



REVISTA de ANTROPOLOGÍA EXPERIMENTAL
MAGAZINE of EXPERIMENTAL ANTHROPOLOGY
ISSN 1578-4282

Universidad de Jaén (España)

ISSN: 1578-4282
ISSN (cd-rom): 1695-9884
Deposito legal: J-154-2003

Revista de Antropología Experimental
número 5, 2005. Texto 2.
www.ujaen.es/huesped/rae

MASCULINIDAD Y CAFÉ CON PIERNAS ¿CRISIS, REACOMODO O AUGE DE UNA “NUEVA” MASCULINIDAD?

Devanir da Silva Concha

(Universidad de Chile)

rinavedd@yahoo.com

Resumen: Este artículo tiene como intención contribuir y reflexionar respecto a la identidad masculina y la formas en que culturalmente los hombres somos instruidos en los guiones en la hetero/sexualidad en un contexto urbanizado. Este texto está basado en un proyecto de tesis (Universidad de Chile) y su primera fase del trabajo de campo. Con el escenario de la identidad hetero/sexual y con sus múltiples actores, en qué constituye el rol del café con piernas, como fenómeno cultural particular, y cómo se socializa la identidad masculina? ¿Es un producto mercantilizante en donde la identidad femenina solamente constituye en el gancho publicitario y exótico? Esta y otras preguntas son también parte de la intención de plantearse aquí la historicidad, del cuál este fenómeno solamente juega una parte, de una arqueología contemporánea de la identidad masculina chilena.

Palabras Clave: masculinidad. Interacción simbólica. Estructura de género

Masculinity and Coffe "whit legs". Crisis, readjustment or the dawn of a "new" masculinity?

Abstract: This article has as intention to contribute and to reflect about the masculine identity and its forms, culturally speaking, as we men are socially instructed in the scripts in the hetero/sexuality in an urban context. This text is based upon a no entirely finished fieldwork as part of my final exam at Universidad de Chile. With the scene of the sexual identity and with its multiple actors as background, what is the roll of cafe with legs, as a specific cultural phenomenon, as a socializing element of the masculine identity? Is it merely a merchandising product where the feminine identity only constitutes in the advertising and exotic element? This and other questions are part of the intention to consider here the history of which this phenomenon only plays a part of that contemporary archaeology of the Chilean male identity.

Keywords: Masculinity. Ssimbolic interaction. Gender structure.

“los cambios se suceden y los comportamientos humanos sorprenden aún en su continuidad tediosa, porque el deseo es una espiral móvil, un saber que va de una época en otra para hacer de las suyas las conciencias y los cuerpos”

Andrés de Luna¹

Los cafés con piernas son, al parecer, un fenómeno bastante singular. Para empezar, esta singularidad consiste en una variedad de locales esparcidos en el centro de Santiago que constan de varias características, algunas de las cuales vamos a mencionar a continuación. Primero, son locales en donde solamente son mujeres quienes sirven los cafés y lo hacen en bikinis, detrás de una barra delgada medio metro de altura, encima de una plataforma de 15 a 20 centímetros, por lo cuál el cliente varón queda con su campo visual centrado entre el busto y el ombligo de la mujer, dependiendo de su altura.

Sin embargo, en los primeros cafés o los “clásicos” cafés del centro de Santiago como el Café Caribe y Haití, era común que ellas se encontraban, y todavía se encuentran, con vestidos cortos y ceñidos al cuerpo. Cuando estos se establecieron alrededor de la época del '70 tenían la característica de los ventanales grandes y transparentes, que con la entrada del Barón Rojo, en la mitad de los '80 como una versión más erotizada, mostraba a través de sus puertas de madera a las chicas vestidas en minúsculos bikinis a la brasileña, en un espacio más privado o “acogedor”. Basta decir que esto ocurría durante una época de fuerte conservadurismo, y en donde al mismo tiempo el erotismo buscaba formatos más cotidianas.

Segundo, los cafés también son particulares en el sentido de un juego particular con lo visual. Como transeúnte no es posible percatarse de lo que sucede al interior, aparte quizás, de unas piernas que se notan a través del vidrio semi-transparente (en algunos tiene una franja en altura media que tapa las caras, pero deja visible las piernas de los clientes y chicas) Es eso lo que, en parte, dió el nombre de café CON piernas. Cuando el transeúnte entra a un café con piernas se transforma en cliente, y sorpresivamente, ve que existen espejos en casi cualquier espacio libre de las paredes, e incluso techo. Esto hace entonces, que uno desde afuera no tenga acceso visual a casi nada, pero al ingresar se tiene prácticamente cualquier ángulo cubierto para lograr el acceso visual al cuerpo femenino. Así, vemos que hay un juego simbólico entre el *afuera* → vidrio/separación y *adentro* → vidrio/ Acceso total.

Otro aspecto que vale la pena mencionar es que los vidrios son espejos invertidos que multiplican el espacio reducido y garantizan un acceso visual completo al cuerpo de la mujer. Este acceso simbólico mediante vidrios y espejos se realiza mediante un simulacro que apela a la categoría de mujer más que la persona particular que está en frente sirviendo. El acceso visual como privilegio masculino tiene también una connotación religiosa porque la sociedad (chilena y católica en este caso) categoriza lo permitido/visible y lo prohibido/no visible y lo que además esto se regula por la edad. Teniendo la edad de un “hombre” y no de niño, se introduce al joven al mundo de lo antes prohibido para él en tanto niño.

Los cafés con piernas, como fenómeno cultural, tienen una naturaleza contradictoria: por un lado, podemos verlos como un fenómeno de auge de la masculinidad hegemónica en la medida que la cantidad de cafés con piernas en Santiago ha aumentado ostensiblemente durante una época, especialmente durante los años 80 y 90. Puesto que la gran mayoría de los clientes son hombres estos se han consolidado y establecido como parte de la praxis masculina de ir a tomar un café, en tanto hecho genérico públicamente conocido. Se puede encontrar mujeres que asisten a los cafés tradicionales, y muchas veces en compañía de un/a colega. Lo que es “raro” es encontrar una mujer como cliente en un café con piernas más erotizado, aunque no haya una regla explícita que lo haga prohibido. Un hecho que vale la pena mencionar es cuando compartí un proyecto de unas alumnas de antropología de la Universidad de Chile, taller de etnografía experimental, ellas se preguntaban qué

¹ Autor de artículo “la expresión pública del erotismo” en libro Antología de la sexualidad humana. 1994 CONAPO Mexico. Con apoyo de FNUAP e impreso por Miguel Angel Porrúa.

pasaría si una mujer entrase en un café más erotizado. El resultado fue que ellas obtuvieron una oferta de trabajo para trabajar en un café, lo que, desde mi perspectiva, era un intento de colocarlas detrás de la barra, en lo femenino y no dejarlas como clientas. Me pasaba por la mente en ese entonces, una pregunta hipotética: ¿Qué pasaría instalando una mujer homosexual como cliente en este escenario de los Cafè con Piernas?

Por otro lado, los cafés con piernas resultan ser producto de una crisis en la medida que estos se transforman espacios de simulacro de una homosociabilidad con una singular relación a lo femenino. Siguiendo en la perspectiva de género y en estas ideas, es relevante mencionar que las chicas que atienden se transforman en receptoras de las vivencias y sentimientos de los clientes varones y se reconocen en cierto modo como “consejeras”. Por lo tanto, los cafés con piernas resultan ser un espacio en donde el cliente varón recibe no tan sólo el café “con piernas”, sino también la posibilidad de confesar a alguien su cotidianeidad sin consecuencias ni juicios morales en su contra.

Con denominarlo como un simulacro –de las relaciones genéricas tradicionales en un nuevo escenario– me refiero a que siendo este un espacio claramente delimitado, apelan a los clientes varones a medida que es un espacio erotizado con las mujeres en bikini –sensuales y activas– y además acogedoras –calidad de la mujer en el modelo masculino hegemónico.

Otro de los temas que se pueden mencionar como uno de los puntos centrales es el pensar los cafés en el tema de su contexto: La urbe. Como transeúnte y cliente el café con piernas te acoge pero al mismo tiempo te urge a seguir caminando. Me refiero a la constitución interna del café que al no tener sillas apela a que cliente siga como transeúnte. Como elemento de atracción y retención de los clientes están por ejemplo partidos de la selección los “días temáticos” en donde las chicas se visten de enfermeras, policías, diablas. Ellas apelan a personajes femeninos con un toque sensual para que ellos “se sientan como en casa”.

Aquí nos encontramos con un elemento histórico de la masculinidad hegemónica. Como los cafés están hechos para los juniors y otros que trabajan en los bancos, AFP’s, bolsa de comercio y negocios en el vecindario los cafés suplen –por así decirlo– una demanda, en términos más economicistas, en donde se consume, un café en la compañía de una mujer en el “brunch”, de pasada entre dos tareas o de camino a casa. Ahora, el porqué de esta “necesidad” de estar acompañado por una mujer para consumir un café, puede que se responda con la hipótesis de Sonia Montecino. Según ella “*El hombre chileno no sabe como definirse*”, ahí el hombre chileno necesitaría, constantemente, de lo femenino como contrapeso identitario., apoyándose en E. Batinder².

Volviendo a lo anterior de la urbe y transitoriedad, los cafés ofrecen un espacio de tránsito, o sea que ofrecen como una distracción agradable en el aburrido transitar en la selva urbana. Al parecer están como una parte de la esfera del privilegio masculino públicamente aceptados y su significado particular está, como cliente sexuado con deseos, la posibilidad de acceder o elegir un espacio “más” privado que el del trabajo, pero un poco más público que la casa. Es parte del espectáculo del erotismo en donde se teatraliza la interacción tradicional genérica y que ésta a su vez participa en como se asienta la visualidad contemporánea. Un ejemplo de esto son los Malls (fenómeno reciente) que busca captar la atención, con la vista y crear fantasías, del potencial cliente que puede obtener todo aquello que se encuentra detrás esos ventanales que insistentemente recrean la abundancia.

Así entonces, nos encontramos con la idea del reacomodo al cual me refiero en el título. El hombre llega al café con piernas en un momento de recreo, ocio y tiempo libre, similar cuando el hombre llega al espacio doméstico en el modelo masculino hegemónico. Mientras que la mujer está “recluida” en un espacio de trabajo en donde espera al cliente para servir el café. El reacomodo está en que antes el trabajo de la mujer se daba en el espacio doméstico y no era pagado, porque se consideraba “natural” a su carácter y condición de mujer, mientras que la mujer ahora sale formalmente al mercado de trabajo, pero condicionado todavía en tanto sujeto sexuado.

El ser atendido en un café con piernas parece ser un elemento que los hombres buscan y gustan de estos espacios. Ellos buscan la servicialidad de la mujer así como está “escrito” en el modelo masculino hegemónico con sus mandatos, pero con el nuevo agregado –de ahí la idea del reacomodo–

² E. Batinder “Xy. La identidad masculina” Su teoría de la identidad masculina tiene que ver con la idea que el niño hombre es socializado en tres formas, por oposición, de ser hombre. No ser mujer, y todo lo que eso conlleva. No ser niño y último y casi lo más importante no ser homosexual.

que ella está más sexualizada y independiente en un espacio de trabajo. (no en tanto relación económica, sino en tanto sujeto sexualizado del modelo masculino hegemónico)

Lo buscan –considerando que la identidad masculina no ha cambiado sustancialmente sino que está iniciado sus cambios– por el hecho de la carencia (ciertamente en muchos casos pero no todos) de la servicialidad en “su” espacio doméstico. Hay masculinidades³ que están presentes en los clientes que circulan en los cafés. Una de estas podría ser un hombre separado que trabaja en un banco y que llega a una casa en la cual no está esperando pacientemente la mujer con “todo listo” para su llegada triunfal. A falta de esto, el lo suplente con un simulacro. Una imagen, una ilusión, de la imagen de pareja en el modelo masculino hegemónico. Hay también el hombre joven que usa el espacio de los cafés como afirmación homosocial cuando van en un grupo de amigos a ver un partido de fútbol o posiblemente celebrar un ascenso de alguno de ellos.

Otro sería que hay varones en una edad de jubilado en donde el casi único espacio de donde puede interaccionar, por múltiples motivos, con una mujer de forma más erotizada es en estos cafés.

El café puede transformarse también en un espacio de ritualización o de socialización cuando un tío o padre lleva a su hijo/sobrino, al llegar a la mayoría de edad, a los cafés como si estuviera diciendo “siente como es ser verdadero hombre”. Se les socializa, en tanto juego interactivo social, respecto a la servicialidad de las mujeres y esto se da, en un momento de ocio.

Tenemos así ejemplificado en tres situaciones posibles la hetero/sexualización del deseo en un espacio intersticial en un contexto urbano como son los Café con Piernas.

Ahora pensando un poco en las mujeres dentro del modelo masculino hegemónico aparece entonces que la identidad femenina en Chile está en gran medida constituida en referencia a la noción de altruismo, que a su vez tiene relación con el catolicismo y su visión de La Mujer. Entonces, como parte de una modernidad urbana, los cafés con piernas se han instalado como una particular síntesis de la servicialidad (altruismo=ser para otro) y una erotización de un cuerpo femenino. La erotización se puede pensar como un paso hacia una mujer libre más conciente de su sensualidad pero también la servicialidad (habitus) sigue presente en este fenómeno. En comparación, el modelo de la pareja ella se funde en el marido en tanto categoría existencial y por tanto, la servicialidad es parte de este altruismo genérico que encaja, en este caso, con el personaje de la chica del café porque combina el mercantilismo de un negocio y el altruismo presente como parte integral de la identidad de mujer.

Como dijo un querido colega⁴, en un artículo citando a otros antropólogos, los cafés nos sirven para, en este caso, *pensar* la masculinidad (en hombres y mujeres). Pero aquí nos centraremos en pensar cómo vivimos la cotidianidad como seres humanos sexualizados en un ambiente urbano, en un micro espacio con interacciones de densidad simbólica, y como eso es causante y producto⁵ a la vez de nuestro mundo social cotidiano e imaginado. Este espacio, de los cafés, parece ser una metáfora de tiempo pasado, como ancla identitaria. De un deseo de que las cosas fueran como eran antes en donde los espacios “naturales” masculinos y femeninos no eran mezclados ni cambiados. Esta metáfora, sin embargo, se inserta en la modernidad (o posmodernidad) en un contexto de cambio en donde la urbanidad –con su rapidez y mediante el simulacro de los deseos públicos– reactualiza la identidad femenina al mismo tiempo que concentra/mercantiliza el placer de los sentidos en un “2 en 1”. Por algún motivo se llama Café CON Piernas, o sea se paga por el café, pero se obtiene ilusoriamente, lo femenino, simbolizado en las piernas. Lo que también tiene que ver, históricamente, con los grandes ventanales semi-transparentes (lo visible) en donde solamente se veían las piernas de las chicas del café que era una suerte de contrarespuesta al conservadurismo de la época cuando se erotiza el fenómeno del café con piernas.

Hay un *reacomodo* de la identidad genérica –o más bien dicho del modelo genérico tradicional– Puesto que la identidad femenina es re-situada en un espacio intersticial⁷, donde se sintetiza la servicialidad y la erotización de lo femenino. Así se re-actualiza la identidad femenina inserta en la servicialidad, y la identidad masculina no es enfrentada por los varones mismos y *hacia* sí mismos.

³ Vea R. Connell “Masculinidades” Existen una pluralidad de masculinidades y no solamente una que delata de las múltiples formas en que toma el posicionamiento de los varones frente a aquella referencia hegemónica de “lo masculino”.

⁴ Enrique Moletto

⁵ Considerese que estoy pensando en la noción de estructuras estructurantes de P. Bourdieu.

Esto es por que se es “más” femenina o “más” masculino en tanto se instala la relación con otro genérico.

Al mismo tiempo su aparición delata, en cierta medida, una crisis de la masculinidad en tanto se usa como un oasis en donde el hombre, que es criticado diariamente, puede pedir consejos y entregar confesiones sin juicios morales de las chicas. Y esto tiene relación con que los cafés aparecen y reaparecen insistentemente en una numerosa y fragmentada cantidad en la selva urbana del Centro de Santiago.

Ahora, viendo el café con piernas en tanto ilusión o espectáculo, y por tanto en parte reflejo, de la estructura de género y sus posibles cambios en Chile, es posible saber bastante respecto a las preguntas que podemos hacer en y acerca de nuestra cotidianidad. ¿Estamos frente a que el café sólo representa un pasado modernizado en un “homo optionis”, en donde se puede elegir el espectáculo que se quiera insertar⁶ ¿Dónde es que se centra el atractivo del café? ¿En la servicialidad; en lo transitorio, en lo público, en lo hetero/sexual o en lo erótico?

Los debates mediáticos en las Últimas Noticias sobre el fenómeno de los cafés y los incursiones de J. Lavín, para regularizar las actividades de los cafés para que no caigan en la prostitución o sea servicios sexuales por dinero, no hace que los cafés *per se* se vuelvan “más” igualitarios en términos de género, sino simplemente que actúan en lo públicamente correcto. Lo que sucede es que indirectamente se separa las mujeres en dos categorías: “decentes” y “putas”. Nada nuevo si seguimos la historia del género en América Latina. Junto con esto se omite, en el debate público cotidiano la desigualdad, estructural y fundamentalmente simbólica, entre mujeres y hombres.

¿El intento de “purificar” y “desmitificar” los cafés con piernas a qué conlleva realmente? ¿Alguna vez se ha pensado en la posibilidad de su NO existencia? Como estructura simbólica el café con piernas re-actualiza, el formato de norma heterosexual (de transformar el niño en hombre y crear el deseo de ser “algo” para ser parte de una comunidad imaginada en este caso “los hombres”) en donde el encuentro público de lo femenino con lo masculino actúa como un bello ejemplo (léase políticamente correcto) de espacio de convivencia de los sexos, en vez de “guerra de los sexos”. Pocas veces se pregunta por la real igualdad de género puesto que la necesidad de ritualizar y imaginar las diferencias sigue siendo, al parecer, culturalmente necesario y vigente. El acto femenino de cuidar, acoger, recibir y escuchar recibe un valor diferente al ser inserto en la actividad económica de las mujeres, que es reforzado además por la interacción simbólica que se da al interior de un café y como parte de la praxis masculina. La chica que sirve el café y su trabajo, en tanto individuo genérico, es atender, recibir y “cuidar” al cliente varón en su tiempo de ocio. El varón es el sujeto activo a medida que es él que opta por una de las chicas en la barra pero también a cual de los tantos cafés existentes en el centro de Santiago. Por tanto la interacción que se instala en la praxis de los cafés con piernas re-instruye un guión genérico diferenciado.

¿Basta para una real igualdad, como se intenta hacer, parcialmente, en el debate mediático chileno, plantear que las mujeres que trabajan en los cafés son dignas de respeto y igual de “puras” cuando el feminismo⁷ ya ha tenido ese panfleto de lucha por cuasi 100 años en diversas esferas? No, por dos razones.

Primero, Al separar, a las mujeres –como mencioné antes– en dos estereotipos es que se visualiza y legitima los cafés como espacios de socialización de formas de tradicionales de “ser” hombre y “ser” mujer. Es cierto que aún cuando haya un elemento nuevo que no estaba pensado en el modelo hegemónico tradicional: la madre/esposa erotizada.

Segundo, que simplifica a la mujer y a las mujeres en tanto categoría genérica y real. Además hay que señalar que la cercanía simbólica del fenómeno de los cafés con la prostitución es más cercana de lo que aparenta o de lo que se quiere admitir, y no sólo por el dinero.

En fondo lo que quiero decir, aparte del discurso igualitario, es que al consumir un café en compañía de una mujer en bikini, no se está consumiendo más que a sí mismo y la ilusión de ser un “verdadero” hombre, en vez de ser un encuentro entre iguales porque los cafés están pensados *para* los hombres. Al café con piernas se puede pensar que se va exclusivamente para consumir los cafés sin embargo, este argumento no muchos lo creen por que hay suficientes cafés “normales” en Santiago

⁶ Vea Guy debord. La sociedad del espectáculo.

⁷ Vea Simone de Bouvier en la introducción El segundo sexo.

centro donde se puede ir solo consumir café. En realidad se eligen los cafés con piernas porque ahí hay un valor agregado y simbólico las piernas. El Café con Piernas y la interacción simbólica que ahí se realiza es lo que lo hace diferente a otros locales y que el café se torna entonces en una excusa de 500 pesos puesto que se va ver son las mujeres que los sirven.

Pero no es necesariamente esto lo que está detrás, ni la discusión moral que esta afirmación succita, sino que el motivo, en parte, por el cual se va –como hombre e incluyéndome– a tomar un café en los Café con Piernas es para consumir a sí mismos, en tanto sujeto sexuado. El varón va a los cafés con piernas para “sentirse más” masculino pero de modos distintos. Puede ser como un abuelito viudo –praxis compensatoria–, o como un hombre del mundo bancario –praxis de ostentación–; un joven ritualizando su entrada a la esfera de lo adulto –praxis de comunidad– y puede que otros más, todos buscando lo femenino, al cual afirmarse (identidad por oposición, vea E. Batinder).

Puede que lo que ocurre en los cafés puede que no diste mucho de las formas de “aprender” la masculinidad de forma tradicionales, aunque haya ciertos cambios en la estructura de género que vale la pena destacar, porque representan un cambio más de lo femenino que de lo masculino. Los cafés constituyen en una solución “pop” y públicamente aceptada para y de los hombres para buscar en un consumo (de sí mismo y del café) una identidad, masculina tradicional (con sus posibles consecuencias como una acentuada misoginia que las mujeres son hechas para servir al hombre.) en aquella OTRA, que al parecer todavía necesaria para definirse como hombre y como masculino.

Antes de terminar y plantear una afirmación más categórica respecto a los estudios de masculinidad, me es imperativo también mencionar que en tanto producto personal la investigación preliminar hecha respecto los cafés con piernas en realidad me planteo investigar la identidad femenina, y no la masculina. Sabemos por las lecturas y por las/los autoras/es (Marta Lamas, Elizabeth Batinder, Simona De Beauvoir, Maurice Godelier, Bourdieu, Victor Seidler etc.) que existe que el género es una categoría relacional, y en tanto tal característica mi curiosidad ha estado en desentramar la identidad femenina porque es frente la cual como seres humanos masculinos en que nos formamos y reflejamos en distintas etapas de la vida personal. Mucho de los problemas detectados en la masculinidad y las inmersiones sin rumbo en lo masculino es en realidad, a mi parecer, una indefinición de lo masculino en lo femenino. No basta con una *identidad de contraste* en donde se define lo masculino por lo no femenino. Debe haber una autorreflexión, en los planes mencionados estructurales por R. Connell, desde los hombres –como seres humanos– en donde no se posibilita las ideas misóginas, homofóbicas y xenobicas.

Para terminar entonces, un desafío para una posible “nueva masculinidad”, a mi parecer, es definirse como ser humano en tanto sujeto sexuado sin solucionarla en la inmediatez contemporánea. Como por ejemplo, mediante los postulados del movimiento mitopoético (Robert Bly, Iron Johon) que busca una identidad mítica perdida en los arquetipos, lo que a su vez que puede nada más que reforzar las formas tradicionales de lo masculino. Ni tampoco parchándonos con las imágenes masculinas mediáticas del narcisista contemporáneo como el metrosexual. Lo que no quiere decir que no es parte del proceso histórico y cultural pero que es solo un paso en el caminar.

Para terminar podríamos decir entonces que todavía no vemos o no estamos una “nueva” masculinidad, sino medio del proceso hacia ello, o por lo menos eso espero. La complejidad ya presentes con sus tres momentos (crisis, auge y reacomodo), parece solamente agregar confusión pero debe ser tomado como desafío, como muchos otros, en el camino del real diálogo entre hombres y mujeres como iguales.