

Rouge Escort School

Arte, publicidad y mercado

Mateo Guerrero

Actualmente se desempeña como bailarín estable en el Ballet Oficial de la Provincia de Córdoba. Cursa la carrera de Composición Musical, en la Facultad de Artes de la UNC. En setiembre de 2013 presentó, en el Centro de Arte Contemporáneo Chateau Carreras, la instalación objetual-es-cultural "Papillón de Nuit".

Premisa artística y contexto social

El siguiente trabajo pretende mostrar, en un particular sentido de relaciones, las respuestas sociales que propició ROUGE ESCORT SCHOOL, intervención artística en vía pública e internet durante julio de 2010, con respecto a su clara (pero ficticia) propuesta de combinación entre prostitución y educación.

Tomamos a la representación artística en su dimensión o posibilidad de denuncia o cuestionamiento no formal de pautas sociales establecidas, utilizando la modalidad de *intervención urbana*, a través de la apropiación tanto de estrategias publicitarias como de materiales y prácticas industriales. En el contexto actual observamos una explícita mercantilización de la enseñanza y una implícita mercantilización de los cuerpos en tanto capital sexual disponible para ser explotado, así como también una gran flexibilidad ética de las herramientas publicitarias.

El proyecto, aspiraciones y estrategia

El eje del proyecto consistió en poner en tensión tres conjuntos íntimamente relacionados: la publicidad, la prostitución y los emprendimientos educativos privados. Cada uno de ellos se tomó como "empresa" que dispone de una "mercancía" con fines de progreso económico de los que intervienen. Estos fines se separan del objetivo propiamente educativo, de la excelencia del diseño publicitario y del acto de prostituirse.

Esto se concretizó en el diseño de un blog informativo de una ficticia escuela de "acompañantes" o escorts, en donde se detallaban las modalidades de cursado y las materias que se dictaban. Se colocó su publicidad en la vía pública en Córdoba.

En página opuesta, arriba y abajo izq.: capturas de pantalla tomadas del blog creado para la intervención.



Propusimos un punto de partida polémico: apreciar cómo cada uno de estos conjuntos en tensión pueden invadir a los otros dos. Evidenciar cuánto de prostitución hay en la publicidad y en los emprendimientos educativos privados, cuánto de educación hay en la prostitución y en la publicidad, y cuánto de publicidad

hay en la prostitución y en la oferta educativa. Esperábamos que, a partir de las distintas recepciones, se generara una discusión que fuera capaz de mostrar las distintas y desparejas concepciones que nuestra sociedad tiene de estos conjuntos. Es decir, cómo entienden distintos grupos sociales la relación entre estas prácticas o saberes y cómo lo manifiestan.

Como no se trata de una mesa redonda sino de una intervención en la vía pública, para lograr como efecto que las diferentes recepciones entren en discusión de manera voluntaria, fue preciso recurrir a un ardid artístico, es decir, fue preciso engañarlas. El engaño consistió en que la intervención urbana apareciera en una modalidad que llamaremos “arte invisible”. El arte invisible consiste en que el artefacto artístico (en este caso, la Rouge Escort School y su publicidad) oculta parte del mensaje, por lo que no se recorta de lo cotidiano

en tanto objeto artístico, sino que sólo se toma el mensaje polémico que propone. Si este cartel publicitario fuese expuesto en un museo, inmediatamente se reconocería como arte que propone un mensaje irónico sobre un tema polémico. El marco museístico otorga el estatus y la prevención necesaria para el lector. Pero, prescindiendo de ese marco, no hay nada en la expresión del mensaje que contradiga de alguna manera el mensaje (la publicidad de una escuela de trabajadoras sexuales) ni que posibilite entender la expresión y el mensaje como un acto artístico irónico. Nada allí previene o atenúa emociones.

namiento. Por un lado, como intervención urbana, con ciertas reminiscencias del *pop* (un producto fabricado en serie de manera industrial, expuesto para el disfrute estético tal y como se produce para consumo doméstico, etc.), que da cuenta de una sociedad en donde esta clase de publicación se produce sólo como una ironía artística y no como oferta real. Por otro, como arte invisible, en donde el engaño oculta las marcas artísticas y deja al descubierto un mensaje polémico que es recibido de manera desprevenida; por lo tanto (y gracias a las características expresivas del diseño, que lo homogeneiza con el resto de las publicidades en vía pública), es



▲ Imágenes de los avisos publicitarios colocados en la vía pública de la ciudad de Córdoba.

El artefacto artístico, de esta manera, tiene un doble funcio-

tomado como verídico, lo que desencadena la reacción.

En el primer caso, el conjunto de la sociedad recepta la obra como una representación de sí más o menos distorsionada. Se mira a

sí misma, o ve cómo es mirada por algunos de sus integrantes. En el segundo caso, la sociedad interviene como actor: no se observa, sino que actúa, se defiende y ataca a los que cree sus adversarios.

Concreción de la obra

La obra adopta la forma de una intervención urbana en la modalidad de arte invisible, interviniendo en cartelería publicitaria en la vía pública y como blog en internet. Esta intervención consiste en diagramar una escuela universitaria privada de trabajo sexual (escort, bailarinas nudistas y actrices pornográficas), diseñar su discurso educativo, su presentación institucional, su contenido curricular y extracurricular, sus condiciones de ingreso y de egreso, las actividades que se pueden realizar y las que no se pueden realizar. Las ventajas institucionales que ofrece son utilizadas como mecanismos de seducción de alumnos-clientes o aspirantes a alumnos, como dice la jerga de la educación privada. Finalmente, se incluye la ficha correspondiente de preinscripción y la casilla de e-mail para mandar consultas, como así también los espacios para comentar la publicación propios de cualquier blog.

El asesoramiento legal que produjo la incorporación de ciertas prevenciones (como la exigencia de mayoría de edad para inscribirse), tanto como la ausencia

total de datos de los responsables, direcciones, teléfono, costo de los cursos, nombres de profesores (ni reales ni ficticios), etc., fueron elementos que, a nuestro entender, contribuyeron a la realización del mecanismo de arte invisible. De esta manera, se creó el efecto de verosímil, es decir, parecer que la ficticia propuesta fuera verdadera para el público.

Este equilibrio entre la oferta educativa y las prevenciones legales fue roto por una sola frase: “pasantías en establecimientos propios”. Aportó el inquietante granito de veracidad, pero comprometía legalmente el proyecto, ya que los establecimientos propios aclararían a los interesados que habría un lugar para “trabajar”. Otro detalle que contribuía positivamente a la verosimilitud era plegarse al discurso publicitario de discriminación de género propio del mercado.

Recepciones: dos grupos previstos

Según este doble funcionamiento, podríamos distinguir dos grupos de receptores, de acuerdo con las distintas reacciones ante la intervención artística. Por un lado, la prensa escrita, televisiva y radial, no como medio sino como voces de distintos sectores sociales que creyeron necesario hacerse escuchar. Sectores públicos, sectores representativos de clase, representativos de cierta moral, representativos de lo religioso, de lo educativo, de

los trabajadores del rubro (obremos y patronos, trabajadoras y regenteadores), sectores artísticos y gremiales, creyeron que *de lo que hablaba* la intervención era verdad. Quizá esa es la manera en que este grupo “completa” el mensaje artístico, asumiendo la veracidad de lo que se promociona. Podríamos agruparlos en la clase de reacciones de la dimensión en que la sociedad actúa, habla, se defiende y discute. Esta reacción es propiciada por el arte invisible.

Por otro lado, las reacciones (canalizadas a través de los medios de comunicación) de los sectores que de alguna manera des-cifraron la propuesta como una

intervención urbana, ficticia en la materialidad de lo que ofertaba, pero no en la discusión que generaba y en la tensión social de la que nacía y la cual mostraba. Principalmente, sectores artísticos e intelectuales, habituados a estas prácticas, que cuentan con las herramientas necesarias para desentrañar la nebulosa conflictiva y transformarla en una evaluación, en propuestas, en clarificar el cuestionamiento. Se podrían ubicar en el grupo que completa el mensaje retribuyéndole los elementos ocultos y entendiéndolo como representación artística, ya sea antes o después de que en un matutino periodístico se publicara que se trataba de una intervención artística.



▲ Portada del diario *La voz del interior* (Córdoba, 8 de julio de 2010).



▲ Nota del diario *La voz del interior* (9 de julio de 2010).

Un inquietante tercer grupo

A estos dos grupos hay que sumarle un tercero, que no esperábamos: las personas interesadas en la propuesta de la escuela. Un grupo que, al igual que el primero, no contempló la obra como una intervención urbana, sino que le adjudicó veracidad a la oferta. Es decir, un grupo en estado inminente de elección de alguno de estos rubros, que entiende o intuye que la educación es una manera de mejorar las condiciones de su futura ocupación, como las suyas personales.

De esta manera, el espacio público informativo fue ocupado en su totalidad (de la porción que se le dedicó al tema) por voces que podemos atribuir al grupo que recepta la obra como propuesta verídica, y que abordó el tema desde lo moral y la ético. A pesar de haberse conocido la naturaleza artística del acontecimiento, en este espacio no hubo voces que podamos atribuir al grupo que descifra el mensaje como irónico, y a partir de ahí, proponer una reflexión sobre lo artístico y/o sobre lo social.

En contraste, dentro del espacio privado, recibimos correos electrónicos e inscripciones a cursar en la ficticia institución a través

del blog. Un 90% de este grupo eran personas muy jóvenes decididas a pagar por la educación que creían necesitar, sin cuestionamientos ni sorpresas.

Entonces, el panorama presenta una fuerte diferenciación: gran sorpresa y rechazo en el espacio informativo público, ausencia de una lectura artística y luego reflexiva y, por último, abrumadora respuesta positiva por parte de potenciales alumnos/clientes a través del canal privado.

A modo de conclusión

Desde una perspectiva artística podemos decir que, si el artefacto artístico no presenta en alguno de sus aspectos (sensibles o no) marcas que lo diferencien como tal, corre el riesgo -o la aventura- de no ser diferenciado del flujo de eventos cotidiano. En nuestro caso, este efecto fue buscado y logrado; sin embargo, creemos que este mismo efecto propició que su recepción no cobrara la seriedad artística que esperábamos.

Por último, y atendiendo a la dimensión social de la recepción, nos interesa poner en evidencia no sólo la confirmación de un

viejo “secreto a voces” (la sociedad hace uso de los trabajadores sexuales, pero no se puede hablar de ello), sino también, centrándonos en el tercer grupo, destacar una idea que parece estar presente en los aspirantes a alumnos: el acceso a un conocimiento y su pericia práctica, a pesar de tener un alto costo, significaría una promesa de una mejora futura en sus condiciones materiales. <<

Fuentes

Al momento de sistematizar la recepción, nos centramos en:
S.d. (2010, 8 de julio). “Extraña oferta para estudiar de «stripper» o acompañante”. *La voz del interior*.
Brondo, H. (2010, 9 de julio). “«Fue para alertar sobre explotación sexual»”. *La voz del interior*. Artículos escaneados disponibles en: <http://www.mantisreligiosa.com.ar/project/rouge-scort-school/>
Noticiero informativo televisivo de Canal 12, disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=EHLwzmnIESw>
Noticiero de Canal 8 de Córdoba, disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=vICPg1qdUVg>
Comentarios publicados en el blog: <http://www.rougeschool.blogspot.com.ar/>

Para conocer más acerca del proyecto, ingresar en:

<http://www.mantisreligiosa.com.ar/project/rouge-scort-school/>

Para la noción de “artefacto artístico”:

Dickie, G. (2005). *El Círculo del Arte. Una teoría del arte*. Buenos Aires: Paidós Estética.