nosotros buscamos, el comer, el vivir un poquito mejor y es muy poco valorado el trabajo, mientras que sí es muy matado y la gente no se da cuenta que pues sí a lo mejor no es tan fácil como ¡Ah, la edecán, que se para, se pone bonita! Y ya, y no a veces pues no requiere a lo mejor un sacrificio intelectual pero sí físico (Ameyal, 31 años, 6 de experiencia, 2019).

Las edecanes se reconocen y clasifican a sí mismas dentro del rubro de actividades de la animación y del *show*, por lo que comparten sentido identitario no solo con las compañeras de la propia actividad sino también con diferentes tipos de animadores, zanqueros, botargas, payasos, bailarines de diferentes tipos de shows. De igual manera tienen sentido identitario con las trabajadoras en actividades que se enfocan en la promoción de diversos productos como son modelos de moda y demostradoras de los supermercados a las que consideran dentro del mismo gremio, o que en algún momento hicieron —como las edecanes que alguna vez fueron demostradoras— o que también

pueden hacer en otros espacios laborales —como las que realizan trabajos de animación en fiestas infantiles.

Por otro lado, como en todas las actividades laborales, las edecanes suelen involucrarse sentimentalmente con personas que se encuentran dentro de su medio laboral. Esto les permite perpetuar la posibilidad de continuar siendo edecanes debido a que sus parejas, por lo general, comprenden la propia condición del trabajo, aspecto que se dificultaría con alguien fuera del medio de trabajo y que lleva a muchas edecanes a dejar la actividad cuando contraen matrimonio. Así, suelen conocer a sus parejas porque estos fueron o son animadores o se dedican a realizar diversos tipos de shows. De igual manera les interesan parejas que estén involucrados de alguna forma con el cuidado de la estética del cuerpo, como son entrenadores de gimnasio o los propios *gios*:

Obviamente en este medio como entras te sales, porque a lo mejor solo fue mientras estudiaste, ya acabaste tu carrera pues a lo mejor ya ejercen su carrera y ya dejan definitivamente la edecaneada, o muchas se casan y el marido ya no las deja y lo dejan definitivamente y así, por eso ya nos conocemos, las que como que sí seguimos en esto porque tenemos pareja que también hace lo mismo; mi esposo pues se dedica al medio y yo también sigo en el medio pero pues hay chicas que se casan con un abogado y pues ya no, lo ven mal, porque sí —te vuelvo a repetir— es algo como mal visto todavía, en la actualidad sigue siendo mal visto (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019).

También consideran que el trabajo no es lo suficientemente valorado y que diferentes miembros de la sociedad no reconocen las dificultades y los sacrificios de los que depende la realización del trabajo. Para ellas, su trabajo no solo les trae satisfacciones sino que lo consideran importante, que tiene un efecto y que cumple un propósito, que es ayudar a una marca o a un negocio a incentivar su imagen a través de ellas, que funciona y que requiere profesionalismo y seriedad de su parte para llevarse a cabo:

La verdad es que sí funciona, a mí me da mucho gusto, por ejemplo, ahora que trabajé le llenamos a la muchacha, a la dueña, le llenamos su local o sea porque la gente sí entra, la verdad es que sí funciona nuestro trabajo, en el caso de una fiesta infantil pues que la gente le guste tu trabajo sí es bonito [...] Sí funciona de verdad, yo le tengo mucha fe y mucho cariño a mi trabajo porque sí que funciona y que sí les va a ayudar, que sí van a invertir, van a gastar, van a gastar más, pero es una inversión porque sí se va a dar a conocer su negocio (Tlali, 35 años, 17 de experiencia, 2019, corchetes míos).

También somos un punto importante para el marketing y por algo existimos, no nada más es porque sí, este trabajo es bueno y genera ventas, o hasta una misma inauguración de un negocio nosotros damos a conocer el negocio, se ve que el negocio está empezando, entonces tiene sus beneficios (Nenet, 35 años, 9 años de experiencia, 2019, corchetes míos).

Se reconocen como un gremio vulnerable que requiere estar en constante comunicación debido a la alta presencia de ofertas laborales sospechosas, del retraso constante de pagos y los frecuentes abusos laborales de los que son presas debido a la condición precarizada del trabajo. Como vimos, un indicador de este sentido identitario son las estrategias que vimos en el tercer capítulo, en donde se describió como se organizan a través de los grupos de *WhatsApp* y como esas redes sociales funcionan como una arena de disputa en donde se pone en constante estado de cuestionamiento el prestigio tanto de agencias, redes de contratación informal y de las propias trabajadoras.

Son asimismo conscientes de que esta actividad tiene un tiempo muy definido y que para la mayor parte de ellas se va a acabar cuando ya no cumplan con las expectativas de los clientes, cuando la propia edad sea un motivo para que las agencias no las busquen más, cuando tengan hijos y aunque sigan haciendo dieta y ejercicios su cuerpo ya no vuelva a estar como en su estado anterior. Por ello, continuamente se anticipan a esa realidad realizando diversas actividades que no están relacionadas con su corporalidad, como vender productos de belleza a las edecanes que conocen y que continuarán realizando la actividad, hacer actividades de animación en donde puedan utilizar sus habilidades lúdicas,

o en muchos casos su expectativa es mantenerse en el medio pero solo manejando a otras edecanes, capitalizando toda su experiencia y sus contactos adquiridos (capital social) mientras realizaron la actividad, configurando una red informal o en agencias de contratación formal de edecanes.

5.7 Conclusiones del capítulo V

Este capítulo tuvo como objetivo mostrar cuales son las concepciones que las trabajadoras tienen de su propio trabajo, quienes son ellas como personas y cómo esta actividad se configura a partir de la capitalización de gustos, disposiciones, preferencias, habilidades y talentos que las trabajadoras poseen, por lo que realizan esta actividad no necesariamente porque no tengan otras opciones, sino por una serie de características que les permite trabajar en este medio, en estas condiciones laborales y que capitalizan de una forma gozosa, por lo que trabajar como edecanes les trae una serie de satisfacciones personales más allá del ingreso económico que obtienen. Esto les permite desarrollar aún más las capacidades con las que ya estaban dotadas antes de ingresar en la actividad, como son su habilidad para relacionarse con diferentes tipos de personas, aumentar su carisma y extender sus relaciones sociales.

Fueron también abordadas las motivaciones que pueden llevarlas a mantenerse más tiempo en la actividad, las cuales tienen que ver no solo con las necesidades materiales de ganarse la vida, sino con elementos mucho más subjetivos y satisfactorios que desarrollan como parte de la realización del trabajo, como es la situación de que, como hecho o como expectativa, les permite construir trayectorias prestigiosas dentro del campo en el que son reconocidas como figuras públicas por parte de individuos que se convierten en sus *fans* y seguidores en sus redes sociales, lo que les otorga beneficios subjetivos adicionales.

También se trataron los aspectos relacionados a la necesidad objetiva y material que ellas tienen de realizar actividades fuera del campo del edecanaje para obtener otros

medios de subsistencia, pero en los que ponen en juego los conocimientos y capitales sociales obtenidos dentro del propio campo laboral para vender por cuenta propia productos o servicios tanto a edecanes como a sus seguidores en redes, promocionando sus mercancías a los sujetos que inicialmente supieron de ellas por medio de la actividad de edecanaje y que mantienen contacto virtual a través de sus redes sociales, como son *Facebook* y *Twitter*.

Consideré importante abordar los aspectos que ellas consideran como ventajas y desventajas de realizar la actividad y que se relacionan con la valoración positiva que encuentran en la condición flexibilizada del trabajo que les permite tener más tiempo para pasar con sus familias, hijas e hijos, a pesar de la característica precarizada del trabajo.

Finalmente, fueron abordados los aspectos relacionados con su identidad laboral, es decir, a quienes dentro del campo consideran sus iguales y con quienes mantienen relaciones de amistad o cercanía; cómo conciben su actividad, su condición estigmatizada y cómo el enemigo que encuentran para realizarla, son las estructuras y configuraciones machistas de opresión hacia las mujeres.

Todo esto es de utilidad, en mi perspectiva, para mostrar que existen elementos subjetivos que permiten la perpetuación del oscurecimiento de las relaciones laborales, la deslaboralización de su propio trabajo y la precarización de las condiciones con que lo realizan.

De esta forma, con este capítulo se cierra la presentación de la configuración completa de la actividad del edecanaje, que incluye las dimensiones sobre el perfil de las trabajadoras, el tipo de relaciones laborales, las características del proceso de trabajo, la organización del mismo, resistencias dentro de la actividad, y los aspectos de subjetividad e identidad laboral.

CONCLUSIONES GENERALES

Esta investigación tuvo como punto de partida el interés por conocer la configuración productiva del trabajo de las edecanes de la Ciudad de México desde la perspectiva teórico-metodológica del configuracionismo latinoamericano, con el cual se buscó comprender el fenómeno laboral estudiado considerando estructuras con subjetividades y acciones sociales pero acentuando el análisis sobre la acción del sujeto y su praxis. El marco conceptual utilizado para el diseño y desarrollo de la investigación fue amplio, en tanto asumimos que el trabajo interactivo de las edecanes requería de un instrumental teórico y conceptual robusto. Trabajamos, en consecuencia, con un enfoque de *configuración socio-técnica del proceso productivo* para dar cuenta de una serie de dimensiones y categorías de análisis pertinentes para comprender la constitución del trabajo de las edecanes como una totalidad. Dicho enfoque incluyó las categorías de proceso de trabajo, relaciones laborales, organización para el trabajo y subjetividad laboral, aspectos que al ser considerados en la investigación facilitaron la inclusión de otras perspectivas y conceptos que orientaron la interpretación de los hallazgos que se presentaron en esta tesis.

Dado el conjunto de relaciones complejas y relativamente novedosas que implica el trabajo de las edecanes, fue necesario hacer uso de un conjunto de categorías que facilitarían comprender los diferentes aspectos que se ponen en juego en un trabajo como el de las edecanes, actividad laboral que podría parecer simple pero que, como todo hecho social y laboral, está compuesto y organizado por una gama de factores que es necesario desentrañar. Las dimensiones de análisis del proceso de trabajo de las edecanes se llenaron de contenido con perspectivas de otros estudios, fundamentalmente de las propuestas del trabajo emocional, corporal, estético y performático, cuyos conceptos y lógicas de argumentación permitieron abordar el objeto de estudio de esta tesis a partir de sus características constitutivas. Otro conjunto de conceptos, como *habitus*, capitales, campo, discursos, disciplinas, tecnologías políticas, símbolos y significados, mujer-erótica, flexibilización laboral, precarización del trabajo, resistencias, entre otros, ayudaron al tratamiento de los diferentes aspectos abordados en la investigación.

En términos abstractos, la actividad del edecanaje puede insertarse analíticamente, para efectos de comprenderla en su contemporaneidad como hecho laboral concreto, en las estrategias de las reestructuraciones productivas de la década de 1980, caracterizados por la implementación de procesos de subcontratación y tercerización al interior de las grandes empresas, con consecuencias de flexibilización, precarización y deslaboralización de las condiciones de trabajo. En el caso del trabajo de las edecanes, es una relación tercerizada en donde la agencia de gestión de la mano de obra recluta y organiza a un grupo de edecanes para prestar servicios a una empresa o negocio que las contrata eventualmente y con la que las trabajadoras no generan —en apariencia— ningún vínculo permanente. Se encontró que la falta de vínculo entre las empresas contratistas y las trabajadoras en realidad ocurre solo en términos de las obligaciones laborales que la empresa contratista delega a la agencia de gestión de las trabajadoras, ya que en la práctica las edecanes suelen generar permanencia y continuidad tanto en las agencias como con las empresas contratistas, pues estas últimas suelen requerir continuamente los servicios de edecanes con las que quedan satisfechos por el trabajo realizado.

Sin embargo, esa es solo una de las configuraciones a través de la cual se ofrece el trabajo realizado por las edecanes. Con observación de campo y mediante la aplicación de entrevistas, encontramos que estas trabajadoras también suelen vincularse con empleadores que realizan informalmente la actividad de dos maneras. Por un lado, a través de redes informales de contratación, por lo que son informales en tanto no figuran como prestadores de servicios dentro de marcos regulatorios y por lo tanto se facilita el abuso laboral y la precarización del trabajo. La otra relación consiste en un pacto individualizado entre la edecán y el cliente.

En esta tesis consideramos importante distinguir la deslaboralización de la informalidad, en tanto la primera se realiza dentro de marcos regulatorios insertos en relaciones económicas formales, pero que tienen el propósito de precarizar las condiciones de trabajo para obtener mayor ganancias para los capitalistas; ello frente a la informalidad, que se hace totalmente al margen de los marcos regulatorios y que funciona como una válvula de escape a la ofensiva capitalista que expulsa del trabajo industrial y de los de

servicios a una masa importante de personas que pasan a engrosar el ejército de reserva laboral. Sin embargo, visto desde el punto de vista de las experiencias de los sujetos, puede, como para el caso de las edecanes, funcionar como estrategia de sobrevivencia y obtención de ingresos en donde las personas ponen en juego su capacidad de agencia para obtener ventajas dentro de un marco acotado de posibilidades.

Como se documentó a través de la propia experiencia de las edecanes, trabajar para una agencia o empresa formal no representa ventajas en ningún sentido, dado que la deslaboralización del trabajo en dichas agencias posibilita condiciones hiper-flexibles y precarizadas del trabajo, que se perpetúan en las redes informales y en las prestaciones individualizadas. Sin embargo, insertarse en estas redes o trabajar individualmente funciona como una estrategia para incrementar los ingresos de las edecanes a partir de la obtención de eventos, dado que no tienen ningún vínculo patronal. Asimismo, las entrevistadas aseguran que de esa forma pueden obtener más rápido el ingreso generado, dado que las agencias pueden tardar hasta un mes en pagarles después de acabado el evento.

El trabajo en la agencia, en ese sentido se realiza en condiciones de alta precariedad, ya que la empresa oscurece —deslaboraliza— la relación laboral y crea la ficción de no tener ningún vínculo laboral con la trabajadora, a través del argumento de que solo es un representante de la edecán, que su labor como agencia es la de difundir la imagen del *talento* —edecán— y encontrar espacios para que ella pueda realizar la labor. Por ello, la deslaboralización esconde la explotación que se hace del trabajo realizado por la edecán. Las edecanes entrevistadas aludieron a esta condición e indicaron con sus testimonios que actúan estratégicamente para reapropiarse de parte de las ganancias obtenidas de su trabajo, prestando directa e individualmente su servicio al cliente, quien les entrega “al corte” el pago después de la realización de la prestación del servicio.

La actividad está precarizada en todos los demás aspectos laborales: no les brindan algunos instrumentos materiales de trabajo necesarios como son las vestimentas, no reciben, por lo general, apoyo para ser trasladadas a los diferentes eventos que, como

vimos, son en diversos puntos de la ciudad, unos muy alejados de otros, y tampoco protegen a las trabajadoras de posibles eventualidades que surjan en la interacción con los consumidores.

Es así como en esta investigación se comprende el proceso de informalización como una estrategia, en tanto ellas han encontrado conveniente unirse a estas redes o realizar acuerdos individualizados con los clientes, a pesar de que la precarización del trabajo puede intensificarse bajo estas condiciones. Sin embargo, como se planteó en el segundo capítulo, la construcción del mercado de trabajo, la organización segmentada y jerarquizada de las trabajadoras, las reglas formales e informales de las características del proceso de trabajo, son esencialmente las mismas para las configuraciones formales, informales e individualizadas de la prestación del servicio.

En el capítulo segundo indicamos como los empleadores se encargan de conjuntar a mujeres con determinadas características físicas, habilidades y talentos que son apropiados y mercantilizados para proyectar en eventos y espacios públicos cierta imagen que consideran adecuada para este tipo de trabajadoras. Uno de los hallazgos que se presentan en esta tesis, es que en este tipo de actividades interactivas ocurre apropiación de los capitales -en el sentido de Bourdieu- que las trabajadoras poseen y que han desarrollado fuera de los espacios de trabajo, aunque también se desarrollan a lo largo de sus trayectorias laborales. Definimos para el trabajo de las edecanes capitales específicos que son apropiados y que se ponen en juego durante esta actividad, estos son: 1) capitales estético-corporales, 2) capitales emocionales, 3) capitales interactivos y 4) capitales performativos.

Se encontró que los capitales estético-corporales están sostenidos en aspectos de género, de clase y de adscripción nacional o étnica (racializados), expresados en la identificación y clasificación de diferentes fenotipos que son utilizados para segmentar y jerarquizar el trabajo y el salario. Asimismo los capitales estético-corporales están relacionados con la estatura, la delgadez, la voluptuosidad y tienen los mismos propósitos. Es este capital el que las edecanes pueden desarrollar durante su trayectoria a través de

trabajo corporal incorporado en sus cuerpos mediante diferentes aparatos disciplinarios, como es el ejercicio en gimnasios y a través de diferentes cirugías corporales que son bastante frecuentes dentro de esta actividad laboral. Estos son utilizados estratégicamente por las edecanes para obtener diferentes posiciones dentro del campo, mejorar sus ingresos y generar trayectorias prestigiosas que las ubican como trabajadoras populares para ser contratadas en un mayor número de eventos.

Los capitales emocionales que poseen las edecanes, y que son incorporados y mercantilizados en la actividad, son los de la amabilidad, la simpatía, la alegría, y la capacidad de gestionar otro tipo de emociones como el enojo o la ira. Esos capitales emocionales transmutan en trabajo emocional que se presenta en tres formas en esta actividad: Las trabajadoras deben realizar trabajo emocional sobre sí mismas para exhortar su amabilidad, alegría y simpatía “natural”, a través de lo que Hochschild (2003) denominó actuaciones superficiales o profundas. Como se mencionó en el capítulo tercero, las actuaciones profundas suelen ser reconocidas por empleadores y por las propias edecanes para definir un buen o un mal trabajo y en consecuencia puede retribuirles notoriedad en el campo. Las edecanes también, mediante trabajo emocional interno, deben lidiar o suprimir eficientemente el enojo o la ira que pueden producirles los tratos vejatorios o el acoso, que son comunes cuando realizan sus actividades. Por último, el trabajo que realizan para inducir las emociones en su público o consumidores como son la pena, el deseo, o la simpatía, tienen el propósito final de incentivar la compra de algo, para lo cual las edecanes hacen uso de sus capitales.

Los capitales interactivos que las edecanes poseen y de los que se apropian las agencias son los de la extroversión, facilidad de palabra, carisma —capacidad de convocatoria—, capacidad de tener buen trato con un número importante de personas, entre las principales. Esos capitales transmutan en trabajo capaz de atraer a los clientes o consumidores.

Por último, con capitales performáticos me referí en esta tesis a la capacidad que las trabajadoras tienen de desplegar y de crear ciertas atmosferas fantasiosas como son

ambientes lúdicos, festivos, divertidos, a través de lo que dicen, o ambientes sensuales, eróticos a través de su expresión verbal y no verbal. Estos son utilizados durante la realización del performance laboral (Nieto, 2017), que cómo expliqué en el capítulo tercero está definido como un performance de género.

La apropiación de estos componentes se relaciona con el establecimiento por parte de los empleadores de reglas múltiples de exhibición durante el proceso de trabajo; estas reglas están alineadas a los capitales de las trabajadoras, pero en el trabajo se convierten en mandatos que se deben cumplir si las trabajadoras quieren mantenerse en el campo del edecanaje. En ese sentido, a lo largo de la tesis se sostuvo una visión multidimensional para estar en condiciones de integrar interpretativamente los muchos aspectos que intervienen en el proceso de trabajo de las edecanes, en tanto los mandatos existentes en la actividad no se reducen a un componente, por lo que se establecen *reglas de exhibición corporal, estética, emocional y performática*. Se sugiere entonces que en el campo del edecanaje existe una *gestión institucional multidimensional de componentes sensibles* que la trabajadora debe acatar.

En consecuencia, con la investigación se logró aprender que el mundo laboral de las edecanes está organizado y opera como un campo (Bourdieu, 2007), compuesto por las agencias, las edecanes, los clientes, y consumidores, en tanto funciona como un microcosmos con sus propias reglas, en el que es posible la movilización de los capitales que las trabajadoras poseen y en el que existen luchas por posicionarse como edecanes prestigiosas. Es decir, las trabajadoras no solo son explotadas, sino que utilizan sus capitales, apropiados y mercantilizados por las agencias y en los diferentes espacios de realización de la actividad laboral, para movilizarlos mediante estrategias tomadas a través de su sentido práctico. Las trayectorias de las edecanes están construidas en función de sus elecciones estratégicas, desarrollando y agregando capitales, siempre y cuando asuman las reglas del propio campo, lo que se relaciona además con el cumplimiento de las reglas de exhibición estética, corporal, emocional y performática en función de 1) mantener la juventud, entendida como categoría social y no biológica, 2) mostrarse sensuales y eróticas, así como 3) “receptivas” a los consumidores. En ese sentido, el sistema clasificatorio

jerarquizado que se exploró en el capítulo segundo, no impone necesariamente posiciones estáticas a lo largo del tiempo sino que allí existe movilidad en función de la capacidad de agencia de las trabajadoras, lo que les permite incrementar sus ingresos y ganar posiciones prestigiosas en este campo laboral. Sin embargo, se encontró también que la posesión, desarrollo y movilización de sus capitales justifican la segmentación y jerarquización de las trabajadoras, lo que construye una elitización entre ellas y el pago de salarios diferenciados, es decir, justifica la condición hiper-flexibilizada del trabajo.

En cuanto a la realización del proceso de trabajo, encontramos que el propósito de la actividad alude a la experiencia sensorial de los consumidores, proporcionando experiencias estéticas y emocionales para incentivarlos a comprar y consumir productos o servicios. Esto se lleva a cabo a través de los capitales de las edecanes como instrumentos de trabajo, en donde las cualidades estéticas del cuerpo y la economía gestual aprendida sirven como significantes que envían mensajes a los clientes. Estos se canalizan a través de un performance laboral o una puesta en escena en donde se intercambian emociones y afectividad.

Este performance laboral contiene normas de comportamiento y reglas de los sentimientos de la vida social que se trasmutan en ciertas reglas de exhibición emocional, como son la amabilidad, alegría, empatía, calidez, ternura, erotismo, y en reglas de códigos de interacción como son la extroversión o hablar abiertamente con los consumidores. Asimismo, estos se refuerzan a través de reglas de exhibición estético-corporal como son las vestimentas de las edecanes y la propia corporalidad de la edecán: fenotipo, altura, delgadez, voluptuosidad. Encontramos que estas reglas se pautan informalmente por parte de los empleadores y son efectivas en tanto corresponden a un *habitus* de la trabajadora que, adicionalmente, se va desarrollando como códigos aprendidos mediante la observación de otras edecanes durante el proceso de trabajo.

Encontramos también que estas reglas de exhibición, en conjunto, funcionan como significantes vinculados a construcciones sociales sobre la feminidad en su variante erótica, con la intención de recrear un performance de género para explotar durante la realización

del proceso de trabajo. Es decir, estas múltiples reglas de exhibición están directamente vinculadas a principios de visión que contrastan genéricamente a los individuos en masculino y femenino, especialmente la visión que impone la feminización del cuerpo, las emociones y los actos de las mujeres mediante un trabajo constante de diferenciación a través de disciplinas sociales, como son el uso de diversos recursos ornamentales, la incorporación de trabajo corporal a través de gimnasios y la vinculación que se hace de las mujeres con el mundo emotivo frente al mundo de la razón vinculado a los hombres.

En ese sentido, un hallazgo fundamental de esta tesis es que el trabajo de las edecanes pretende, a través de las reglas de exhibición del comportamiento, las reglas de exhibición emocional y las reglas de exhibición estético-corporal, crear un performance laboral que interpele subjetivamente a los consumidores a través de un trabajo emocional que pueda hacerlos sentirse comprometidos a comprar un producto o consumir un servicio. Por lo tanto el *producto* que crea el trabajo de la edecán es la interacción misma, cargada de símbolos asociados a la construcción social de la feminidad.

La actividad del edecanaje vende imágenes de las mujeres, culturalmente construidas y expresadas en discursos mediante dos tipos de significantes: uno que coloca a lo femenino a partir de significantes como son la amabilidad, la ternura, el cuidado, la alegría, la diversión y la seducción, y por otro lado significantes que asocian a lo femenino de lado de lo erótico, de lo sensual, de lo sexual, de la complacencia y de la exhibición corporal. Ambos pertenecen a construcciones simbólicas de la dominación masculina impuestas, en términos de Lagarde (2015), como cautiverios para las mujeres. Ambos significantes funcionan igualmente para segmentar el trabajo entre las edecanes que tienden, prefieren o no tienen otra opción que la de trabajar con el grupo familiar, mujeres o niños; frente a otras edecanes que trabajan promocionando productos para hombres o asociados con lo masculino. Sin embargo, ambos se presentan frente al espectador como dones gratuitos que obsequian las trabajadoras y no como parte de lo que venden en la realización de su actividad. En ese sentido, las agencias y redes informales mercantilizan la feminidad halagando a los clientes con la explotación de las expectativas de la heterosexualidad normativa y los roles hiperfemeninos.

En el capítulo cuarto se planteó en qué consiste esta construcción socio-histórica que la actividad integra para explotar y representar durante los procesos de trabajo. La intención de ese análisis fue no solo de determinar los profundos anclajes simbólicos con los que está sostenida la actividad, sino para evidenciar como es que el *control del proceso de trabajo* y las trabajadoras se ejerce principalmente a partir de estructuras históricas fuera del propio campo laboral pero que tienen definitiva incidencia en él. Fue posible entonces documentar en esta tesis como las estructuras binarias entre lo femenino/y masculino se expresan en discursos de saber-poder sobre el papel histórico atribuido a lo que Lagarde (2015) denominó la mujer-erótica, pero desde el punto de vista en esta investigación del erotismo como parte de una actividad laboral concreta.

Las estructuras de dominación masculina que se desarrollaron en el capítulo cuarto, encuentran su materialización tanto en prácticas como en discursos que ubican a la mujer en posiciones de desventaja y desigualdad con relación a los hombres. En particular, para esta investigación las dicotomías históricas y los discursos sobre las formas correctas de ser mujer, se utilizaron tanto para obtener el perfil de las trabajadoras como para agruparlas en torno a encarnamientos específicos que ellas utilizan y representan durante el proceso de trabajo.

El discurso sobre la feminidad que opera en esta actividad es fundamentalmente el de la construcción de la mujer-erótica, es decir, parte del trabajo performático consiste en la puesta en juego de representaciones sociales construidas a través de mandatos sobre ser mujer (Butler, 1998). De la mujer erótica se espera que sean femeninas, principalmente a través del cuidado de sus atributos corporales y sexuales, pero que también sean sonrientes, simpáticas, atentas, sumisas, discretas, contenidas. La mujer erótica se especializa en la exhibición de un cuerpo bello y sexualmente disponible, esto lo hace a través de encarnar ciertas formas corporales, de vestir determinadas prendas; de prestar especial énfasis en la atención y el cuidado del cuerpo. Es una mujer que existe fundamentalmente, como indica Lagarde (2015), por y para la mirada de los demás como objetos acogedores, atractivos y disponibles.

La actividad de las edecanas toma los fundamentos de esta construcción socio-histórica y los hace parte de una configuración productiva a través de la explotación de componentes sensibles asociados a lo erótico y en general a la representación social de lo femenino, lo que permitió comprender en esta tesis como el campo laboral integra, desde la perspectiva sexualizada, los atributos de las mujeres para establecer un sistema de equivalencias que distinguen a los cuerpos y habilidades menos dotados de los más dotados para las actividades estéticas.

En ese sentido, otro de los hallazgos de esta tesis son cuatro representaciones sociales que surgen de las asociaciones simbólicas de la mujer erótica: 1) la que denominamos mujer elegante, que se caracteriza por representar a través de su cuerpo y comportamiento, su *habitus* y sus diferentes capitales, heredados o adquiridos, a las clases acomodadas, a los sectores altos de la sociedad; 2) la mujer sensual, que muestra un trabajo corporal esforzado y que es estereotipada según su capacidad de mostrar erotismo y sus componentes sexuales contruidos con fervor a partir de diferentes disciplinas corporales; 3) la mujer natural que se construye en oposición a la mujer sensual y muestra su belleza y delgadez sin forzoso trabajo corporal y 4) la bella niña/adolescente, que es la más preocupante en tanto implica la sexualización del cuerpo de las niñas y que en el trabajo está representado por las edecanas más jóvenes capaces de desplegar la frescura, la belleza, la ternura e inocencia de ese periodo vital. Estas, sin embargo, no son más que formas diferenciadas de perpetuar las relaciones materiales y simbólicas de dominación que materializan los principios generadores de la opresión de las mujeres: la división del trabajo sustentada en representar y presentar a las mujeres mediante su cuerpo, la exaltación de su sexualidad y su comportamiento, como componente indispensable que ofrecen en sus intercambios laborales con los otros.

Estas definiciones muestran los estilos de encarnamiento que se apropian en el campo del edecanaje. Las especificaciones de cada nivel dentro de la estructura jerarquizada del campo, se corresponde a la posición de cada trabajadora en la estructura de clases. Por tanto, las edecanas que pertenecen a la fracción de clase más alta poseen un conjunto de habilidades y corporalizaciones propias de alguna fracción de clase media o

media alta. Es decir, una joven de clase media es mucho más probable que hubiera tenido intercambios sociales que le hayan permitido desarrollar el uso de habilidades de la personalidad y de relaciones públicas; seguramente será alta, tomando en cuenta que está en mejores condiciones que otros sectores pauperizados y que por ende su alimentación pudo ser mucho mejor, y quizá, desde mucho más joven pudo haber accedido a técnicas de transformación corporal, como es el ejercicio o cualquier actividad de desarrollo físico. Tomando en cuenta esto, reconocemos que una de las características de la actividad es la condición estratificada de reclutamiento entre edecanes; es decir las asignaciones a partir de la definición A, doble A y triple A, se corresponden a disposiciones adquiridas según la estratificación social. Así, es posible que las edecanes A y doble A pertenezcan a estratos más empobrecidos, en comparación con las triple A y las modelos, quienes pueden pertenecer o representar a fracciones de clase más favorecidas.

A diferencia de otros trabajos interactivos en donde se destaca la disciplina corporal, entre las edecanes esa es una condición para su inserción, es decir la política corporal es definida con criterios explícitos sobre el aspecto que deben tener las edecanes para que puedan ser contratadas, y esta política corporal no es inocua, ingenua o frívola sino que está relacionada con variables como son la edad, la clase social y la adscripción étnica. Es decir, es reproductora del orden social.

Como se indicó a lo largo de la tesis, en el campo del edecanaje los discursos de poder sobre la feminidad son estructuras que operan fuera del campo pero que constituyen la tecnología principal para *controlar* a las trabajadoras y al proceso de trabajo al interior del campo. Los discursos sobre la estética corporal, sobre lo saludable, sobre los comportamientos adecuados para las mujeres, son fundamentales para comprender cómo se construyen las disciplinas que se constituyen en micropoderes que toman forma en los cuerpos de las trabajadoras, pero también caracterizan su mundo y su subjetividad.

Mediante los aportes de Foucault (1996; 2005) en la investigación fue posible comprender que la instauración de regímenes disciplinarios en diferentes ámbitos de la vida social es una de las claves del ejercicio del control sobre los cuerpos en las sociedades

modernas, en donde el castigo físico directo ya no es posible en términos amplios. Este aspecto fue replanteado en esta tesis en el sentido de cómo los trabajos interactivos como el que aquí se analizó, requiere de disciplinas para controlar el proceso de trabajo, debido a que no es posible hacerlo mediante dispositivos tecnológicos o la medición de tiempos y movimientos.

Recurrimos por ello al concepto de bio-poder en tanto ubicamos que la actividad del edecanaje está construida sobre la estructura de la dominación masculina y de la dicotomía entre lo femenino y lo masculino, como indican Héritier (1996) y Bourdieu (2000); estos desprenden *discursos, micro-físicas del poder, tecnologías políticas del cuerpo y aparatos disciplinarios* (Foucault, 1996; 2005) que constituyen las condiciones de posibilidad de la existencia de esta actividad.

Los *aparatos disciplinarios* que tienen incidencia dentro del trabajo son las instituciones de salud y los medios masivos de comunicación que tienen la capacidad de diseminar y consolidar *discursos de saber-poder* sobre los mandatos femeninos y las nociones de belleza asociadas a la esbeltez, la clase y las clasificaciones étnicas, que las agencias finalmente consolidan a través de la selección de trabajadoras poseedoras de determinadas características físicas y comportamentales, y que mercantilizan durante el proceso de trabajo.

El ejercicio físico fue analizado en esta tesis como una forma de control del cuerpo o como una *tecnología política del cuerpo* que forma parte de las prácticas cotidianas de las edecanes, sobre todo si quieren permanecer a través del tiempo en la actividad. El cuerpo de las edecanes también requiere de la implementación de otras tecnologías políticas que se relacionan con los cuidados cotidianos —como las dietas, comida saludable— y las técnicas aprendidas para presentar el cuerpo con pulcritud. Son disciplinas que se realizan fuera de las jornadas de trabajo y en las que las edecanes tienen que invertir tanto tiempo como dinero. Estos son los procedimientos que tienen que ver con el mantenimiento de su rostro, piel y su cabello principalmente, que implica un trabajo incorporado realizado por la propia edecán y que forma parte de las *jornadas discontinuas de trabajo*.

De este modo, las necesidades requeridas para dar lugar al proceso de trabajo, incluyen actividades que nutren a otras industrias importantes desarrolladas para cultivar los cuerpos de las mujeres, para hacerlos más “bellos y atractivos”, para mantener la lozanía a través del tiempo. No solo es el maquillaje, también son los productos que utilizan para cuidar el cabello: shampoo, acondicionadores, mascarillas, tinturas y también las tecnologías requeridas para peinar el cabello: tenazas, planchas, secadoras de pelo, entre otras, son las diversas herramientas que requieren tener y saber utilizar para mantener al cuerpo útil para realizar el trabajo.

De acuerdo a nuestro análisis de Foucault puesto en operación para el estudio del trabajo de las edecanes en esta tesis, las disciplinas son tecnologías de ejercicio de poder que tiende a homogeneizar todo aquello que escape a lo considerado normal y que implica todo un conjunto de técnicas. Así como el ejercicio físico realizado en gimnasios, la alimentación saludable y el cuidado corporal en general, pueden ser fuente de satisfacción y de bienestar para los individuos de quienes se requiere dedicación, esfuerzo, tenacidad y diversas virtudes para que estas disciplinas autoimpuestas puedan perpetuarse a través de su tiempo de vida, también, como indica Foucault (1996), pueden sintetizar la ocupación del cuerpo por el poder, generándose así nuevas formas de dominación, que para el caso de esta investigación es dominación laboral a través del discurso de la perfectibilidad corporal.

Para la realización de la actividad del edecanaje, como fue indicado en la tesis, existen tecnologías, pero no tecnologías convencionales investigadas por los estudios clásicos del trabajo, sino las tecnologías como dispositivos sociales de disciplinamiento del cuerpo a través de diferentes maniobras de belleza que las trabajadoras ejercen sobre su propio cuerpo para mejorar las posiciones dentro del campo y que son utilizados por agencias, redes y clientes para interpelar las nociones estéticas del consumidor y así obtener una ganancia.

En ese sentido, la noción de poder desde la perspectiva foucaultiana permitió comprender la capacidad que existe en esta fase capitalista de implementar actividades

como la de las edecanes, que aunque son precarias, pueden convertirse en una opción deseable para muchas jóvenes utilizando su físico como capital corporal en un momento histórico en el que la realización personal mostrada a través de un cuerpo disciplinado es altamente valorada.

Para Bourdieu igual que para Foucault, en el cuerpo se somatizan las relaciones de poder y dominación, pero mientras Foucault se centra en los discursos que crean esta dominación, Bourdieu busca dar una explicación sobre cómo es que dicho poder y dominación se expresan a través de las conductas, preferencias, para lo que operativiza el concepto de *habitus*, que fue de utilidad en esta tesis para analizar los esquemas de acción y de percepción de las edecanes en su campo laboral. De acuerdo a ello, la concordancia que el investigador puede encontrar entre las estructuras de dominación y determinadas prácticas sociales se debe a los *habitus*, el principio generador de prácticas distintas y distintivas que orientan la ocupación de los sujetos en el espacio social, pero que también está determinado por la posición social que el individuo ocupa y de formas específicas de socialización. En esta investigación *habitus* de las edecanes fueron observados a través de los gustos, preferencia, formas de utilizar el cuerpo y las elecciones, pues atendimos la idea de que los *habitus* son los esquemas de clasificación de división y visión del mundo social.

Al seguir el concepto de *habitus*, fue posible identificar que las estrategias que ponen en juego las edecanes en su proceso de trabajo constituyen un complejo proceso de habilitación y capacitación social que les permite movilizar sus capitales y posicionarse de esa forma en el campo del edecanaje. Lo anterior implicó no considerar el *habitus* como un concepto aislado, pues eso no ayuda a explicar los objetos de estudio, en tanto la identificación de los *habitus* no son en sí mismos los objetos de estudio, sino los indicadores que contribuyen a explicar sociológicamente un fenómeno. Es por ello que el concepto de estrategia, que está articulado totalmente al concepto de práctica, fue relevante para comprender las prácticas laborales de las edecanes.

Encontramos de ese modo que las edecanes comparten ciertos gustos, prácticas, preferencias y subjetividades, es decir un *habitus* más o menos común que, de acuerdo a

nuestra interpretación, influye decisivamente para realizar la actividad de edecanaje. Para realizar la actividad con la mínima contrariedad, es relevante hasta cierto punto la interiorización de que el cuerpo puede funcionar como capital y que, por lo tanto, ciertas características pueden ser más o menos valoradas debido a que la belleza y la feminidad puede medirse y ser atribuida tanto al físico, como a lo que socialmente se considera femenino. Aunque no sin algunas contrariedades, esto permite mantener un sistema de retribución económica diferenciada sustentada en jerarquías estéticas poseídas por las edecanes. En ese sentido, para que funcione la organización de las diferencias salariales, es importante que la trabajadora tenga incorporadas, en algún grado, las nociones de que la belleza y feminidad son una serie de atributos medibles, evaluados en escalas cualitativas.

Sin embargo, a partir de la interiorización de estas estructuras por parte de las trabajadoras, ellas elaboran un conjunto de estrategias para posicionarse en el campo y obtener retribuciones económicas y gratificaciones sociales que le dan sentido a su vida y a la realización de su trabajo. Aun cuando sugiero que la reproducción de las estructuras laborales deviene de la interiorización de una feminidad asociada al erotismo observable en prácticas, gustos y diferentes usos del cuerpo, eso no significa que ellas obedecen mecánicamente a la regla, o no en todos los casos. Ello implica que muchas edecanes utilizan su sentido práctico (Bourdieu, 2007), cuando observan que existen diversos elementos que pueden capitalizar, que sus características físicas, por ejemplo, pueden redituales capitales tanto económicos como sociales; pero esto no significa necesariamente que ellas cumplan ciegamente los principios de la sumisión o de complacencia a los mandatos patriarcales.

Esto puede corroborarse no solo por el hecho de que las trabajadoras utilizan estratégicamente los capitales que ponen en juego para ganar posiciones prestigiosas dentro del campo laboral, sino que fue posible documentar las diferentes estrategias que las edecanes implementan para protegerse de los diferentes abusos laborales a los que están expuestas debido a la condición deslaborizada y precarizada del trabajo.

Asimismo, a través de la apropiación de las tecnologías de la comunicación, mediante grupos de Whatsapp y el uso intensivo de redes sociales, las edecanes muestran un sentido solidario como grupo de trabajadoras que se apoyan a través de resistencias micro-políticas mediante acciones y estrategias que utilizan para protegerse cuando las agencias o los clientes no cumplen con los pagos o cuando sufren alguna situación de abuso o acoso por parte de los mismos.

En ese sentido, problematizamos en esta tesis respecto a las acciones organizativas de las edecanes y las entendimos como acciones puntuales que no han derivado en la creación de procedimientos institucionalizados para la defensa del trabajo, pero sí han sido importantes para crear sentidos colectivos, una identidad en la que son conscientes de que como grupo laboral están en permanente posibilidad de sufrir abusos laborales y a su vez crean beneficios individuales y colectivos dentro de un marco acotado de posibilidades.

La existencia de resistencia entre las edecanes a la explotación y la subordinación, no corresponde a la imagen disciplinaria que el campo trata de incentivar como mujeres individualistas abocadas a la construcción de su feminidad, sino que han participado activamente dentro del campo al intentar revertir mediante estrategias de resistencia las reglas dadas por sentadas por los empleadores, creando una arena de disputa para evitar ciertos abusos laborales como son la falta o retraso de pagos y el acoso sexual.

Asimismo, encontramos que utilizan como estrategia de resistencia el uso de redes como *Facebook* para trascender el espacio de los grupos de *Whatsapp*, en donde se encuentran principalmente edecanes y algunos contratantes, para realizar denuncias públicas que vayan más allá el propio campo. Muchas de ellas, como se buscó mostrar con la diversa recopilación de *memes* que se presentaron en el capítulo segundo, a través del uso del chiste, la ironía y la burla, que muestran el descontento que sienten sobre sus condiciones precarias de trabajo, sobre los abusos laborales por parte de los empleadores y sobre el acoso sexual que sufren por parte tanto de representantes de agencias como de clientes y consumidores.

Se encontró, por lo tanto, que esta actividad está totalmente inserta, es posible, o se intensifica a partir del uso de las tecnologías de la información y la comunicación, especialmente a través del uso intensivo de internet y del uso reiterado de diferentes aplicaciones a través de dispositivos telefónicos. La tecnología, en ese sentido, es de suma importancia para organizar el trabajo dado que es posible, a través de ella, establecer puentes de comunicación entre agencias/ edecán, red informal/edecán, edecán/cliente y edecán/ edecán. En realidad, son muy diversas los usos que las trabajadoras le dan a estas tecnologías, apropiándose así de ellas para generar sentidos colectivos como grupo de trabajadoras, movilizar las diferentes ofertas de trabajo emergentes, proyectarse como figuras públicas, realizar denuncias a contratistas incumplidos. Las tecnologías de la información y la comunicación, son utilizadas por las trabajadoras activamente configurando así interacciones profundas y significativas en el mundo virtual, tanto entre ellas como edecanes como con las diferentes figuras contratistas y también con los visitantes, consumidores o público a quienes está dirigida su actividad, quienes perpetúan virtualmente las relaciones con ellas, ya no solo en los espacios de la realización del trabajo sino en el mundo virtual.

No obstante, encontramos también que la capacidad de agencia que las trabajadoras han mostrado en este campo puede ser un arma de doble filo: por una parte abre la posibilidad de que las edecanes tomen decisiones estratégicas para movilizar sus capitales y ganar posiciones ventajosas, pero eso se relaciona, por la otra parte, con el hecho de que sus *habitus* y capitales están alineados con las propias necesidades de los empleadores, es decir, como se explicó en el capítulo quinto, los gustos y preferencias de las edecanes tienden a tener cierta correspondencia con las reglas que en la actividad se establecen para construir la prestación del servicio.

Por ejemplo, que las trabajadoras suelen poseer un *habitus* femenino con el cual disfrutan vestir ciertas prendas, arreglarse, mantener el cuerpo bello a través del tiempo, disfrutan de los ambientes divertidos, de conocer personas y relacionarse con ellas, ser el centro de atención, entre otras. Esas características de la actividad permiten el oscurecimiento de las condiciones de trabajo en tanto las edecanes experimentan la

actividad en sus propios términos como un trabajo que “no es normal” y sí “satisfactorio”. Esto está asociado con los códigos culturales acumulados que oponen la representación del trabajo como actividades monótonas, con horarios fijos, frente a su actividad que consideran divertida, que tiene flexibilidad de horarios, que no es monótona y que requiere de ciertas posesiones corporales para realizarse.

Existen otras fuentes de oscurecimiento y precarización de las condiciones de trabajo, como es su condición hiper-flexibilizada. Si bien esta característica tiene el propósito, por parte de los empleadores, de oscurecer las relaciones de trabajo, las edecanes la experimentaron como una de las razones por las que se insertan en la actividad, debido a que les permite tener tiempo libre para realizar otras actividades que disfrutan, como tener una intensa vida familiar. Es decir, no hay conciencia por parte de ellas de que es la flexibilización, la estrategia que de hecho habilita la posibilidad de otros problemas que aludieron como recurrentes, como es el retraso constante de pagos, la inexistencia de contratos o contratos temporales y en general la figura fantasmal que tienen las propias agencias.

Otro de los elementos que permiten corroborar el oscurecimiento de la precarización del trabajo de las edecanes es la concepción que ellas mismas tienen de los ingresos que perciben de su actividad laboral, que como se detalló en el capítulo quinto, consideran alto en relación a los que obtendrían en otros trabajos de los servicios en los que ellas se podrían insertar. Sin embargo, ellas construyen una serie de estrategias adicionales para su sobrevivencia, principalmente con la venta de productos que suelen promocionar en sus redes de Facebook.

Esto nos permite sugerir que existe una construcción social del ingreso, debido a que, como lo que obtienen por parte de las agencias, redes y de forma individualizada no es fijo ni predecible, es decir, no existe una seguridad en el ingreso, utilizan sus diferentes capitales para trabajar en otras actividades relacionadas pero diferentes a las del edecanaje —posar para calendarios, revistas, dar autógrafos, fiestas infantiles, vender productos— y mediante estas diferentes estrategias obtener ingresos para su sobrevivencia.

En síntesis, el hecho de que la actividad se apropia de sus capitales, posibilita el oscurecimiento de las relaciones laborales e imposibilita formas de articulación colectiva más complejas dado que la actividad les brinda muy variados alicientes más allá del propio ingreso, como son el hecho de realizar una actividad que disfrutan, que les permite proyectar la imagen de feminidad que comparten con las reglas de exhibición que establece el campo, que les permite proyectarse como edecanes destacadas frente a otras, y que permite tener tiempo libre para compartir con sus seres queridos. Esto posibilita pasar por alto la condición impredecible de su ingreso dado que, al tener tiempo libre, pueden compensar los ingresos que reciben como edecanes, a partir de diferentes estrategias de sobrevivencia que ponen en juego.

Otro aspecto importante que se encontró en la investigación es que a pesar de la condición estigmatizada del trabajo, las edecanes transmutan todos esos significados y representaciones sociales atribuidos a ellas y a su trabajo, es decir, son capaces de resignificar el estigma: un significado social extendido deviene en algo que cambia su significado; de ser concebido como un trabajo que degrada, deviene para ellas en algo que es exactamente lo contrario, insisten en que no son diferentes al resto de la población aunque entienden la singularidad de su trabajo, que es una actividad que cumple su propósito, que gracias a ella pueden tener la vida que quieren, que les da independencia y en el que pueden ingresar debido a sus cualidades estéticas destacables que no todas las mujeres poseen.

Asimismo, insertarse en este trabajo permite para algunas de ellas, sobre todo para quienes movilizan y desarrollan sus capitales a lo largo de sus trayectorias laborales, salir de los sectores populares urbanos, es decir, puede constituirse en una vía de ascenso social a formas de vida de clase media.

Con los aspectos puestos a discusión en estas conclusiones, he tratado de mostrar como los elementos estéticos, emocionales, corporales y performáticos aparecen en todas las dimensiones del trabajo de edecanaje. Aparecen primero como capitales que poseen las trabajadoras obtenidos fuera del campo laboral y que ponen en juego en la decisión de

entrar a la actividad, aparecen en la construcción del mercado de trabajo que recluta a mujeres que cumplen con ciertos aspectos estéticos, emocionales, corporales y performáticos para incorporarlas y mercantilizarlas. Los capitales, en la actividad laboral, trasmudan en reglas de exhibición estética, corporal, emocional y performática que los empleadores establecen para rutinizar el trabajo en todas esas dimensiones. En el proceso de trabajo esos capitales aparecen como instrumentos de trabajo que sintetizan en la creación de atmósferas de feminidad e interpelan a su vez la emocionalidad del público para incentivarlo a consumir productos o servicios. Por último, en la subjetividad de las trabajadoras, las dimensiones estética, corporal, emocional y performática aparecen en sus *habitus*, en sus esquemas de apreciación y percepción, que les permiten realizar hasta cierto punto la actividad con las menores contrariedades posibles ya que sus formas de ser y estar en el mundo tienden a compatibilizar con las exigencias de los empleadores.

En ese sentido, los trabajos interactivos con estas características funcionan como una maquinaria simbólica excepcional para la explotación, dado que las reglas de exhibición que se requiere para el trabajo están completamente alineadas a los *habitus*, capitales y subjetividad de las trabajadoras.

Es, en consecuencia, una actividad que requiere de una atención minuciosa, debido a que los mecanismos de control no son tan evidentes de ubicar y por tanto se puede desestimar su papel en la perpetuación de la precarización de la vida de las trabajadoras. Todos estos elementos hacen de esta una actividad sumamente compleja dentro del conjunto de actividades capitalistas, su complejidad asimismo proviene de que los aspectos más importantes para su realización son de orden inmaterial, son estructuras invisibles que no aparecen como formas de control, sino como aspectos “naturales” de las relaciones sociales y de las personas.

Con esta investigación fue posible dilucidar como es que dentro de este mercado global, los desposeídos ponemos en juego los recursos obtenidos de nuestros mundos de vida, de las opciones que tenemos en nuestra fracción de clase y las estrategias que utilizamos para posicionarnos en campos específicos, en donde nuestras habilidades

(capitales) pueden transformarse en valores de cambio de los que podamos obtener un ingreso para nuestra subsistencia. Es decir, si bien nuestra posición en el espacio social está condicionada por la fracción de clase a la que pertenecemos, los sujetos ponemos en juego estrategias fincadas en nuestras formas de percepción y apreciación y en los capitales heredados o adquiridos, para obtener todas las ventajas posibles dentro de un marco muy limitado de posibilidades. La potencia de la concepción burdeliana, empleada en esta tesis, radica en que permite comprender la movilización ascendente o descendente que existe entre diferentes fracciones de clase a partir de los limitados recursos poseídos por los sujetos y utilizados estratégicamente para obtener las mejores condiciones de vida posibles.

Esto es muy claro para el caso de las edecanes, quienes movilizan recursos propios, como la posesión de belleza, habilidades y talentos para ganarse un lugar en el mundo, dar sentido a su vida y subsistir a través de las actividades que realizan. Esto muestra su capacidad de agencia y resiliencia frente a las circunstancias hostiles y dolorosas que impone las estructuras económicas y diferentes formas de dominación.

Espero que esta sea una investigación que despierte el interés de otras investigadoras en estas actividades contemporáneas y feminizadas, que ponen en juego diferentes componentes sensibles para su realización, y en especial, en la actividad de las edecanes, que no ha representado un profundo interés por parte de los estudios laborales a pesar de que, como he mostrado aquí, esconde profundos elementos novedosos que posibilitan su materialización.

Una propuesta interesante que puede seguir a esta investigación es develar cómo es que se construyen los *habitus* y los capitales de las edecanes fuera del mundo del trabajo y cómo se relacionan con los diferentes procesos de socialización, cómo es la educación y la vida familiar.

Por mi parte, indagar en esta actividad, fue un altísimo reto intelectual, que me permitió profundizar sobre concepciones, teorías y conceptos fascinantes, que transformaron mi forma de entender la propia disciplina así como la forma en que veo la vida y las relaciones sociales en general. Por ello, con este trabajo de investigación se

replantearon todas mis concepciones y pre-nociones en torno a estas actividades feminizadas y me dio oportunidad de acercarme a un sector de mujeres trabajadoras muy interesantes, que están perpetuamente en la búsqueda de mejorar sus condiciones de vida frente a un marco muy acotado de posibilidades.

BIBLIOGRAFÍA

- Arango, Luz (2011) "Género, belleza y pretensiones artísticas en el campo de las peluquerías", en *Revista Latina de Sociología* (1), pp. 1-44.
- Arango, Luz y Pascale Molinier (2011) "El cuidado como ética y como trabajo" en Luz Arango y Pascale Molinier (coord.) *El trabajo y la ética del cuidado*, Bogotá, La carreta Editores, pp. 15-21.
- Archuf, Leonor (2007) *El espacio biográfico, dilemas de la subjetividad contemporánea*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Arévalo, Karina, Emilia Chellew, Isabel Figueroa, Adonai Arancibia y Simone Schmied (2018) "Ni pobre diabla ni candy: Violencia de género en el reggaetón", en *Revista de Sociología* 33 (1), Santiago de Chile, pp. 7-23.
- Bedford Olwen y Shu-Ling Hwang (2013) "Building Relationships for Business in Taiwanese Hostess Clubs: the Psychological and Social Processes of Guanxi Development", en *Gender, Work and Organization* 20 (3), pp. 297-310.
- Benner, Chris (2011) "El trabajo en la sociedad red: lecciones de Silicon Valley", en Castells, Manuel (coord.) *La sociedad red: una visión global*, Madrid, Alianza Editorial, pp. 226-253.
- Besserer, Federico y Raúl Nieto (2015) *La ciudad transnacional comparada. Modos de vida, gubernamentalidad y desposesión*. Ciudad de México, CONACYT/UNAM/Juan Pablos Editor.
- Bourdieu, Pierre (1999a) "Espacio social y espacio simbólico" en *Razones Prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona, Anagrama, pp. 11-26.
- Bourdieu, Pierre (1999b) "El nuevo capital", en *Razones Prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona, Anagrama, pp. 33-52.

- Bourdieu, Pierre (2000) *La dominación masculina*, Barcelona, Anagrama.
- Bourdieu, Pierre (2007) *El sentido práctico*, Buenos Aires, Siglo XXI Editores.
- Bourdieu, Pierre (2007b) *Cosas dichas*, Buenos Aires, Gedisa.
- Bourdieu, Pierre (2012) *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, México, Taurus.
- Bourdieu, Pierre y Loïc Wacquant (2005) *Una invitación a la sociología reflexiva*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Branger, Denis (2004) “La Construcción del Objeto de la Distinción” en Branger, Denis, *Epistemología y Metodología en la Obra de P. Bourdieu*, Buenos Aires, Prometeo, pp. 114-146.
- Braverman, Harry (1974), *Trabajo y capital monopolista*, México, Nuestro Tiempo.
- Brook, Paul (2016) “The Alienated Heart: Hochschild’s ‘emotional labour’ thesis and the anticapitalist politics of alienation” en *Capital and Class*, 33 (2), pp. 7-31.
- Burawoy, Michael (1979), *Manufacturing Consent: Changes in the Labour Process under Monopoly Capitalism*, Londres, Mac Millan.
- Butler, Judith (1998) “Actos performativos y constitución del género: un ensayo sobre fenomenología y teoría feminista”, en *Debate feminista*, No 18, México, pp. 296-314.
- Castells, Manuel (2011) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. II, El poder de la identidad*, México, Alianza Editorial.
- Castledine, George (1997) “Nurse as hotel hostesses: a future path in nursing?” en *British Journal of Nursing*, 6 (9), pp. 518-518.
DOI: <https://doi.org/10.12968/bjon.1997.6.9.518>
- Celis, Juan y Nelcy Valencia (2012) “La deslaborización de los empacadores en los supermercados colombianos” en Celis, Juan Carlos (coord.) *La subcontratación*

- laboral en America Latina: Miradas multidimensionales*, Colombia, CLACSO/ Escuela Nacional Sindical, pp 391-415.
- Coriat, Benjamín (1991) *El taller y el cronómetro. Ensayo sobre el taylorismo, el fordismo y la producción en masa*, México, Siglo XXI Editores.
- Coriat, Benjamin (1992), *El taller y el robot*, México, Siglo XXI Editores.
- Chan, Roy y Chee Leok Goh (1997) "STD/AIDS knowledge and risk behavior among masseuses and bar hostesses in Singapore", en *International Journal of STD & AIDS*, Jun; 8 (6), pp. 373-377. DOI: 10.1258/0956462971920280.
- Chávez, Gloria (2005) *Experiencias subjetivas de Hostess en sus relaciones sexuales: historias de vida*, Tesis de Licenciatura en Psicología, México, UNAM.
- Chierichetti, Flavio, Silvio Lattanzi y Alessandro Panconesi (2011) "Rumor spreading in social networks", en *Theoretical Computer Science* 412 (24), pp. 2602-2610.
- Choi, Carolyn (2016) "Moonlighting in the nightlife: From indentured to precarious labor in Los Angeles Koreatown's hostess industry", en *Sexualities*, University of Southern California, 20 (4), pp. 446-462.
DOI: <https://doi.org/10.1177/1363460716651419>
- Da Cunha, Augusto, Oscar Lima y Alexandre de Pádua (2016). "Aesthetics and commodity-labor: Analysis of the Lukacsian aesthetic properties in business magazines the exame magazine" en *Revista de Administração*, 51(2), pp. 137-150.
- De Beauvoir, Simone (2019) *El segundo sexo*, México, Debolsillo.
- De la Garza, Enrique (2000) "Subjetividad, cultura y estructura", en *Iztapalapa* (50), México, UAM-Iztapalapa, pp. 1-23.
- De la Garza, Enrique (2003) "Las teorías sobre la reestructuración productiva y América Latina" en Enrique de la Garza (coord.), *Tratado latinoamericano de sociología del*

trabajo, México, COLMEX/Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales/UAM/FCE, pp. 716-734.

De la Garza Enrique (2005). “Del concepto ampliado de trabajo al de sujeto laboral ampliado” en Enrique de la Garza (coord.) *Sindicatos y nuevos movimientos sociales en América Latina*, Buenos Aires, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, pp. 9-17.

De la Garza, Enrique (2011) “Introducción: construcción de la identidad y acción colectiva entre trabajadores no clásicos como problema”, en Enrique de la Garza (coord.), *Trabajo no clásico, organización y acción colectiva, Tomo I*, México, Plaza y Valdez/UAM Iztapalapa, pp. 11-21.

De la Garza, Enrique (2012) “La metodología marxista y el configuracionismo latinoamericano”, en Enrique de la Garza y Gustavo Leyva (coords.) *Tratado de metodología de las ciencias sociales. Perspectivas actuales*, México, FCE/UAM-Iztapalapa, pp. 229-255.

De la Garza, Enrique (2012a) “La subcontratación y la acumulación de capital” en Celis, Juan Carlos (coord.) *La subcontratación laboral en América Latina: Miradas multidimensionales*, Colombia, CLACSO/ Escuela Nacional Sindical, pp 15-37.

De la Garza Toledo, Enrique (2013) “Trabajo no clásico y flexibilidad” en *Caderno CRH*, (68), pp. 315-330.

De la Garza, Enrique y Gustavo Leyva (2012) “Introducción”, en Enrique de la Garza y Gustavo Leyva (coords.) *Tratado de metodología de las ciencias sociales. Perspectivas actuales*, México, FCE/UAM-Iztapalapa, pp. 19-31.

Díaz, Mónica y Carmen Llovet, (2017). “¿Empoderamiento o empobrecimiento de la infancia desde las redes sociales? Percepciones de las imágenes de niñas sexualizadas en Instagram”, en *El profesional de la información*, 26 (1), pp. 77-87. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.08>.

- Elias, Norbert (2012) *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psocogenéticas*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Federici, Silvia (2010) *Calibán y la bruja: mujeres, cuerpo y acumulación originaria*, Buenos Aires, Tinta Limón.
- Foucault, Michel (1990) *Tecnologías del yo*, Barcelona, Paidós.
- Foucault, Michel (1996) *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*, México, Siglo XX Editores.
- Foucault, Michel (2005) *El orden del discurso*, Buenos Aires, Tusquets editores.
- Gallart, Georgina (2012) *Diagnostico de organización de una agencia contratadora de servicios de edecanes, intérpretes y traductores*, Tesis de Licenciatura, Escuela de Contaduría y Administración, México, Universidad Anahuac.
- Geertz, Clifford (1996) *Metodología de la investigación cualitativa*, Bilbao, Universidad de Deusto, pp. 11-32.
- Geertz, Clifford (2005), *La interpretación de las culturas*, Madrid, Gedisa.
- Godelier, Maurice (2011) *La producción de grandes hombres: poder y dominación masculina entre los Baruya de Nueva Guinea*, Madrid, Akal.
- Goffman, Erving (2001) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu editores.
- Goffman, Erving (2006) *Estigma. La identidad deteriorada*, Buenos Aires/Madrid, Amorrortu editores.
- González, Adriana, Erandi Romero, Karla Mejía y Lucía Zúñiga (2016) "Relaciones de poder en el contexto laboral de edecanes, secretarias y enfermeras: su impacto en el burnout y el significado psicológico de la prestación de sus servicios" en *Revista de Educación y Desarrollo*, (39), México, 35-44.

- González, Pilar (2019) "Erotización infantil y gramáticas afectivas: discursos sobre la infancia en la era 2.0 en Argentina", en *Sexualidad, Salud y Sociedad* (31), Río de Janeiro, DOI: <https://doi.org/10.1590/1984-6487.sess.2019.31.06.a>
- Gracia, Esther, José Ramos y Carolina Moliner (2014). "El trabajo emocional desde una perspectiva clarificadora tras treinta años de investigación", en *Universitas Psychologica*, 13(4), pp. 1517-1529. DOI: doi:10.11144/Javeriana.UPSY13-4.tepc.
- Guadarrama, Rocío (2007) *Los significados del trabajo femenino en el mundo global. Estereotipos, transacciones y rupturas*, Barcelona Anthropos/Universidad Autónoma de Metropolitana.
- Hakim, Catherine (2014) *Capital erótico. El poder de fascinar a los demás*, México, Debolsillo.
- Heller, Agnes (1980) "La división emocional del trabajo", en *Nexos*, 1 julio, 1980, México: 29-38.
- Héritier, Françoise (1996) *Masculino / Femenino. El pensamiento de la diferencia*, Barcelona, Ariel.
- Hochschild, Russell (2003) *The managed Heart, commercialization of human feeling*, Berkeley, University of California Press.
- Humphrey, Ronald, Blake Ashforth, y James Diefendorff (2015), "The bright side of emotional labor", en *Journal of Organizational Behavior*, 36 (6), pp. 749-769.
- Ibarra, Guillermo (2003) "Migrantes mexicanos en la industria del vestido de Los Ángeles", en *Migraciones Internacionales*, 2 (1), pp.107-135.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2005) *Clasificación Mexicana de ocupaciones*, vol. II, México, INEGI.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2011) *Sistema nacional de clasificación de ocupaciones*, México, INEGI.

- Jakubowska, Honorata (2018) "No more Grid Girls at Formula One: The discourse analysis on hostesses' sexualized bodies, objectification and female agency", en *Society Register*, 2 (1), pp. 113-130, DOI: 10.14746/sr.2018.2.1.07.
- Juárez María y Erika Rueda (2005) *Propuesta de un manual para edecanes en los eventos y reuniones celebrados en la Ciudad de León*, Tesis de Licenciatura, Escuela de Turismo, Nicaragua, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Kamise, Yumiko (2013) "Occupational Stigma and Coping Strategies of Women Engaged in the Commercial Sex Industry: A Study on the Perception of «Kyaba-Cula Hostesses»", en *Japan. Sex Roles*, (69), pp. 42–57.
DOI: <https://doi.org/10.1007/s11199-013-0293-0>.
- Knox, Elena (2015) "Reinventing the Wheel: The Hostess Trope in the Twenty-First Century", en *Australian and New Zealand Journal of Art*, 15 (2), pp. 150-163. DOI: 10.1080/14434318.2015.1089802.
- Lagarde, Marcela (2015) *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*, México, Siglo XXI Editores.
- Laikwan, Pang (2009) "The Labor Factor in the Creative Economy: A Marxist Reading", en *Social Text*, 27 (2), 55-76.
- Landa, María y Leonardo Marengo (2011) "El cuerpo del trabajo en el capitalismo flexible: lógicas empresariales de gestión de energías y emociones", en *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 29 (1), pp. 177-199.
- Lara, Nelly (2013) *La construcción de la feminidad en las revistas masculinas en México: una interpretación hermenéutica feminista*. Tesis de Maestría en Comunicación, Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México. Disponible en <http://132.248.9.195/ptd2013/septiembre/0701784/Index.html>.

- Laurence, Claire (2011) *Expo 67 Hostesses and Women's Paradoxical Place within Society in the 1960s*, McHill University, School of Architecture, Montreal. Disponible en <http://www.gabriel3d.com/expo67/documents/hostess.pdf>.
- Lazzarato, Maurizio y Antonio Negri (2001) *Trabajo inmaterial: formas de vida y producción de subjetividad*, Rio de Janeiro, DP&A Editora.
- Lebert, Didier y Carlo Vercellone (2011) "El rol del conocimiento en la dinámica de largo plazo del capitalismo" en Carlo Vercellone (coord.) *Renta, saber y valor en el Capitalismo Cognitivo*, Buenos Aires, Prometeo.
- Lévi-Strauss, Claude (1979) *Antropología estructural* [II], México, Siglo XXI Editores.
- Lindón, Alicia (2012) "Corporalidades, emociones y espacialidades: hacia un renovado betweenness" en *Revista Brasileira de Sociologia da Emoção*, 11 (33), pp. 698-723.
- Loaeza, Guadalupe (1987) *Las niñas bien*, México, Editorial Océano.
- Lucas, Juan (2016) *Flexibilidad y Subcontratación. El proceso de trabajo en promoción*, Tesis de Maestría, Posgrado en Estudios Sociales (Estudios Laborales), México, UAM-Iztapalapa.
- Maanen, Jonh (1999). "The smile Factory: work at disneyland", en *South-Western College Publishing*, pp.11-24.
- Marriage, Madison (2018) "Men only: Inside the charity fundraiser where hostesses are put on show", *The Financial Times*, 23/01/2018, London. Disponible en <https://www.ft.com/content/075d679e-0033-11e8-9650-9c0ad2d7c5b5>.
- Marx, Karl (1984) *El capital*, tomo I, Vol. 3. México, Siglo XXI Editores.
- Mendoza, Nancy (2004) *El desafío de las cuentas por cobrar en Castelli Eventos, empresa dedicada al modelaje profesional*, Tesis de Licenciatura, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Guatemala, Universidad Rafael Landívar.

- Moebius, Stephan (2012) "Posestructuralismo y ciencias sociales" en Enrique de la Garza Toledo y Gustavo Leyva (coords.) *Tratado de metodología de las ciencias sociales. Perspectivas actuales*, México, FCE / UAM-Iztapalapa, pp. 525-566.
- Moliner, María (2007) *Diccionario del uso del español*, Madrid, Gredos.
- Mora, Martín (2002) "La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici", en *Athenea Digital* (1), México, pp. 1-25.
- Muñiz, Elsa (2010) "Las prácticas corporales. De la instrumentalidad a la complejidad" en Elsa Muñiz (Coord.) *Disciplinas y prácticas corporales, una mirada a las sociedades contemporáneas*, México, Anthropos /UAM.
- Muñiz, Elsa (2011) *La cirugía cosmética: ¿un desafío a la «naturaleza»? Belleza y perfección como norma*, México, UAM.
- Muñiz, Elsa (2015) "Un juego de ficciones, salud, belleza y perfección", en Alejandra Díaz Zepeda y Fabian Giménez Gatto (coords.) *Ficciones del cuerpo*, México, UAM-Xochimilco/La cifra Editores, pp. 31-66.
- Nabokov, Vladimir (2005) *Lolita*, Barcelona, Anagrama.
- Neffa, Julio (2012) "Subcontratación, tercerización y precarización del trabajo y el empleo: una visión regulacionista de la economía" en Celis, Juan Carlos (coord.) *La subcontratación laboral en America Latina: Miradas multidimensionales*, Colombia, CLACSO/ Escuela Nacional Sindical, pp. 67-95.
- Nieto, Raúl (2012) "Pierre Bourdieu: etnólogo, sociólogo y antropólogo" en Enrique de la Garza Toledo y Gustavo Leyva (coords.) *Tratado de metodología de las ciencias sociales. Perspectivas actuales*, México, FCE/UAM-Iztapalapa, pp. 469-503.
- Nieto, Raúl (2017) "Trabajos emocionales y labores afectivas" en *Alteridades*, 27 (53) México, UAM-Iztapalapa, pp. 35-46.

- Ochoa, María y Martín Reyes (2011) "Los imperativos de la belleza y el dispositivo médico", en *La Ventana. Revista de Estudios de Género* (33), pp. 73-116.
- Pacheco, Edith (2007) "El mercado de trabajo en México. Cambios y continuidades" en Roció Guadarrama y José Luis torres (coords.) *Los significados del trabajo femenino en el mundo global*, México, Anthropos/UAM.
- Peláez, Álvaro (2012) "El empirismo lógico y el problema de los fundamentos de las ciencias sociales" en Enrique de la Garza y Gustavo Leyva (coords.) *Tratado de metodología de las ciencias sociales. Perspectivas actuales*, México, FCE / UAM-Iztapalapa, pp. 469-503.
- Pétonnet, Colette. (1982), "L'observation flottante. L'exemple d'un cimetière parisien", *L'Homme*, 22 (4), París, pp. 37-47.
- Potter, Jonathan (1998) "La Etnometodología y el Análisis Conversacional" en *La Representación de la Realidad*, Barcelona, Paidós, pp. 63-94.
- Prewitt, Tanya (2010) *More than Pretty Faces and Mini Skirts: An Autoethnographic Story of Female Sport Hostess Experience*, Tesis de Doctorado, Tennessee, Universidad de Tennessee.
- Rancière, Jacques (2004). *The politics of Aesthetics*, London & New York, Bloomsbury, SAGE Publications.
- Reguillo, Rossana (1998) "De la pasión metodológica o la (paradójica) posibilidad de investigación", en Rebeca Mejía y Sergio Sandoval (coords.) *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica*, México, ITESO, pp. 17-38.
- Rockwell, Elsie (2009) *La experiencia etnográfica. Historia y cultura en los procesos educativos*, Buenos Aires, Paidós.

- Rojas, Carlos (2016). M. Foucault: "El discurso del poder y el poder del discurso", en *Universitas Philosophica*, 2 (3), Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, pp. 45-56
Disponible en:
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/vniphilosophica/article/view/16912>.
- Ruiz, Ignacio (1996), *Metodología de la investigación cualitativa*, Bilbao, Universidad de Deusto.
- Samsel, Zelinka e Isidro Becerril (2017). "Consecuencias del acoso sexual hacia hostess de los restaurants del área de San Ángel en la CDMX" en. *Hospitalidad ESDAI*, (32), 53-82. Recuperado a partir de <https://revistas.up.edu.mx/ESDAI/article/view/1457>.
- Saussure, Ferdinand de (1996) *Curso de lingüística general*, México, Editorial Fontamara.
- Scott, James (2007) *Los dominados y el arte de la resistencia*, México, Era.
- Schongut, Nicolas (2012) "La construcción social de la masculinidad: poder, hegemonía y violencia", en *Psicología, Conocimiento y Sociedad* 2(2), Montevideo, Universidad de la República, pp. 27-65.
- Serrano, Carlos (2004) "Mestizaje y características físicas de la población mexicana" en *Arqueología Mexicana*, (65),pp. 64-67.
- Soley, Patricia (2010) "Cuerpos ideales. Una aproximación interdisciplinaria al estudio de los modelos de moda" en *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia*, (26), Barcelona, pp. 108-134.
- Soley, Patricia (2012) "Muñecas que hablan. Ética y estética de los modelos de belleza en publicidad y moda" en *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, LXVII (1), pp. 115-146.
- Soley, Patricia (2015) *¡Divinas! Modelos, poder y mentiras*, Barcelona, Anagrama.
- Thompson, Edward Palmer (2012 [1963]) *La formación de la clase obrera en Inglaterra*, Madrid, Capital Swing.

- Thompson, Paul. (1983), *The nature of work*, London, Mc Millan.
- Thomson, Ross (2009) *Structures of Change in the Mechanical Age: Technological Innovation in the United States, 1790-1865*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- Todaro, Rosalba y Sonia Yañez (2004) *El trabajo se transforma. Relaciones de producción y relaciones de género*, Santiago de Chile, Centro de Estudios de la Mujer, Disponible en https://www.researchgate.net/publication/294883297_EL_TRABAJO_SE_TRANSFORMA_Relaciones_de_produccion_y_relaciones_de_genero.
- Uribe, Juan y Jaime de Pablo (2011) “Revisando el emprendedurismo”, en *Boletín Económico del ICE* (3021), pp. 53-62.
- Velasco, Ambrosio (2012) “Hermenéutica y ciencias sociales” en Enrique de la Garza y Gustavo Leyva (coords.) *Tratado de metodología de las ciencias sociales. Perspectivas actuales*, México, FCE / UAM-Iztapalapa, pp. 469-503.
- Weber, Max (2005) *Economía y sociedad*, México, FCE.
- Wharton, Amy (2009) “The Sociology of Emotional Labor”, en *Annual Review of Sociology*, (35), Washington, pp. 147-165.
- Witz, Anne, Chris Warhurst y Dennis Nickson (2003), “The labor of aesthetics and the aesthetics of organization” en *Organization*, 10 (1), pp. 33-54. DOI: <https://doi.org/10.1177/1350508403010001375>.
- Wolkowitz, Carol (2006) *Bodies at Work*, Londres, SAGE Publications.
- Zheng, Tiantian (2008) “Commodifying Romance and Searching for Love Rural Migrant Bar Hostesses’ Moral Vision in Post-Mao Dalian” in *Modern China*, 34 (4), pp. 442-476. DOI: <https://doi.org/10.1177/0097700408319493>.
- Zheng, Tiantian y Suny Cortland (2011) “Karaoke Bar Hostesses and Japan-Korea Wave in Postsocialist China: Fashion, Cosmopolitanism and Globalization”, en *Cortland, City*

& *Society*, 23 (1), pp. 42-65. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1548-744X.2011.01048.x>.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Casasola, Gustavo (1958) Adolfo López Mateos y edecanes en un camión haciendo recorrido en su campaña electoral, Colección Archivo Casasola, Fototeca Nacional INAH, México, tomado de: <https://www.mEDIATECA.INAH.GOB.MX/repositorio/islandora/object/fotografia%3A238853>

Casasola, Gustavo (1959) Edecanes abanderadas, Colección Archivo Casasola, Fototeca Nacional INAH, México, tomado de: <https://www.mEDIATECA.INAH.GOB.MX/repositorio/islandora/object/fotografia%3A266912>

Casasola, Gustavo (1960) Edecanes junto de trofeos durante festival deportivo. Fototeca Nacional INAH, México, tomado de: <https://www.mEDIATECA.INAH.GOB.MX/repositorio/islandora/object/fotografia%3A242270>

Casasola, Gustavo (1962) Edecanes fuera de la clínica del Seguro Social en Matamoros, Colección Archivo Casasola, Fototeca Nacional INAH, México, tomado de: <https://www.mEDIATECA.INAH.GOB.MX/repositorio/islandora/object/fotografia%3A259414>

Casasola, Gustavo (1968) Edecanes de la Escuela Normal dan la bienvenida a Díaz Ordaz, Colección Archivo Casasola, Fototeca Nacional INAH, México, tomado de: <https://www.mEDIATECA.INAH.GOB.MX/repositorio/islandora/object/fotografia%3A421631>

- Hidalgo, Sara (2013) "La identidad olímpica de México 68" en *Nexos*, tomado de: <https://cultura.nexos.com.mx/?p=3407>.
- Loaeza, Guadalupe (2012) "Aquel 68" en *Siempre! Presidencia de México*, tomado de: <http://www.siempre.mx/2012/10/aquel-68/>.
- Loaeza, Guadalupe (2018) "Edecán 1968" en *Zócalo*, tomado de: <https://www.zocalo.com.mx/opinion/opi-interna/edecan-1968>.
- Luna, Mauricio (2018) "Las promotoras del automovilismo se defienden: Nos gusta trabajar con nuestro cuerpo" en *infobae*, tomado de: <https://www.infobae.com/sociedad/2018/02/10/las-promotoras-del-automovilismo-se-defienden-nos-gusta-trabajar-con-nuestro-cuerpo/>
- Marriage, Madison (2018) "Men Only: Inside the charity fundraiser where hostesses are put on show" en *Financial Times*, tomado de: <https://www.ft.com/content/075d679e-0033-11e8-9650-9c0ad2d7c5b5>.
- Morales, Eduardo (2018) "Las edecanes del 68" en *Inperfecto*, tomado de: <https://inperfecto.com.mx/2018/07/31/las-edecanes-del-68/>.
- Orantes, Fidel (2018) "Para ser modelo no hay edad" en *El Diario MX*, tomado de: https://diario.mx/Espectaculos/2018-02-06_80041bb0/para-ser-modelo-no-hay-edad/.
- Sanz, Oscar (2018) "¿Y lo bien que sujetan el paraguas, qué?" en *EL PAÍS*, tomado de: https://elpais.com/deportes/2018/02/12/actualidad/1518465445_957873.html.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

ACTA DE DISERTACIÓN PÚBLICA

No. 00159

Matrícula: 2163801216

EL TRABAJO DE LAS EDECANES
EN LA CIUDAD DE MÉXICO:
ESTÉTICAS, CORPORALIDADES,
EMOCIONES Y PERFORMANCE.

Con base en la Legislación de la Universidad Autónoma Metropolitana, en la Ciudad de México se presentaron a las 11:00 horas del día 11 del mes de marzo del año 2021 POR VÍA REMOTA ELECTRÓNICA, los suscritos miembros del jurado designado por la Comisión del Posgrado:

DRA. MARCELA ADRIANA HERNANDEZ ROMO
DR. JULIO CESAR BECERRA POZOS
DR. RAUL NIETO CALLEJA



Fabiola Sánchez Correa
FABIOLA SANCHEZ CORREA
ALUMNA

Bajo la Presidencia de la primera y con carácter de Secretario el último, se reunieron a la presentación de la Disertación Pública cuya denominación aparece al margen, para la obtención del grado de:

DOCTORA EN ESTUDIOS SOCIALES (ESTUDIOS LABORALES)

DE: FABIOLA SANCHEZ CORREA

y de acuerdo con el artículo 78 fracción IV del Reglamento de Estudios Superiores de la Universidad Autónoma Metropolitana, los miembros del jurado resolvieron:

Aprobar

Acto continuo, la presidenta del jurado comunicó a la interesada el resultado de la evaluación y, en caso aprobatorio, le fue tomada la protesta.

REVISÓ

[Signature]
MTRA. ROSALBA SERRANO DE LA PAZ
DIRECTORA DE SISTEMAS ESCOLARES

DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE CSH

[Signature]
DR. JUAN MANUEL HERRERA CABALLERO

PRESIDENTA

[Signature]
DRA. MARCELA ADRIANA HERNANDEZ ROMO

VOCAL

[Signature]
DR. JULIO CESAR BECERRA POZOS

SECRETARIO

[Signature]
DR. RAUL NIETO CALLEJA