Anfitrionas A1 en Lima 25/01/2013

Liuba Kogan

Jefa del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad del Pacífico

El anfitrionaje A1-tal como lo conocemos en Lima-, parece ser una especialidad de algunos países como el nuestro donde se tolera el machismo. Las anfitrionas se encuentran segmentadas según marcas, tipos de eventos, productos y población objetivo: deben ser muy guapas, esbeltas y altas. Además necesitan tener la capacidad de sonreír, ser empáticas y controlar eficientemente sus emociones. Por lo general con ropa muy descubierta y pegada, las anfitrionas A1 se ven obligadas a dosificar sus sonrisas, coquetear discretamente y ser serviciales. Las encontramos en eventos y espacios públicos en los que promocionan productos y servicios diversos.

Curiosamente se trata de un trabajo solitario y riesgoso, por lo que siempre están acompañadas de personal de seguridad. El riesgo proviene del acoso sexual masculino: miradas, piropos, tocamientos o insinuaciones. Ello no debe sorprendernos, pues 70% de las mujeres en Lima se sienten inseguras en las calles según la II Encuesta de Victimización 2012.

 Una joven comenta en las redes sociales… “innumerables veces he tenido que cambiar de ruta, vestirme diferente, no maquillarme, llevar bolsos largos (que básicamente cumplen la función de taparme el “trasero”) para no llamar la atención. Sí, porque a nosotras no nos gusta que se nos vea sólo como objetos sexuales, estoy convencida que somos dignas de un trato igualitario”. Las jóvenes se sienten inseguras en las calles por lo que deben desarrollar numerosas estrategias para protegerse de la mirada de los hombres –que invade su espacio personal-, de los tocamientos o piropos que incomodan.

En este contexto de incomodidad femenina, ¿cómo entender la presencia de anfitrionas A1 semidesnudas promocionando productos y servicios? Pues se trata de un asunto de oferta y demanda.

Las jóvenes anfitrionas reciben una considerable paga. Pueden trabajar en horarios bastante flexibles, además de una serie de ventajas como movilidad proporcionada por la agencia o contratantes, y viajes. Resulta uno de los trabajos mejor remunerados para jóvenes sin formación profesional, por lo que se ven tentadas a aceptar dichas ofertas a pesar de la percepción del riesgo o fastidio que puedan considerar.

Del lado de la demanda, nos encontramos con hombres que se ven seducidos a participar del juego que proponen las marcas: se aproximan a los productos promocionados al acercarse a las anfitrionas. El artilugio que permite aquella estrategia de mercadeo se asienta en la inseguridad masculina. Por lo general los hombres se sienten amenazados con la presencia de jóvenes y bellas mujeres, pues temen no ser correspondidos. El anfitrionaje A1 propone un escenario donde la provocativa mujer nunca se negará a mirar o conversar con los hombres independientemente de su edad, condición o apariencia física. Se trata pues de una ficción narcisista: los hombres gozan y se sienten reconocidos en el ámbito de un contexto simulado.

Sin embargo, a pesar de que oferta y demanda coinciden alegremente en el mercado, cabe preguntarnos si el anfitrionaje no coadyuva a normalizar y naturalizar el machismo en nuestra sociedad.