

Publicado: 2004-12



Masculinidad y café con piernas. ¿Crisis, reacomodo o auge de una 'nueva' masculinidad?

The male and 'coffee with legs': crisis, adaptation, or growth of a 'new' masculinity

Devanir da Silva Concha

Antropólogo social, Universidad de Chile.
rinatedd@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 heterosexualidad en un contexto urbanizado. Este texto está basado en un proyecto de tesis (Universidad de Chile) y la primera fase del trabajo de campo. Con el escenario de la identidad heterosexual y con sus múltiples actores, ¿qué función desempeña el café con piernas, como fenómeno cultural particular, y cómo se socializa la identidad masculina? ¿Es un producto mercantilizante donde la identidad femenina sólomente constituye un gancho publicitario y exótico? Esta y otras preguntas forman parte del planteamiento, de un proceso más amplio de una arqueología contemporánea de la identidad masculina chilena, en el que este fenómeno sólo representa una parte.

ABSTRACT

This article reflects on the male identity and its forms, culturally speaking, as we men are socially instructed in the scripts of heterosexuality in an urban context. This text is based upon fieldwork which is not entirely finished and which forms as part of my final exam at Universidad de Chile. With the scene of sexual identity and with its multiple actors as a background, what is the roll of coffee with legs, as a specific cultural phenomenon, as a socializing element of the male identity? Is it a merchandising product where the female identity means only an advertising and an exotic element? This and other questions are part of the attempt to consider here the history of which this phenomenon plays only a part of that contemporary archaeology of the Chilean male identity.

PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

masculinidad | Chile | café con piernas | identidad heterosexual | masculino y femenino | masculinity | cafe with legs | heterosexual identity | male and female

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 a las conciencias y los cuerpos.

Andrés de Lun (1)

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 cual 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 encontraran, y todavía se encuentran, con vestidos cortos y ceñidos al cuerpo. Cuando estos se establecieron alrededor de la época de 1970, tenían la característica de los ventanales grandes y transparentes que, con la entrada del Barón Rojo, en la mitad de los años 1980, 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 donde al mismo tiempo el erotismo buscaba formatos más cotidianos.

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 semitransparente (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, dio 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 el 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 a la persona particular que está enfrente 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, lo que además 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 1980 y 1990. Puesto que la gran mayoría de los clientes son hombres, se han consolidado y establecido como parte de la praxis masculina de ir a tomar un café, en tanto asunto de género, 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 a una mujer como cliente en un café con piernas, más erotizado, aunque no haya una regla explícita que lo prohíba. Un hecho que vale la pena mencionar es cuando compartí un proyecto de unas alumnas de antropología de la Universidad de Chile, un taller de etnografía experimental. Ellas se preguntaban qué 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 clientes. Me pasaba por la mente entonces, una pregunta hipotética: ¿Qué pasaría en caso de introducir a una mujer homosexual como cliente en ese escenario de los cafés con piernas?

Por otro lado, los cafés con piernas resultan ser producto de una crisis, en la medida que se transforman en 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 donde el cliente varón recibe no sólo el café "con piernas", sino también la posibilidad de confesar a alguien su cotidianeidad, sin consecuencias ni juicios morales en su contra.

Al considerarlo como un simulacro -de las relaciones tradicionales de género en un nuevo escenario- me refiero a que, siendo este un espacio claramente delimitado, apelan a los clientes varones en la medida en 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 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 el cliente siga como transeúnte. Como elemento de atracción y retención de los clientes están, por ejemplo, los "días temáticos" en que las chicas se visten de enfermeras, policías, diablitas. 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 bancos, AFP, bolsa de comercio y negocios del vecindario, los cafés suplen -por así decirlo - una demanda, en términos más economicistas, donde se consume un café en la compañía de una mujer en el *brunch*, de paso 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*

cómo definirse"; ahí el hombre chileno necesitaría, constantemente, de lo femenino como contrapeso identitario, apoyándose en E. Batinde (2).

Volviendo a lo anterior de la urbe y la transitoriedad, los cafés ofrecen un espacio de tránsito, o sea, que ofrecen como una distracción agradable en el aburrido transitar por la selva urbana. Al parecer, están como una parte de la esfera del privilegio masculino, públicamente aceptados, y su significado particular incluye, para el 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, donde se teatraliza la interacción de género tradicional y ésta a su vez participa en cómo se asienta la visualidad contemporánea. Un ejemplo de esto son los Malls (fenómeno reciente) que buscan captar la atención con la vista y crear fantasías, del potencial cliente que puede obtener todo aquello que se encuentra detrás de esos ventanales que insistentemente recrean la abundancia.

Así, pues, nos encontramos con la idea del reacomodo al que me refiero en el título. El hombre llega al café con piernas en un momento de recreo, ocio y tiempo libre, de manera similar a cuando el hombre llega al espacio doméstico en el modelo masculino hegemónico. Mientras que la mujer está "recluida" en un espacio de trabajo, 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" en su carácter y condición de mujer, mientras que la mujer ahora sale formalmente al mercado de trabajo, pero condicionada todavía en cuanto 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, tal como está "escrito" en el modelo masculino hegemónico con sus mandatos, pero con el nuevo agregado -de ahí la idea del reacomodo- de que ella está más sexuada y independiente en un espacio de trabajo (no en tanto relación económica, sino en tanto sujeto sexuado 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 en todos) de la servicialidad en "su" espacio doméstico. Hay distintas masculinidades (3) que están presentes en los clientes que circulan en los cafés. Una de éstas 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, él lo suple con un simulacro. Una imagen, una ilusión de la imagen de pareja en el modelo masculino hegemónico. Está 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 interactuar, 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 socialización, cuando un tío o un padre lleva a su sobrino o hijo, 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 ejemplificada en tres situaciones posibles la hetero-sexualización del deseo en un espacio intersticial, en un contexto urbano como son los cafés con piernas.

Ahora, pensando un poco en las mujeres dentro del modelo masculino hegemónico, aparece 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 del 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, en el modelo de la pareja ella se funde con el marido en tanto categoría existencial y, por tanto, la servicialidad es parte de este altruismo de género 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 integrante de la identidad de mujer.

Como dijo un querido colega (4), en un artículo, citando a otros antropólogos, los cafés nos sirven, en

este caso, para *pensar* la masculinidad (en hombres y mujeres). Pero aquí nos centraremos en pensar cómo vivimos la cotidianidad como seres humanos sexuados, en un ambiente urbano, en un microespacio con interacciones de densidad simbólica, y cómo eso es causa y producto (5) a la vez de nuestro mundo social cotidiano e imaginario. Este espacio de los cafés parece ser una metáfora de un tiempo pasado, como ancla identitaria. De un deseo de que las cosas fueran como eran antes, cuando los espacios "naturales" masculinos y femeninos no estaban mezclados ni cambiados. Esta metáfora, sin embargo, se inserta en la modernidad (o posmodernidad) en un contexto de cambio, 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 "dos en uno". Por algo 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 semitransparentes (lo visible), donde solamente se veían las piernas de las chicas del café, lo que era una suerte de réplica al conservadurismo de la época, cuando se erotiza el fenómeno del café con piernas.

Hay un *reacomodo* de la identidad de género -o mejor dicho, del modelo genérico tradicional-. Puesto que la identidad femenina es resituada en un espacio intersticial, donde se sintetiza la servicialidad y la erotización de lo femenino. Así se reactualiza la identidad femenina inserta en la servicialidad, y la identidad masculina no es afrontada por los varones mismos y *hacia* sí mismos. Por eso, se es "más" femenina o "más" masculino en tanto se instala la relación con el otro género.

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

Ahora bien, 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 acerca de nuestra cotidianidad. ¿El café sólo representa un pasado modernizado en un *homo optionis*, donde se puede elegir el espectáculo que se quiera? (6) ¿Dónde se centra el atractivo del café? ¿En la servicialidad, en lo transitorio, en lo público, en lo heterosexual 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, en servicios sexuales por dinero-, no hacen 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 a las mujeres en dos categorías: "decentes" y "putas". Nada nuevo, si seguimos la historia del género en América Latina. Junto con esto, en el debate público cotidiano, se omite la desigualdad estructural y fundamentalmente simbólica entre mujeres y hombres.

El intento de "purificar" y "desmitificar" los cafés con piernas ¿a qué lleva realmente? ¿Alguna vez se ha pensado en la posibilidad de su no existencia? Como estructura simbólica, el café con piernas reactualiza el formato de la norma heterosexual (transformar al niño en hombre y crear el deseo de ser "algo" para ser parte de una comunidad imaginaria, en este caso "los hombres"). Allí, 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 e imaginar las diferencias sigue siendo, al parecer, culturalmente necesaria y vigente. El acto femenino de cuidar, acoger, recibir y escuchar recibe un valor diferente al estar inserto en la actividad económica de las mujeres, que es reforzada además por la interacción simbólica que se da en el interior de un café y como parte de la praxis masculina. La chica que sirve el café y su trabajo, en tanto individuo perteneciente a un género, es atender, recibir y "cuidar" al cliente varón en su tiempo de ocio. El varón es el sujeto activo en la medida en que es él quien opta por una de las chicas en la barra, pero también escoge a cuál de tantos cafés existentes en el centro de Santiago irá. Por tanto, la interacción que se instala en la praxis de los cafés con piernas reinstituye un guión de género 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 e igual de "puras", cuando el

feminismo (7) ya lleva con el lema de la igualdad una lucha de casi cien años, en diversas esferas? No, por dos razones.

Primero, al separar a las mujeres -como mencioné antes- en dos estereotipos, se ven y legitiman los cafés como espacios de socialización de las formas tradicionales de "ser" hombre y "ser" mujer. Esto es cierto, aunque haya un elemento nuevo que no existía en el modelo hegemónico tradicional: la madre/esposa erotizada.

Segundo, se simplifica a la mujer y a las mujeres en tanto categoría de género y real. Además, hay que señalar que la cercanía simbólica del fenómeno de los cafés con la prostitución es mayor 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 cafés, sin embargo, este argumento no muchos lo creen, porque hay suficientes cafés "normales" en Santiago centro, donde se puede ir sólo a consumir café. En realidad, se eligen los cafés con piernas porque ahí hay un valor simbólico añadido: las piernas. El café con piernas y la interacción simbólica que ahí se realiza lo hacen diferente de otros locales. El café se torna entonces en una excusa de 500 pesos, puesto que se va a ver a las mujeres que lo sirven.

Pero no es necesariamente esto lo que está detrás, ni la discusión moral que esa afirmación suscita, sino que, en parte, el motivo por el que se va -como hombre/antropólogo, e incluyéndome- a tomar un café en los cafés con piernas es para consumirse a sí mismo, en tanto sujeto sexuado. El varón va a los cafés con piernas para "sentirse más masculino", aunque de modos distintos. Puede ser como un abuelito viudo -praxis compensatoria-, o como un hombre del mundo bancario -praxis de ostentación-, o como un joven que ritualiza su entrada en la esfera de lo adulto -praxis de comunidad -, y seguramente otros más, todos buscando lo femenino con vistas a afirmarse (identidad por oposición, véase E. Batinder).

Puede que lo que ocurre en los cafés no diste mucho de las formas de "aprender" la masculinidad de forma tradicional, aunque haya ciertos cambios en la estructura de género, que vale la pena destacar, y que representan un cambio más de lo femenino que de lo masculino. Los cafés constituyen una solución "pop" y públicamente aceptada 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 supone que las mujeres están hechas para servir al hombre), lejos de una identidad diferente, 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 sobre los cafés con piernas en realidad se plantea investigar la identidad femenina, y no la masculina. Sabemos por las lecturas y por los autores (Marta Lamas, Elizabeth Batinder, Simone de Beauvoir, Maurice Godelier, Pierre Bourdieu, Victor Seidler, etc.) que el género es una categoría relacional y, en cuanto tal, mi curiosidad ha pretendido desentramar la identidad femenina, pues en relación a ella nos formamos como seres humanos masculinos y nos reflejamos en distintas etapas de la vida personal. En mi opinión, muchos de los problemas detectados en la masculinidad y las inmersiones sin rumbo en lo masculino son, en realidad, una indefinición de lo masculino en relación a lo femenino. No basta con una *identidad de contraste* donde se defina lo masculino por lo no femenino. Debe haber una autorreflexión en los planos llamados estructurales por R. Connell, por parte de los hombres -como seres humanos-, en la que se haga posible tomar conciencia de las ideas misóginas, homofóbicas y xenófobas.

Para terminar, encontramos el desafío para una posible "nueva masculinidad". A mi parecer, hay que definirse como ser humano en cuanto sujeto sexuado, sin buscar la solución en la inmediatez contemporánea, como, por ejemplo, mediante los postulados del movimiento mitopoético (Robert Bly - Iron John), que busca una identidad mítica perdida en los arquetipos, lo que a su vez puede no ser otra cosa que reforzar las formas tradicionales de lo masculino. Ni tampoco moldeándonos con las imágenes masculinas mediáticas típicas del narcisista contemporáneo, como el *metrosexual*. Lo que no quiere decir que no sea parte del proceso histórico y cultural, si bien se trata sólo de un paso en el camino.

En definitiva, podríamos afirmar que todavía no vemos ni hemos alcanzado una "nueva" masculinidad. Sólo estamos en medio del proceso hacia ella, o por lo menos eso espero. La complejidad actualmente presente, con sus tres momentos (crisis, auge y reacomodo), parece que sólo aporta confusión, pero debemos considerarla como un desafío, entre otros, en el camino del diálogo real entre hombres y mujeres, como iguales.

Notas

1. Autor del artículo "La expresión pública del erotismo", en *Antología de la sexualidad humana*. 1994, México, CONAPO. Con apoyo de FNUAP e impreso por Miguel Angel Porrúa.
 2. Cfr. Batinder, Xy. *La identidad masculina*. Su teoría de la identidad masculina tiene que ver con la idea de que el niño varón es socializado en tres formas, por oposición, de ser hombre: No ser mujer, y todo lo que eso conlleva. No ser niño. Y por último, y casi lo mas importante, no ser homosexual.
 3. Cfr. R. Connell, *Masculinidades*. Existe una pluralidad de masculinidades y no solamente una, como de muestra en las múltiples formas en que los varones toman posición frente a la referencia hegemónica de "lo masculino".
 4. Enrique Moletto.
 5. Considérese que estoy pensando en la noción de estructuras estructurantes de Pierre Bourdieu.
 6. Cfr. Guy Debord, *La sociedad del espectáculo*.
 7. Cfr. Simone de Beauvoir, en la introducción a *El segundo sexo*.
-

Bibliografía

- Batinder, Elizabet
1993 *XY, la identidad masculina*. Madrid, Alianza.
- Beauvoir, Simone de
1949 *El segundo sexo*. Madrid, Cátedra, 1999.
- Bourdieu, Pierre
2000 *La dominación masculina*. Barcelona, Anagrama.
- Connell, Robert
1995 *Masculinities*. Berkeley, University of California Press.
Masculinidades. <http://toolkit.endabuse.org/Resources/UnderstandingMen>
- Debord, Guy
1967 *La sociedad del espectáculo*. Madrid, Castellote.
http://www.pamiela.org/sociedad_espectaculo/EspectO.htm
- Montecino, Sonia
1998 *Diálogos sobre el género masculino en Chile*.
<http://rehue.csociales.uchile.cl/rehuehome/facultad/publicaciones/libros/masculino/osespre.htm>