

EL DILEMA TURCO: ELEGIR ENTRE LA VIDA Y LA BELLEZA

[Ricardo Ginés](#)

Con cincuenta años de diferencia dos magazines reflejan la irrupción de nuevas burguesías y sus credenciales en Turquía.



La presencia de la piel desnuda juega un papel decisivo en ambas. En la primera, no solo por su abundante entrega sino también por la justificación de esta exposición. En la segunda, por la negación de la desnudez como línea maestra. Se trata de dos revistas.

Lo curioso es lo que tienen en común en sus respectivas épocas. Porque ambos magazines son el reflejo de una clase social: la nueva burguesía pujante. La primera, llamada *Hayat* (Vida) nació en 1956, tenía a la revista *Life* como modelo y tuvo su apogeo en los 50 y 60 del pasado siglo -al amparo de una república laica fortalecida en su avance hacia lo occidental y que tuvo en la vida cosmopolita de Estambul su buque insignia.

La segunda, que lleva como título *Ala* (belleza, lo espléndido, supremo) cobra vida estos meses con una tirada de unos 30.000 ejemplares bajo la sombra acogedora de una nueva clase media-

alta turca con raíces en Anatolia, que reivindica con éxito su religiosidad musulmana.

Hayat es una revista que marcó época sobre todo debido a su despliegue de medios, desconocido hasta entonces y que sentó las bases de una industria cultural incipiente. Con su sede central en Estambul llegó a vender cientos de miles de ejemplares en Turquía y en ella la desnudez se busca de forma explícita y decidida. A primera vista, las portadas son generosas cuando se trata de perfilar las curvas femeninas. Los cuerpos en bikinis de despampanantes mujeres no son la excepción. Tampoco los escotes, los muslos ni las minifaldas.

En la edición del 10 de diciembre de 1964 -foto de portada del rostro sugerente de la actriz Lena von Martens- la página tres está dedicada al *striptease* de Sophia Loren junto a un camionero. “¿Lo tuvo fácil para mantener el control del vehículo?”, se pregunta esta página de apertura. También: “Un cuerpo como una estatua” es el pie de página a una foto en bikini de la actriz y modelo June Wilkinson.

A su vez, cuando se le pregunta a la lectora “¿Es usted una mujer contemporánea?” en el número del 4 de febrero de 1965, las imágenes corresponden a Sue Lyon, la actriz que interpretó a Lolita, a la mujer cubierta de oro de la película *Goldfinger* (serie James Bond, 1964) y a la rolliza mujer desnuda en el centro del cuadro “El rapto de las hijas de Leucipo” (1616) del pintor de claroscuros Peter Paul Rubens. Precisamente, una de las líneas argumentativas más apreciadas (y contundentes) en este tipo de revistas para defender la desnudez es su presencia intrínseca en la historia del arte occidental.

Unos cincuenta años más tarde: la revista *Ala*, que se autodefine como “revista de un bello estilo de vida”, es lanzada al mercado desde uno de los barrios de Estambul donde la huella otomana más presente se mantiene: Üsküdar. Las portadas las ocupan sin excepción mujeres dotadas de un *turban* o velo islámico que no deja aflorar ni un cabello. La excepción que confirma la regla es la fotografía en su último número (junio 2012) del cantante verde (por islámico) Maher Zain.

Ala, que ha elegido el color femenino rosa para presentarse como logo, arremete contra la desnudez ya desde la primera línea de su autodefinición que es accesible en su [web](#): “La revista Ala, que no contiene desnudez y sí ropa conservadora, es una revista femenina que comparte todo lo que llamamos “bello” con sus lectoras.” Y más adelante de nuevo y además subrayado: “postura antinudista”. Y también: una “toma de posición frente a los medios de desnudos”. Por si no quedaba claro: “No mostramos vestidos transparentes porque no los utilizamos”.

Y efectivamente, en sus páginas interiores no se muestran escotes generosos, más bien

abunda el velo islámico y el *pardesü*, una especie de gabardina islámica que de una pieza tapa tanto piernas como brazos. Si bien es cierto que también aparecen aquí mujeres sin velo, su apariencia es siempre recatada.

Y es que se sobreentiende que la buena mujer musulmana es siempre una modesta. De hecho, en *Ala* la religión musulmana es omnipresente: ya comenzando con el título que se acerca naturalmente a Allah. Se centra en la moda accesorios, pero siempre desde la perspectiva de lo adecuado, lo *halal*.

No así *Hayat*. Sus páginas no contienen apenas información religiosa. Una de las escasas excepciones en las que el islam juega un papel central es en el número del 10 de marzo de 1966 con un reportaje central dedicado a la peregrinación a la Meca, que ocupa incluso la foto de portada. En el mismo número se encuentra asimismo -y quizás para compensar el fervor religioso como tema estrella- un reportaje de dos páginas sobre el que fuera club de *striptease* en Beyoglu, centro de Estambul, llamado Le Carrousel, un establecimiento donde “se halla la última moda de París”. La estrella de la *revue* es Dolly a los 24 años, una *vedette* que fue hombre antes de pasar por el quirófano. Otra atracción, de nombre Sabrina, realiza el número denominado “el *striptease* de la cocaína”.

Otra de las manifiestas diferencias entre ambas revistas es casi de manera lógica el trato a las bebidas alcohólicas. En *Ala*, casi huelga decirlo, brilla por su ausencia. Las mujeres musulmanas, por muy modernas que sean, no deben beber, es el claro mensaje. En cambio, en *Hayat* se llega incluso al extremo de dar dos páginas sobre “un concurso de bebida” realizado en Beykoz, un distrito de Estambul. En apenas dos horas y media el héroe de nuestra historia consigue meterse entre pecho y espalda 35 rakis dobles (siendo raki la bebida nacional de Turquía con un 45% de alcohol y la que llevó a Atatürk, su fundador, prematuramente a la tumba).

Pero lejos de aspectos más o menos anecdóticos – aunque el consumo de alcohol en Turquía no lo es tanto, puesto que siempre ha estado unido a la laicidad- las pautas de conducta establecidas en la revista *Hayat* coinciden en lo fundamental con las de *A/a*; se trata de la creación y el fortalecimiento de una nueva clase media. Apuntando sobre todo a los usos y costumbres de las mujeres que la conforman y deben conformarla en un futuro. El adjetivo *ça?da?* (contemporáneo) está codificado: pertenece al kemalismo, al pasado. Ahora se intenta ocupar desde el conservadurismo musulmán la etiqueta *modern* con glamour.

Estas nuevas féminas, como indica el contenido de *A/a* no solo cuentan con productos básicos, sino que ya apuestan decididamente por el lujo y su refinamiento. También lo hacía *Hayat* ofreciendo en sus páginas por ejemplo la nueva colección de los modistos Pierre Cardin o Nina Ricci.

Hay otro aspecto que ambos magazines tienen en común: el horóscopo. En *Hayat* es apenas una columna con el título “que dicen las estrellas” y contiene recomendaciones también acerca de dudas emocionales o problemas laborales. Si se trata de amor no queda claro si se trata del esposo, el amante o un desconocido. En *A/a* el horóscopo tiene el epíteto “tu símbolo, tu piedra”, no va tanto al detalle vital y emplaza a la familia al centro de la experiencia personal. Algo parecido ocurre si analizamos los consejos de cara al matrimonio, presentes en las dos revistas.

Curiosamente ambas tienen en común además la apuesta por el zapato de tacón como distintivo femenino. Y también algo más trascendente: el apoyar de forma decidida a la mujer trabajadora y el hacer hincapié en la necesidad de que ascienda en la sociedad. En las páginas de *Hayat*, a pesar de que las imágenes de mujeres son muy numerosas, es difícil encontrar a una de ama de casa. Por su parte *A/a* dice estar dirigida “a la mujer que juega un papel activo en la sociedad, que es dueña de su carrera profesional, exitosa, bien vestida, con gusto, velada y conservadora”.

Hayat tuvo sus mejores años (1958-1968), con una tirada cercana a los 200.000 ejemplares), gracias a la batuta del periodista y editor Sevkert Rado. La redactora jefe de *A/a* es Hülya Aslan, de 24 años, y no cuenta con carrera universitaria, ya que se le impidió la entrada en el recinto académico y estatal debido a su elección de llevar velo.

Artículos relacionados



- [Delicias gráficas turcas.](#) **Ricardo Ginés**
- [Turquía: el gran ganador de 2011.](#) **Ashraf Ghani**

Fecha de creación

19 junio, 2012