



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: ¿Género estás ahí? : un estudio semiótico de las representaciones sociales de los géneros en las puertas de los baños de establecimientos de ocio y diversión en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Autores (en el caso de tesis y directores):

Daniela Gutiérrez Ortega

Ernesto Meccia, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis: 2023

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



¿Género estás ahí?

Un estudio semiótico de las representaciones sociales de los géneros en las puertas de los baños de establecimientos de ocio y diversión en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

TESINA DE GRADO



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Alumna: Daniela Gutiérrez Ortega

DNI: 39.914.645

Teléfono: 1155730183 - **Mail:** daniela.guti96@gmail.com

Tutor: Ernesto Meccia

Octubre 2022

Índice

Agradecimientos	2
1. Introducción	3
2. Marco teórico	6
3. Metodología	11
4. Bares de diseño	13
4.1. Historia y características de Palermo.....	13
4.2. Análisis.....	16
4.3. Conclusiones.....	43
5. Bares Tradicionales	44
5.1. La elección de los bares notables.....	44
5.2. Análisis.....	45
5.3. Conclusiones.....	57
6. Bares LGBTTTIQ+	59
6.1. Historia del movimiento y bares LGBTTTIQ+.....	59
6.2. Análisis.....	60
6.3. Conclusiones.....	74
7. Conclusiones	76
8. Bibliografía	80

Agradecimientos

El tema de investigación tratado en este trabajo se me ocurrió en mi segundo año de licenciatura. Era verano y estaba cursando “Metodología y técnicas de la investigación social”, materia en la que conocí a Ernesto Meccia, tutor de esta tesina. Recuerdo que comenzó siendo un secreto mío, pero fui cursando más materias, conociendo más autores, leyendo más textos y ganando confianza en mí misma y en mis ideas, y las primeras personas a las que les conté fueron mis papás. A ellos les agradezco infinitamente por alentarme y acompañarme desde el primer momento y por enseñarme a vivir de manera intensa y apasionada, siendo un ejemplo de perseverancia y de lucha por lo (y los) que aman.

Dos años después me animé a mandarle un mail a Ernesto Meccia, quien desde un principio me mostró su entusiasmo por el tema de investigación. A él le agradezco por ser un gran profesor, un gran tutor, un gran profesional e investigador y, sobre todo, una gran persona.

Les agradezco a todos los que me acompañaron a sacar fotos y recorrer más de tres bares por noche, por mandarme fotos de los baños a los que iban por mensaje, por festejar cada vez que les contaba que había avanzado y por creer en mí en momentos en los que ni yo misma creía. Lucas, Julián, Aldu PG, Aldu SM, Helena, Magus, Ale, Alan, Mica, Sole, Ceci, Tati, Cata, Fede Guti, Silvina R, Cami Multedo y Cami Meriño: Gracias.

Por último, vuelvo a agradecer a Cata, por leer mi conclusión y por contarme qué le parecía y a mi mamá, por pasar cuatro horas del día de la madre leyendo mi trabajo y dándome su valiosa y sincera opinión.

A mi familia, a mis amigos, a mis compañeros de facultad, a mis profesores y a todas las personas que fueron parte de este camino, incluso a aquellas que por cuestiones de espacio no pude nombrar: Gracias.

Capítulo 1 - Introducción

Toda persona, cada vez que debe ir al baño en algún establecimiento que no sea su propio hogar, se enfrenta a la búsqueda del lugar exacto al que debe ir. Muchas veces la respuesta es “por ese pasillo, al fondo, a la derecha” y, en ese caso, seguir ese camino es el primer desafío a superar. Sin embargo, si se supone que esta persona se encuentra, por ejemplo, en un bar, deberá superar otra prueba, que ya no evalúa su capacidad de ubicación espacial, sino que desafía y pone de manifiesto, al mismo tiempo, su propia identidad: “¿A qué baño voy?”

En la sociedad argentina, las luchas por la ampliación de los derechos de las mujeres y del colectivo LGBTTTIQ+ ganan protagonismo desde hace tres décadas. En el año 2006 se sancionó la ley de Educación Sexual Integral, en el 2010 se aprobó la ley de Matrimonio Igualitario y, en el año 2012, se sancionó la ley de Identidad de Género. Además, en el año 2015 comenzó la convocatoria “Ni Una Menos” y, en el año 2019, se creó el Ministerio de Mujeres, Género y Diversidad.

Siguiendo esta línea, la inclusión de todos los géneros y los cuestionamientos acerca de lo que es “ser” mujer y “ser” varón son fenómenos que pueden verse en la vida cotidiana. Por ejemplo, en la señalética que se encuentra en las puertas de los baños.

En el año 2009 el diario Página 12 publicó un artículo llamado “Baño Revolution o la sociología del bathroom”¹, en el que los autores critican una actividad llevada a cabo en la Facultad de Ciencias Sociales “consistente en la destrucción de la señalética estándar (de los baños) y su reemplazo por imágenes que amplían el concepto de género”. Los autores argumentan que la lucha por la justicia y por la igualdad social no debería ser buscada ni pensada en los “detalles”.

Esta nota permite comenzar a comprender cómo los debates en torno a la representación social que muestra la señalética de los baños en distintos establecimientos se están gestando desde hace más de diez años. En el año 2017, la FADU fue la primera sede de la UBA en tener un baño sin distinción de género. El diario “Tiempo argentino”, tituló una nota refiriéndose a este hecho como “Los baños sin distinción de género abren el

¹ <https://www.pagina12.com.ar/diario/universidad/10-124026-2009-04-28.html>

debate sobre el sexismo en el espacio público”². Un año más tarde, el diario digital Infobae tituló a la aparición de baños sin género como una “nueva costumbre porteña”³.

Podríamos pensar en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, conocida por la multiplicidad de ofertas respecto al ocio y al entretenimiento, que cada bar tiene su propia identidad, su propia estética y un público al cual se orienta. A partir de estas características los establecimientos diseñarían su logo, contratarían a su personal y delinearían los rasgos principales del interior del local. Una de estas decisiones sería seleccionar cómo serán los baños: cómo será la señalética, cómo se dividirán y cómo se diferenciarán.

En la actualidad, con el avance de la tecnología y el auge de las redes sociales, las imágenes que circulan en distintos medios y soportes han adquirido mayor importancia y mayor nivel de alcance y de impacto. En el caso de los establecimientos privados que se tendrán en cuenta para este trabajo de investigación, las fotos que suben los clientes a sus redes sociales significan mayor reconocimiento y mayores ganancias para los dueños. Si la puerta de un baño produce algún impacto entre los clientes, ya sea positivo o negativo, probablemente le saquen una foto y la suban a sus redes sociales, posibilitando un debate entre sus seguidores y contactos y aportando publicidad gratuita al local.

Por otro lado, los baños, además de ser parte de la identidad de los diversos establecimientos, también son lugares donde se construye la identidad y la subjetividad de los sujetos. ¿Y esto por qué?

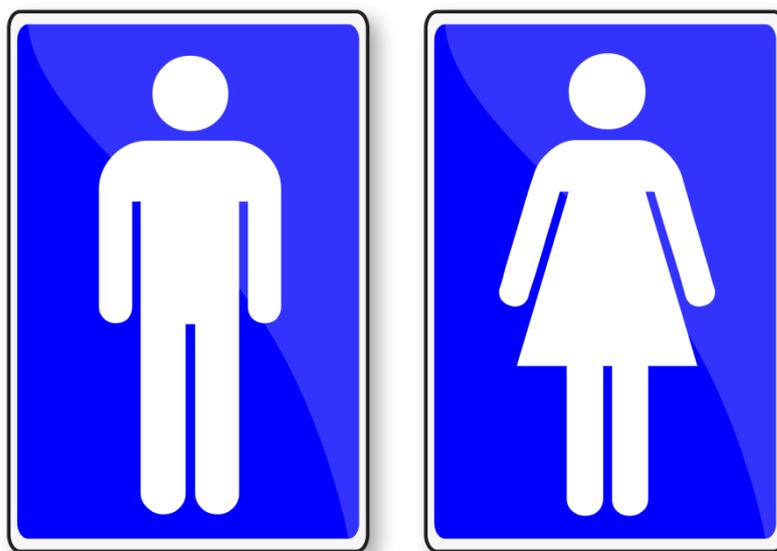


Fig. 0

² <https://www.tiempoar.com.ar/informacion-general/los-banos-sin-distincion-de-genero-abren-el-debate-sobre-el-sexismo-en-el-espacio-publico/>

³ <https://www.infobae.com/tendencias/2018/11/27/llegan-nuevas-costumbres-portenas-banos-sin-distincion-de-genero-y-cambiadores-para-bebes-en-los-sanitarios-masculinos/>

“El objetivo principal de la Señalética es facilitar a los usuarios el acceso a los servicios requeridos, informando de manera clara, precisa, concreta y lo más directa posible ya que el destinatario necesita acceder rápidamente al destino”⁴. La imagen seleccionada (Fig. 0) muestra la señalética estándar de los baños. Estos diseños son reconocidos socialmente y toda persona comprende al verlos que a la izquierda se encuentra la señal de “baño de varones” y a la derecha la señal de “baño de mujeres”. Entonces, una persona que se comprende a sí misma como “varón” irá al baño de la izquierda, y una persona que se comprende a sí misma como “mujer” irá al baño de la derecha. Sin embargo, nadie pensaría que todas las mujeres usan falda todos los días, porque este tipo de imágenes y de diseños no funcionan de esa manera. No se comprenden de manera literal, sino que se va al baño cuyo cartel representa socialmente al género con el que cada persona se identifica. Es por esto que en este trabajo una de las preguntas principales es: ¿Cuáles son los elementos utilizados para representar a los distintos géneros? Entendiendo que estos elementos se encuentran enmarcados en una sociedad específica y cuyos miembros podrán comprenderlos porque son códigos socialmente aceptados.

¿Qué sucede cuando la persona frente a las puertas de los baños no se comprende a sí misma en ninguno de los géneros representados en los carteles? Y, por otro lado: ¿Qué sucede cuando no hay ningún género representado en los carteles de los baños?

Como punto de partida, en este trabajo se asumirá que los elementos gráficos que se encuentran en las puertas de los baños funcionan como soporte material de las representaciones sociales de “lo” masculino, “lo” femenino o “lo” sin género, ya que su función es indicar donde se encuentran los baños, ya sea que estén diferenciados de manera convencional y binaria, o ya sean baños mixtos.

En síntesis, el objetivo principal de este trabajo es identificar y analizar las representaciones sociales de “lo” femenino, “lo” masculino y “lo” no binario en lugares de ocio y diversión en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a partir de las imágenes que se muestran en las puertas de los baños. Para esto, teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente de la existencia de distintos establecimientos de ocio y esparcimiento y de la construcción de su identidad a partir de la distribución y diseño de los baños, en este trabajo se diferenciarán tres tipos de bares: bares de diseño, bares tradicionales y bares LGBTTTIQ+. De esta manera, se analizará cómo estos tres tipos de bares, diferenciados entre sí por su identidad histórica y por lxs clientes que los frecuentan, se enfrentan a la tarea de señalar los baños del establecimiento.

⁴ <https://www.comunicologos.com/enciclopedia/t%C3%A9cnicas/se%C3%B1al%C3%A9tica/>

Capítulo 2 - Marco teórico

Teniendo en cuenta que en este trabajo se analizarán los diseños y las imágenes que indican dónde se encuentran los baños y a qué género corresponde cada uno, se tomará la teoría de género de Judith Butler, ya que resulta vital que el análisis esté situado teóricamente dentro de las disputas y transformaciones en relación a los roles de género y sus representaciones.

Judith Butler (2018) sostiene que: "El hecho de que el cuerpo con género sea performativo muestra que no tiene una posición ontológica distinta que los diversos actos que conforman su realidad. También indica que si dicha realidad se inventa como una esencia interior, esa misma interioridad es un efecto y una función de un discurso decididamente público y social" (Butler, 2018: 266). A partir de esta afirmación podríamos comprender que el acto de ir a un establecimiento y tener que decidir, en el caso de que haya opciones, a qué baño correspondería ir según nuestro género, construye nuestra subjetividad acerca de nosotrxs mismxs y acerca del mundo que nos rodea.

Además, la teoría de Judith Butler tiene un elemento clave que es el concepto de "performatividad del género": "En este sentido, género no es un sustantivo, ni tampoco es un conjunto de atributos vagos, porque hemos visto que el efecto sustantivo del género se produce performativamente y es impuesto por las prácticas reguladoras de la coherencia de género. Así, dentro del discurso legado por la metafísica de la sustancia, el género resulta ser performativo, es decir, que conforma la identidad que se supone que es. En este sentido, el género siempre es un hacer, aunque no un hacer por parte de un sujeto que se pueda considerar preexistente a la acción" (Butler, 2016: 84). Entonces: ¿Entrar a un baño particular desde la infancia forma parte del hacer género? ¿Entrar a ese baño es aceptarnos como personas con ese género representado? ¿Cómo se comprende, entonces, qué baño corresponde a qué género? ¿Qué elementos son privilegiados a la hora de representar a los géneros?

Para poder comenzar a responder esta pregunta, se tendrá en consideración la teoría de las representaciones sociales, teniendo como referente a Denise Jodelet (1986). Comprender y decidir a qué baño ir implica un comportamiento social y responde a modalidades de pensamiento. Es gracias a las representaciones sociales que podemos actuar en sociedad. "Lo" femenino, "lo" masculino y "lo" no binarie que se expresan en las puertas de los baños son objetos de representación social porque son polimorfos, son nociones abstractas que pueden sustituirse por imágenes y dependen de la existencia de

determinados grupos y de la coyuntura social. La representación social, en este sentido, es una construcción -en este caso, de lo que es el género.

Siguiendo con esta línea, para el análisis de las representaciones sociales es esencial la comunicación, ya que estas se consideran, como lo explica Tania Rodríguez Salazar (2009), “modalidades del pensamiento de sentido común que se generan, permanecen y transforman mediante procesos comunicativos cotidianos y mediáticos” (Salazar, 2009: 15). En este sentido, este trabajo busca comprender y analizar cómo funcionan las distintas dimensiones de la comunicación a la hora de representar gráficamente en las puertas de los baños de distintos bares de Capital Federal “la” masculinidad y “la” feminidad y “el” no binarismo. De esta manera, como explica Rodríguez Salazar, las representaciones sociales permiten “comprender los procesos comunicacionales de producción de sentido” (Salazar, 2009: 11), entendiendo la acción de ir al baño no como un hecho aislado, sino como una acción social, constructora y reproductora de sentidos.

Este trabajo, además de estar apoyado sobre las teorías de género -para analizar las imágenes en un contexto socio histórico específico- y de las representaciones sociales - para comprender qué especie de fenómenos se analizarán-, también partirá de la teoría del signo de Charles S. Peirce, entendida como una herramienta para analizar estos fenómenos. Como explica Daniel Gastaldello, esta teoría es esencial para “comprender los modos de funcionamiento específicos del signo, esto es, una manera de operar y de generar ciertos efectos” (Gastaldello, 2020: 14). Es por esto que, en este análisis, el signo se antepone como proceso infinito y se priorizará su carácter relacional y expansivo.

Para Peirce, “un signo, o representamen, es una cosa que está en lugar de otra para alguien, en algún sentido o capacidad. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o quizás más desarrollado. Ese signo que crea lo llamo el interpretante del primer signo. El signo está en lugar de algo, su objeto. Está en su lugar no en todos los sentidos, sino en relación a un tipo de idea, que a veces he llamado la base del representamen” (CP 2228). Aquí amerita una primera aclaración de la teoría de Peirce, y es que el interpretante no es una persona, “sino un esquema de pensamiento, un modo de razonar, una forma de organizar las ideas” (Gastaldello, 2020: 15). Gastaldello continúa y argumenta que, para Peirce, el cosmos y la intelección funcionan de la misma manera, incluso podemos decir que cuando pensamos, estamos inscribiéndonos en la vida del Universo. A ese modo de funcionamiento común, tanto de la materia como de las ideas, es lo que Peirce llama semiosis” (Gastaldello, 2020: 46). La semiosis es un proceso infinito ya que, como se verá más adelante, los elementos que componen al signo se multiplican y la

instancia más compleja se transforma en la instancia inicial en otros procesos de significación, por lo que los signos evolucionan y los múltiples esquemas de pensamiento no pueden detenerse, así se conforma la historia y el pensamiento humano universal.

Otra aclaración válida en este punto es la que hace Juan Magariños de Morentin (2008): “En principio, podríamos decir que todo lo que *vemos* (...) lo *vemos* porque *está semiotizado*” y agrega que “existen dos clases de objetos: los que *semiotizan* y los *semiotizados*. En estos términos: *los signos y los objetos semióticos*” (Magariños de Morentin, 2008: 24). Es por esto que se puede comprender que el cartel que está en la puerta anterior al baño, efectivamente, indica que existe un baño detrás. Entonces, se comprenderá que el signo es “lo que enuncia” y el objeto semiótico es “lo que es enunciado”. Siguiendo con Magariños de Morentin, “algo será signo cuando interviene como enunciador que semantiza a algo diferente a sí mismo. Y algo será objeto semiótico cuando ha recibido su significado de algo diferente a sí mismo” (Magariños de Morentin, 2008: 24-25).

Cabe entonces preguntar: ¿En lugar de qué están los signos que se analizarán en este trabajo? Se parte de la hipótesis de que los signos que aparecen en las puertas tienen como función indicar a las personas dónde se encuentran los baños y, teniendo en cuenta que este trabajo se encuentra enmarcado en una sociedad que se organiza a partir del binarismo hombre-mujer, también tendrían como función señalar qué baño corresponde a qué género, en el caso de que se presente tal distinción. El signo (o semiosis sustituyente) que aparece en la puerta del baño semantiza algo diferente a sí mismo, que es la persona con cuyo género “puede pasar” -o no-, por esa puerta. El objeto semiótico (o semiosis sustituida), es el género representado. Es crucial, entonces, la pregunta por cómo “lo” masculino, “lo” femenino y “lo” no binario -o “lo” no generizado- reciben su significado a partir de estos signos.

Sumando a este problema planteado, cabe aclarar también que los signos están en relación a su objeto no en todos los aspectos, por lo que otra pregunta clave para este trabajo es la que lleve a responder cuáles serían los sentidos privilegiados a la hora de representar “lo” masculino, “lo” femenino y “lo” no binario en los baños de diversos bares de Capital Federal, entendiendo que se privilegiará una función particular: indicar dónde se encuentran los baños y señalar a qué baño cada persona debiera ingresar.

En este punto, cabe introducir la teoría de W. J. T Mitchell (2017) acerca de las imágenes, ya que brinda herramientas de análisis necesarias para este trabajo. En primer lugar, se tomará de este autor el concepto de *picture*, que implica una imagen corporeizada,

encarnada en un soporte, a diferencia de la *image*, que es la imagen descorporeizada, que podría tratarse tanto de un dibujo como de una imagen mental. “Una picture se refiere a la situación completa en la que una imagen ha hecho su aparición (...). Incluso de forma más enfática, son (como dice el filósofo Nelson Goodman) “maneras de *hacer mundos*” no sólo de reflejar el mundo” (Mitchell, 2017: 14-15). Esto puede relacionarse con el concepto de semiosis infinita de Peirce: ¿Qué mundos se crean a partir de las pictures analizadas en este trabajo? ¿A qué clase de mundos se accede cuando se ve la picture que forma la puerta del baño? ¿Y cuando se cruza esa puerta?

Mitchell se pregunta, “¿Qué necesitan las pictures? Un soporte material, un medio corporal (...) y un lugar donde ser vistas. ¿Qué demandan? Ser contempladas, ser admiradas, ser amadas, ser expuestas. ¿Qué desean? Desde el momento en el que el deseo emerge en el hueco entre la demanda (...) y la necesidad, es concebible que las imágenes puedan no desear nada. Podrían tener todo lo que necesitan y sus demandas podrían estar todas cubiertas. Pero, de hecho muchas imágenes quieren algo” (Mitchell, 2017: 102-103). En el caso de este trabajo: ¿Qué quieren las pictures? El soporte material que necesitan, en este caso, es una puerta. Es a partir de esa puerta en específico que estas pictures son vistas ya que, de otra forma, pasarían desapercibidas, o carecerían de sentido, o tendrían uno completamente diferente. Lo que resulta evidente es que las pictures analizadas en este trabajo, como se explicó antes, buscan señalar y ordenar qué puerta debe cruzar cada persona. Pero, además, teniendo en cuenta, justamente, la función normativa y reguladora que tienen, también serían constructoras y educadoras de la identidad sexo-genérica de cada persona. En resumen, es indispensable no perder de vista la relación entre los signos y los objetos semióticos que aparecerán en el trabajo con su soporte material y con el contexto sociocultural en el que se presentan.

En relación con las ya mencionadas teorías de género, que dan las bases para comprender los modelos de pensamiento binario que rigen a la sociedad occidental, Judith Butler explica: “La apariencia de una sustancia constante o de un yo con género (...) se establece (...) por la reglamentación de atributos que están a lo largo de líneas de coherencia culturalmente establecidas” (Butler, 2018: 84). Estas líneas de coherencia culturalmente establecidas, en este trabajo, pueden encontrarse y analizarse a partir de los signos y de las pictures que aparecen en las puertas de los baños, ya que hacen que los signos analizados estén semiotizados, estén dentro de sistemas de significación y que puedan seguir reproduciéndose y multiplicándose, que se sigan creando mundos.

Toda representación social cumple una función y, como explica Jodelet: “En tanto que fenómenos, las representaciones sociales se presentan bajo formas variadas, más o

menos complejas. Imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos” (Jodelet, 1986: 472). Las representaciones sociales que serán analizadas en este trabajo cumplen la función de señalar a qué género corresponde cada baño, porque las personas que se encuentren frente a ellas deben poder interpretar y comprender qué puerta cruzar.

En síntesis, la teoría peirceana de los signos ofrece y marca las pautas para comprender las líneas de coherencia de las que habla Butler, para reconocer los signos que están siendo utilizados y comprender de qué manera se les da significado, entendiendo el contexto en el que se encuentran y se interpretan los signos a analizar, teniendo en cuenta que son representaciones sociales, al mismo tiempo que la teoría de Mitchell permite enmarcar a los signos en un soporte material con una intención y una autonomía características para un análisis de las imágenes corporizadas más específico. Como resume Gastaldello: “Esta es la tarea que emprende Peirce en la clasificación (...), no para una mera descripción gramatical, sino para una lectura más clara de las semiosis presentes en nuestro entorno” (Gastaldello, 2020: 58).

Capítulo 3 - Metodología

En este trabajo se llevarán a cabo convergencias metodológicas. En primer lugar, como lo plantea W. Flick (2004), se hará una muestra de variación máxima, que consiste en "integrar sólo algunos casos, pero aquellos que sean lo más diferentes posible, para revelar la amplitud de variación y la diferenciación en el campo." (P. 82). De esta manera, se buscará mostrar la mayor cantidad, variedad y diversidad de representaciones sociales presentes en las puertas de los baños como sea posible y pertinente.

Para esto, la muestra se llevará a cabo a partir de tres categorías: bares "de diseño", bares tradicionales y bares LGBTTTIQ+. Se eligieron estos tres tipos de bares ya que se entiende que tienen diferencias entre sí en relación al público al que apuntan, a la estética de sus establecimientos y al sector de la cultura porteña al que representan. Los bares pertenecientes al barrio de Palermo apuntarían a un público joven y "a la moda". Se entiende que estos bares buscarían mostrar el contexto cultural actual, con diseños novedosos y estéticamente impactantes. Del lado opuesto estarían los bares tradicionales, ya que apuntan a un público de más edad que el barrio de Palermo y, además, buscan mantener una estética antigua y, a riesgo de sonar redundante, tradicional de la Ciudad de Buenos Aires. En este caso no se esperarían representaciones novedosas o rupturistas en cuanto a la representación de los géneros.

Por último, se eligió la categoría "bares LGBTTTIQ+" para mostrar cómo bares con otro tipo de público, diferente al de los dos tipos de bares mencionados en el párrafo anterior, diseñan la señalética de sus baños. En este caso, se trata de bares con un público que buscaría sentirse cómodo y seguro en establecimientos de ocio y entretenimiento, teniendo en cuenta que siguen existiendo situaciones de hostigamiento a este sector de la sociedad. En este sentido, se espera encontrar una ruptura en relación a las representaciones de los géneros en relación a las socialmente reconocidas pero, por sobre todo, en relación a los dos tipos de bares ya mencionados.

Al comenzar la investigación, se decidió elegir 15 bares de cada categoría, teniendo una muestra de 45 bares en total. Sin embargo, no se encontraron 15 bares de la categoría LGBTTTIQ+, sino 11, por lo que la muestra final es de 41 bares.

Este inconveniente en la cantidad de la muestra se presentó porque no todos los bares LGBTTTIQ+ les pertenecen a miembros de la comunidad, sino que gran parte de esta población alquila los espacios algunos días de la semana, por lo que los baños de esos establecimientos no son representativos para la investigación ya que no muestran una decisión propiamente identitaria del bar. Además, a partir de la pandemia de Covid-19 y el

consiguiente aislamiento social preventivo y obligatorio, muchos establecimientos de ocio y entretenimiento se vieron en la necesidad económica de cerrar sus puertas.

Se tomó la decisión de dividir la muestra en tres tipos de bares teniendo en cuenta su historia, su identidad y su público. Se consideran “bares de diseño” a bares que se encuentran en el barrio de Palermo, ya que este barrio es característico por la proliferación de ofertas de ocio y diversión y, específicamente, de bares. Además, el término “de diseño” se eligió debido a la esencia del barrio y de sus bares, que buscan competir entre sí ofreciendo a las personas que pasean por allí experiencias nuevas y únicas. Entonces, se espera que las puertas de los baños sigan esta línea de acción en relación a los diseños de la señalética de los baños.

Por otro lado, se comprende por “bares tradicionales” bares históricos de la Ciudad de Buenos Aires, también conocidos como “bares notables”. Este tipo de bares es importante ya que son lugares turísticos debido a su historia. Lo que tiene de particular este tipo de bares no es la novedad, como en el caso de los “bares de diseño”, sino que es lo tradicional. En este sentido, las representaciones sociales que se encontrarán en estos bares, se espera, tendrán una carga histórica y códigos específicos.

Por último, también se tendrá en consideración bares LGBTTTIQ+, ya que se entiende que algunos miembros de la comunidad LGBT+ han dado -y siguen dando- debates sociales importantes con respecto a los roles de género socialmente establecidos. En este sentido, se espera ver en este trabajo cómo nuevas formas de representación de los géneros pueden aparecer en el escenario cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

A partir de las imágenes recolectadas se hará un análisis semiótico plural sumando las perspectivas teóricas de distintos autores. En primer lugar, se tomará la teoría semiótica de Charles Peirce, entendiéndose como una herramienta metodológica para comprender los sentidos que forman parte de los signos a analizar. Además, en relación al análisis semiótico visual de publicidades, Erving Goffman aporta un ejemplo de gran valor académico para abordar y estudiar las representaciones sociales de los géneros. Por último, se tendrá en consideración la teoría de W.J.K. Mitchell (2017) y sus aportes a la semiótica visual con sus conceptos de “image” y “picture” y con su pregunta: “¿Qué quieren las imágenes?”. Es a partir de los elementos teóricos y conceptuales brindados por estos autores que se analizarán las imágenes.

Capítulo 4 - Bares de diseño - Palermo

4.1. Historia y características de Palermo

Palermo es uno de los barrios más importantes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Tiene bares, ferias itinerantes, parques, calles grandes y pequeñas, graffitis artísticos en las paredes, tiendas de ropa de diseñadorxs independientes, librerías y opciones culturales de diversa índole en general. Palermo, además, es sinónimo de tendencia y de moda, y es un barrio turístico que se expande y crece a gran velocidad.

Mercedes González Bracco y Linda Kotschack⁵, en su investigación acerca de “espacios turísticos” de la ciudad de Buenos Aires, argumentan de Palermo que: “Más allá de observar y escuchar a los turistas en las calles del barrio, las propuestas comerciales los incluyen de manera clara, con carteles indicando que se aceptan dólares, o menús y atención en inglés, por ejemplo. Palermo Soho no atrae entonces al turismo a través de un ícono en particular que haya que ir a admirar; lo que oferta es una experiencia de vida que fusiona lo local y lo cosmopolita a “escala humana”. (...) A esto se sumó la intervención del gobierno local en el trazado de ciclovías, ensanchamiento de aceras y ordenamiento de las ferias artesanales. Así, la propuesta de esta área comercial se estabilizó en los últimos años con un discurso sobre la autenticidad (...); la sustentabilidad (...) y, en el caso de la gastronomía, la vuelta a las fuentes -reformulando clásicos de la carta argentina, el uso de pizarrones escritos a mano para anunciar lo que se ofrece o brindar mensajes optimistas-”. (González Bracco y Kotschack, 2017: 388)

Entonces, puede comprenderse que Palermo no sólo es un barrio que contiene diversos atractivos y propuestas culturales, sino que Palermo es una experiencia en sí. Caminar por las calles de este barrio cuenta como un paseo y una actividad atractiva. Además, es común escuchar en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que los demás barrios de la ciudad buscan parecerse a Palermo o son “el nuevo Palermo”, al mismo tiempo que los barrios que lo rodean tienden a volverse parte del barrio.

En el sitio web oficial del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires⁶, el barrio de Palermo aparece como “(...) un barrio residencial y de esparcimiento. Dentro de sus límites se encuentran los denominados "Bosques de Palermo", que incluyen amplios parques y espacios verdes. Es un importante polo gastronómico, cultural y audiovisual y es uno de los

⁵ González Bracco, Mercedes, y Linda Kotschack. 2017. “El espacio turístico, entre el enclave y el derrame: estudio en dos barrios de Buenos Aires.” Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía 26 (2): 373-397. doi: 10.15446/rcdg.v26n2.59182.

⁶

<https://www.buenosaires.gob.ar/laciudad/barrios/palermo#:~:text=Historia%3A,avenidas%20del%20Libertador%20y%20Sarmiento.>

destinos preferidos por los turistas que visitan la Ciudad (...) El nacimiento de este barrio se encuentra vinculado con don Juan Manuel de Rosas, quien hacia 1836 adquirió estas tierras construyendo en ellas su residencia. La misma estaba ubicada en la esquina sudeste de las actuales avenidas del Libertador y Sarmiento. Luego de Caseros, ocupó la casa Urquiza, y con posterioridad a esos agitados años, la misma fue sede de la Escuela de Artes y Oficios, del Colegio Militar y de la Escuela Naval”.



7

Teniendo en cuenta que el Barrio de Palermo se considera uno de los barrios más populares y “trendy” de la Ciudad de Buenos Aires, se ha decidido en este trabajo categorizar a los bares de este barrio como “de diseño”. Esto es porque se tiene en cuenta que estos bares son tomados como ejemplos por distintos bares de CABA y, al mismo tiempo, son tomados como referencia por gran parte de la población juvenil y turística de la ciudad. Los bares son pensados y diseñados a partir de las tendencias del momento, del público que se busca atraer y pueden encontrarse diversos tipos de establecimientos con experiencias gastronómicas, musicales y edilicias muy variadas y modernas. En este

⁷ https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/palermo_a3_1_0.jpg

sentido, se eligió este barrio y se le otorgó esta categoría comprendiendo que la moda y el diseño son tenidas en cuenta a la hora de pensar y elegir cómo estarán dispuestos los baños y con qué imágenes serán identificados y podrán ser comprendidos por los clientes.

En este capítulo, la mayor cantidad de los bares seleccionados se encuentran en las zonas de Palermo Hollywood y de Palermo SoHo, ya que en estos dos “sub-barrios” existe una gran vida nocturna y una gran cantidad de ofertas a la hora de salir “a tomar algo”.

“Palermo Hollywood surgió a partir de la instalación del canal de televisión América en la calle Fitz Roy al 1650. El hecho fue imitado por diversos estudios de televisión, compañías productoras y postproductoras de televisión y cine y emisoras radiofónicas. Ese es el motivo que originó que la zona (...) fuera bautizada con el nombre *Palermo Hollywood*. Al cobrar relevancia y notoriedad, la zona se fue poblando de bares y restaurantes de la más variada oferta gastronómica. (...) Este minibarrio también se caracteriza por su agitada vida nocturna: a los bares se les suman discos de moda y teatros independientes. Por eso es preferido por los jóvenes, porque tanto de día como de noche tiene diversas opciones de entretenimiento”⁸. Esta caracterización refuerza lo que fue explicado más arriba y lo mismo sucede con Palermo SoHo: “Su denominación “Soho” se debe a sus características edilicias y al espíritu bohemio que se respira en sus calles y cafés. También se caracteriza por sus librerías y por sus restaurantes muy de moda en los últimos años”⁹. De nuevo: caminar por las calles de Palermo y decidir a dónde ir, mirar vidrieras y entrar en algún bar que resulte llamativo, es parte de la vida de Palermo y hace que los bares quieran sobresalir y ser elegidos y recordados por sobre los demás. Todo esto sumado a la tendencia de sacar fotos y subirlas a las redes sociales. Cuanto más llamativo sea el bar y sus elementos -incluyendo las puertas de los baños- más chances tendrán los dueños de llegar a más personas a partir de Instagram, Facebook y Twitter, entre otras plataformas virtuales.

A partir de estas consideraciones, la hipótesis de este trabajo es que, en este tipo de bares, podría haber una mayor heterogeneidad en cuanto a las representaciones sociales que competen a esta investigación. La lucha por los derechos LGBTTTIQ+ y, específicamente de las identidades no binarias, ha ido obteniendo cada vez más popularidad y visibilidad. Entonces, si se considera que Palermo es un barrio de vanguardia y que busca constantemente expandirse y llegar a más personas y clientes, se espera

⁸ <https://ba-h.com.ar/palermo-hollywood-barrios-de-buenos-aires/#:~:text=Palermo%20Hollywood%20surgir%C3%B3%20a%20partir,calle%20Fitz%20Roy%20al%201650.&text=Ese%20es%20el%20motivo%20que,el%20nombre%20%E2%80%9CPalermo%20Hollywood%E2%80%9D>

⁹ <https://ba-h.com.ar/palermo-soho-barrios-de-buenos-aires-argentina/>

encontrar algunos casos en los que se muestre un cambio representativo en relación a los estereotipos de género hegemónicos e, incluso, en los que aparezcan baños sin distinción de género.

A continuación se presentarán los 15 bares que forman parte de la muestra con sus respectivos baños y el análisis correspondiente.

4.2. Análisis



Fig. 1

En el bar del hotel Selina (fig. 1) la puerta del baño presenta un cartel con dos figuras separadas por una línea vertical. Sobre esta línea hay una cruz dibujada, se podría presumir, con lapicera. Debajo de estas figuras se encuentra la palabra restrooms (baños en inglés).

Llegado este punto, como se explicó en el capítulo 2, resulta necesario utilizar algunas clasificaciones que Peirce estableció para organizar y explicar a los signos. Lo primero de lo que se debe partir es que su teoría se comprende en tríadas que están hechas de tríadas: La primeridad, la segundidad y la terceridad tienen dentro de cada una tres partes, y así sucesivamente.

Para Gastaldello: “Es importante reforzar la idea de que el signo no puede definirse si no es por las tres instancias mencionadas. Para que un signo se constituya como tal, debe tener necesariamente carácter de relación y vincular sus tres componentes: primeridad, lo que implica que un signo debe ser (CP 2230, 1910; W 1:287); segundidad, esto es, un signo debe estar en lugar de otra cosa, estar en una relación de sustitución de algo diferente de sí mismo (CP 3361, 1885; CP 2228, 1897; CP 2230, 1910; W 1:287) y terceridad, debe poder instituirse como idea para alguien, no una persona concreta, sino para un sistema de ideas, una inteligencia, un sistema cultural... y en algún aspecto, esto es, no representar al objeto en todas las cualidades, sino en función de un fundamento (ground) que opere como la base de la representación (CP 5253, 1868; CP 2228, c. 52 1897; CP 2308, 1901)” (Gastaldello, 2020: 51).

En la primeridad, la relación del signo consigo mismo en cuanto signo, se encuentran el cualisigno, el sinsigno y el legisigno. Este autor argumenta: “Todo signo convencional es un legisigno. No es un único objeto sino un tipo general que, por convención, será significante. Todo legisigno adquiere significación por medio de un caso de su aplicación, que puede denominarse una réplica suya. Así, la palabra <el> aparece en general entre quince y veinticinco veces en una página. En todos estos casos se trata de una misma palabra, del mismo legisigno. Cada una de sus ocurrencias es una réplica. La réplica es un sinsigno, por lo cual todo legisigno requiere sinsignos. Pero no se trata de sinsignos comunes, como lo son las apariciones particulares que se consideran significantes. La réplica tampoco sería significante si no fuera por la ley que la hace serlo” (Peirce, 1972).

En este primer objeto de análisis (fig. 1), aparecen los signos convencionales de los baños, como los que se mostraron en el ejemplo en la Introducción. Socialmente se reconoce como “baños” y “baño mixto”, ya que se encuentran las dos figuras dentro de un mismo cartel.

Las dos figuras están conformadas por un círculo que representa la cabeza y un rectángulo que representa las piernas y, en el caso de la figura de la izquierda, aparece un triángulo que hace de falda. Los cualisignos “redondo”, “triangular” y “rectangular” se hacen sinsignos, ya que se repiten en las diferentes pictures que guían a las personas a los baños, y aparece “la cabeza”, “los brazos”, “la falda” y “las piernas”: legisignos. La elección, la suma y la organización de esos sinsignos producen estos legisignos.

A partir de los legisignos se puede comenzar a hablar de un representamen o de un signo. Todo signo debe tener relación con su objeto. ¿Cuál es el objeto de los signos de

este trabajo? ¿Los baños? ¿Las mujeres y los varones? ¿Los géneros? Es una pregunta compleja y es preciso pasar a la parte de la segundidad.

En la segundidad pueden reconocerse tres partes también: el icono, el índice y el símbolo. Respecto a la facultad icónica, que refiere a similitudes en la apariencia con el objeto, puede comprenderse que estas imágenes se asemejan a la figura humana. Podrían ser utilizadas otras características pero, como se mostró más arriba, se utiliza la cabeza, los brazos, el torso y las piernas para mostrar humanidad y “la falda” y “los pantalones” para diferenciar los géneros. Entonces, en estos casos, la principal diferencia entre los géneros representados es la ropa.

En cuanto a lo indicial, que se relaciona con su objeto porque indica la existencia del mismo, habría una relación con el baño, ya que el dibujo indica que existe un baño detrás de la puerta y cuál es ese baño en particular, a qué género pertenece, o en cuál es esperable encontrar un mingitorio y en cuál no, por ejemplo. En este caso, que es un baño mixto, no sorprendería encontrar distintas personas -sin importar el género- compartiendo el espacio.

Por último, se encuentra el símbolo. En el caso de este ejemplo, lo que se ven son figuras socialmente institucionalizadas como “baños de mujeres/varones”. Son pictures que tienen como función indicar los baños de una manera fácilmente reconocible, lo que puede lograrse a partir de la utilización y de la suma de elementos que responden a ciertas convenciones sociales.

A partir de este cartel (fig. 1), se comprende que es un baño mixto, ya que aparecen representados los dos géneros socialmente institucionalizados en una sola puerta. Además, sumado a los signos ya analizados, hay una “X” sobre la barra que separa las dos imágenes, que pareciera estar dibujada con lapicera. En este sentido, lo que hace la cruz es tachar la separación de los géneros. ¿Qué indicaría esa cruz? ¿Que no existe una separación, una diferencia? ¿Qué está tachando? ¿El binarismo? ¿Está tachando?

Gastaldello explica que: “El último aspecto que desarrolla Peirce en esta tipología se centra en la terceridad. Dice: «El tercer correlato es, de los tres, el que es considerado de la naturaleza más compleja, al ser una ley si cualquiera de los tres es una ley y al no ser una mera posibilidad a menos que los tres sean de esa naturaleza» (CP 2236). Debe notarse que, más allá de su ontología, la terceridad es siempre una abstracción, un efecto de una racionalización, un acto mental, el producto de articulaciones previas entre signos, una idea”. (Gastaldello, 2020: 72).

Umberto Eco, en relación a los códigos visuales, explica que un rhema es “cualquier signo visual como término de un posible enunciado; el dicente: dos signos visuales unidos de manera que se pueda deducir una relación” (Eco, 1968: 168). En este caso, el signo de la izquierda -”mujer-, puede comprenderse como rhema, ya que es parte de un enunciado mayor, al que se puede llegar a partir de la relación -que transforma al rhema en dicente- con el signo de la derecha -”varón”-, a la palabra “toilete” y a la línea del centro con la cruz dibujada encima: “en este baño pueden ingresar tanto mujeres como varones”.

Siguiendo a Gastaldello, “La instancia final de la tipología es, como dijimos, el argumento: «Un argumento es un signo que, para su interpretante, es un signo de ley (...) un argumento es un signo entendido como representación de su objeto en su carácter de signo» (CP 2245). Con esto Peirce nos está indicando que el signo, una vez formulado, encuentra su sentido en una secuencia lógica mayor. En esta instancia (la terceridad de la terceridad) el signo se expresa a sí mismo como idea compleja, como un silogismo. Por esto, el argumento es un tipo de signo que profesa algo más de lo que dice en su inmanencia, y se articula lógicamente con otros sistemas de signos”. (Gastaldello, 2020: 76).

Es por todo esto que el concepto de semiosis infinita resulta clave para comprender cómo funcionan los signos en general y los signos de este trabajo en particular. El enunciado “en este baño pueden ingresar tanto mujeres como varones” se complejiza con la cruz dibujada encima, la semiosis no termina con el cartel impreso, sino que los signos se relacionan con otros signos en la mente de las personas y esos signos que resultan de esa relación pueden materializarse y relacionarse con los signos que estaban en la materia -en este caso: el cartel-. El cartel ya no dice “en este baño pueden ingresar tanto mujeres como varones”, sino que se agrega el sentido de que “no existe una diferencia entre varones y mujeres” o “la línea que divide a los varones y a las mujeres, o a los géneros en un sistema binario, ya no existe”.

M. J. T. Mitchell, en el capítulo dedicado al análisis de objetos, argumenta: “Las imágenes importan en más de un sentido. Es decir, marcan una diferencia, son relevantes y hacen demandas. Pero ellas mismas son materia, en el sentido en el que siempre están encarnadas en objetos materiales, en cosas, sea en piedra, metal, lienzo, celuloide o en el laberinto del cuerpo vivo y sus memorias, fantasías o vivencias” (Mitchell, 2017: 145). A partir de esta afirmación, analizar que la cruz fue dibujada luego de ser impreso el cartel - como se explicó antes- permite pensar en la posibilidad de que quien dibujó la cruz lo hizo porque a esta imagen algo le faltaba. Lo que muestra esta intervención posterior a la impresión es una reinterpretación o una crítica a la diferenciación entre géneros. Para este

mismo autor, respecto a la intervención de las imágenes, “(...) cuando la gente se dispone a ofender una imagen, a censurarla, a denunciarla o a castigarla, su comportamiento entra dentro del dominio público, donde podemos observarlo” (Mitchell, 2017: 164), y continúa: “En parte, la dificultad en el trato con las imágenes ofensivas es el resultado de su tendencia a instalarse en la vanguardia de los conflictos sociales y políticos (...)” (Mitchell, 2017: 166).

Entonces, la cruz ahora forma parte de la imagen y, aunque no pueda saberse efectivamente su origen, su materialidad en la *picture* muestra una disputa que actualmente se está dando en relación a la representación social de los géneros y a las normativas en relación a los baños como espacios públicos. En este sentido es que podría afirmarse que existen mundos en las puertas de los baños: existen enunciados y respuestas; existen certezas y preguntas.



Fig. 2

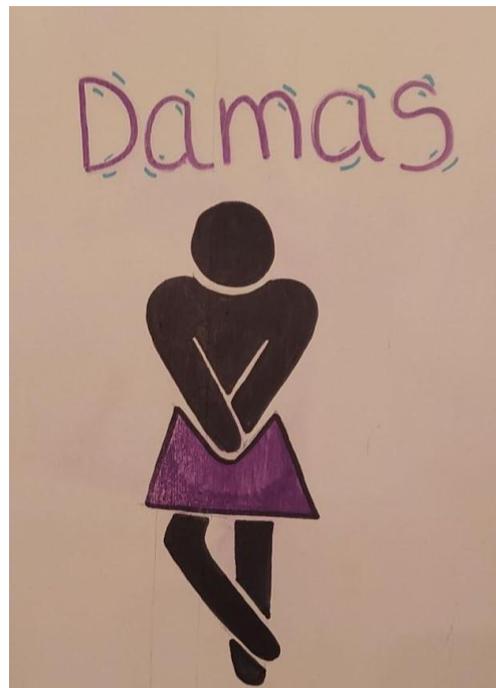


Fig. 3

En el caso del bar de vinos “DOC” (figs. 2 y 3), nuevamente aparecen figuras geométricas que hacen de partes del cuerpo de la figura humana. La cabeza se encuentra representada por un círculo pero, esta vez, el torso se comprende a partir de una forma similar a la de un corazón. Además, estos dibujos hacen referencia al momento en el que una persona debe ir al baño pero se está conteniendo: los brazos están sobre la pelvis de los personajes y las piernas están entrecruzadas. Lo que distingue los dos géneros representados, nuevamente, es la utilización de la falda en el caso del género femenino.

En este caso también aparece la opción de un baño mixto, sin embargo, en este ejemplo, existe además la opción de un baño de damas. Como se comentó en el párrafo

anterior, las dos figuras se diferencian por la ropa y, en términos de cualisignos, las figuras que representan “lo” femenino son iguales a la que representa “lo masculino”, pero con la figura que hace de falda sumada a la composición. Además, hablando de cualisignos, en el caso de las figuras que se encuentran en la puerta de “baños”, en sus prendas aparece el color celeste, y en el caso de la puerta del baño de “damas”, su falda es fucsia. Si se comprende a estos elementos como legisignos, el celeste está asociado con lo masculino y lo fucsia con lo femenino, por lo que en el caso de la puerta de “baños”, “lo” mixto está representado con el color convencional de “lo” masculino.

En relación a esto último, es preciso traer a Judith Butler en relación al concepto de universalidad: “En realidad, la atribución de universalidad a una ley sólo puede significar que opera como un marco dominante dentro del cual se establecen las relaciones sociales” (Butler, 2018: 168). Incluso, esta misma autora plantea, a partir de la referencia a Monique Wittig (1983), que, en realidad, existe un solo género: el femenino. Por lo que la noción de género fue creada para las mujeres, para diferenciarlas de lo universal: lo masculino (Butler, 2018).

En este caso, en la figura 2, aparece la palabra “baños”, haciendo referencia a un universal: “este es un baño en el que pueden entrar hombres y mujeres”. Pero, en el caso de la figura 3, al estar el símbolo de baño de mujeres junto con la palabra “damas” y el color fucsia, esta puerta está diciendo: “a este baño sólo pueden entrar mujeres”.



Fig. 4



Fig. 5

En el caso del bar “Festival” (figs. 4 y 5), las dos imágenes presentan a una persona con cabeza -un círculo-, un torso -una letra- y piernas -dos líneas que hacen de pantalones (fig. 4) y un triángulo que hace de falda (fig. 5).

Los cualisignos círculo, líneas y triángulo se unen a los sinsignos H y M, correspondientes a las iniciales de “Hombre” y “Mujer” a la que cada picture estaría representando, conformando legisignos. Existe una reinterpretación de las figuras mostradas en los dos ejemplos anteriores. Se puede comprender que se trata de “lo” masculino y “lo” femenino por la utilización de las letras y la vestimenta de los sujetos representados.

El término de universalidad de Butler cobra relevancia nuevamente ya que la “H” hace referencia al término “hombre”. Ese término, en este caso, se utiliza como sinónimo del término “varón”. Sin embargo, “hombres” es un término polisémico, puede significar “varón”, pero también es el término utilizado para referirse a la especie humana. Entonces, se toma un término universal como sinónimo de un concepto particular. El término universal de “humano” es sinónimo del término particular “varón”.

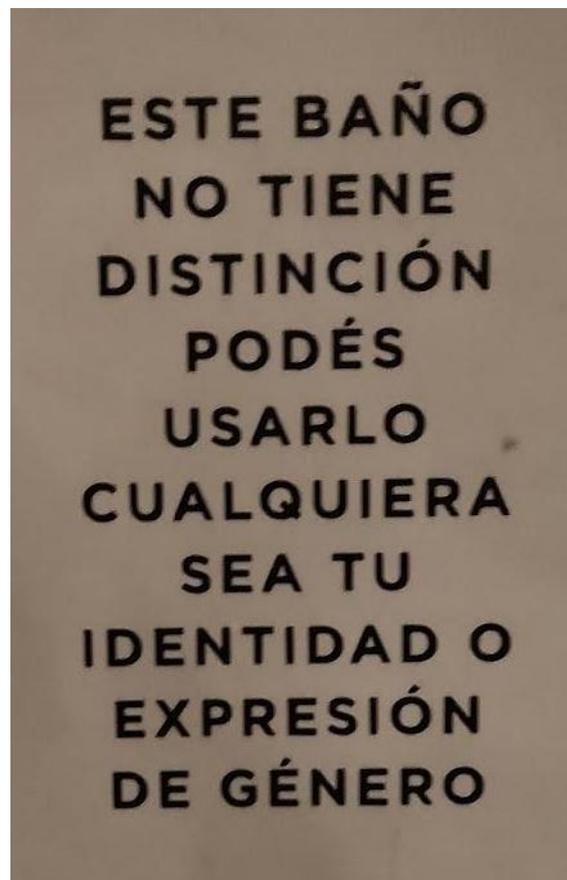


Fig. 6



Fig. 7



Fig. 8



Fig. 9

En Rabia Bar se encuentran indicaciones escritas en sus tres baños: La fig. 6 corresponde al baño no generizado que se encuentra en la planta baja y las figuras 7, 8 y 9 corresponden a los baños que se encuentran en el primer piso.

Por la manera en la que están armadas las frases, con el uso del imperativo, pareciera que "la puerta demandara" entrar al baño. En este caso, pareciera haber más libertad que en los ejemplos anteriores, e incluso la decisión de escribir en segunda persona da la sensación de intimidad y se establece una relación entre la puerta del baño y la persona. La puerta le da opciones y le explica por qué puede elegir -incluso cita la ley de identidad de género- y la acompaña en esa decisión. Además, con la utilización del espejo, se pone en juego la propia identidad de la persona.

A primera vista, los dos cuerpos representados responden a los símbolos socialmente institucionalizados respecto a los baños, como se ha visto antes, pero la forma es distinta, hay una ruptura en esos cuerpos. Los cuerpos que aparecen tienen una forma más curvilínea en comparación con los ejemplos anteriores. De esta forma, queda evidente

cómo pueden mostrarse y representarse distintos cuerpos con imágenes a simple vista parecidas. Aunque no rompe con la diferenciación a partir de la vestimenta.

En relación al baño que se encuentra en planta baja, de nuevo aparece una forma novedosa de invitar a todos los cuerpos y a todas las identidades a pasar al baño. Sin embargo, en este caso no aparece un dibujo, solo aparece la frase, por lo que ningún género estaría siendo representado.

Butler se pregunta: "(...) ¿en qué sentido es el género un acto? Al igual que en otros dramas sociales rituales, la acción de género exige una actuación reiterada, la cual radica en volver a efectuar y a experimentar una serie de significados ya determinados socialmente, y ésta es la forma mundana y ritualizada de su legitimación" (Butler, 2018: 273). A partir de esta afirmación, cabría tener en consideración cómo los baños forman parte de esta actuación ritualizada, ya que desde la infancia las personas deben elegir a qué baño ir, pero esa decisión no es arbitraria. Esto es porque las imágenes que se encuentran en las puertas son representaciones sociales y, como explica Denise Jodelet (1984): "Incluso en representaciones muy elementales tiene lugar todo un proceso de elaboración cognitiva y simbólica que orientará los comportamientos. Es en este sentido que la noción de representación constituye una innovación, en relación con los otros modelos psicológicos, ya que relaciona los procesos simbólicos con las conductas. Pero a partir de ahí, también se puede presentir que las representaciones que circulan en la sociedad desempeñarán un papel, adquirirán autonomía y tendrán una eficacia específica" (Jodelet, 1984: 478).

Resumiendo, las imágenes que aparecen en las puertas de los baños orientan los comportamientos desde la infancia y generan prácticas ritualizadas. Estas imágenes señalan a qué baño debe ir cada persona, qué es lo que encontrará detrás de cada puerta y la manera en la que deberá comportarse allí dentro.

Sin embargo, como los ideales de lo que "es una mujer" y lo que "es un hombre" cambian a lo largo del tiempo, también cambian las representaciones sociales de los géneros, y es por esto que se encuentran distintos tipos de imágenes en cada bar. Sin embargo: ¿Qué sucede si no se encuentran imágenes, palabras o representaciones que hagan alusión a ningún género en específico? ¿Hay representación? ¿Hay identificación? Y, más complejo aún, ¿Hay inclusión?

Aunque las mismas figuras fueron dibujadas de manera diferente en todos los casos, y aunque haya aparecido la opción de "baño mixto" (figs. 1, 2 y 6) no parecería haber una ruptura fundamental con las representaciones de género socialmente reconocidas e

institucionalizadas hasta el momento. Aunque cabría la pregunta: ¿Sería eso posible? No debe perderse de vista que lo que estas pictures quieren es que las personas sepan dónde están los baños y, para eso, deben usar elementos y signos reconocibles. ¿Existen signos y elementos que puedan incluir y representar a todas las personas en una picture?



Fig. 10



Fig. 11

Otro uso de las figuras humanas lo tiene el bar “Tres Monos”. En este caso, aparece nuevamente la utilización del círculo como cabeza, pero el resto de los elementos están compuestos por líneas. A diferencia de los ejemplos anteriores, no aparece el elemento “vestimenta” para diferenciar los dos baños, o a los géneros, en este caso.

Entonces: ¿En qué se diferencian estas figuras? Sobre el círculo que hace de cabeza en cada imagen, aparecen pequeñas líneas, que, al estar situadas sobre la cabeza y al ser diferente el largo de estas en cada figura -la líneas de la fig. 10 son más largas y caen hacia un costado-, se puede interpretar que lo que está siendo representado es el pelo de los personajes. Este ejemplo resulta complejo y pareciera ser el menos claro, aún más teniendo en cuenta que en la actualidad el largo del pelo no es considerado un factor determinante. Si no existiera desde la infancia una normativa del largo del pelo, que usualmente está normalizada por los establecimientos educativos, podría comprenderse que las personas con el pelo largo van al baño indicado por la figura 10 y las personas con pelo corto van al indicado por la figura 11. Es en este sentido que se trata de imágenes que, para comprenderlas, se debe pertenecer a un sistema cultural y social específico.

Por otro lado, el cualisigno rectángulo que aparece en las extremidades superiores derechas de los personajes, puede interpretarse como un celular. Las figuras humanas, en este caso, no tienen curvas, ni caras, ni ropa, pero sí tienen celulares y pelo. En este

sentido, y teniendo en cuenta que las figuras son “dibujos de palitos”, comúnmente reconocidos en dibujos infantiles, podría reconocerse una representación social de la forma en la que lxs jóvenes son vistxs actualmente.



Fig. 12



Fig. 13

En el bar Mexicano "Lupita" aparecen las figuras del Chavo para el baño de varones y de la Chilindrina para el baño de mujeres, de la serie televisiva mexicana "El Chavo del 8" de 1973. Se reconocen estos personajes a partir de la vestimenta, del peinado y de los accesorios, con el característico barril en el que vive el chavo en el programa de televisión (fig. 12). Además, en las puertas aparecen las palabras "chavos" y "chavas", respectivamente, siguiendo la temática mexicana y señalando lingüísticamente a qué género corresponde cada baño. Pero, al mismo tiempo, las figuras de estos personajes están dibujadas como calacas, las calaveras sonrientes tradicionales de México. Por último, la puerta de "chavos" está pintada de celeste y la de "chavas" de rosa.

A partir de este ejemplo, pueden reconocerse signos que hacen referencia a "lo" femenino y a "lo" masculino y también hay una clara referencia a "lo" mexicano, aunque no es tema de este trabajo. En este caso, el uso del color aparece como evidente nuevamente: el celeste para los varones y el rosa para las mujeres. Además, los personajes utilizados son parte de la cultura popular latinoamericana, lo que hace fácil de interpretar a qué baño pertenece cada figura para personas pertenecientes a esa cultura.

En este sentido, cobra relevancia lo que Erving Goffman (1976) afirma en su investigación: “(...) al fin y al cabo, el trabajo del publicitario, que debe escenificar el valor de su producto, no es tan distinto a la tarea de una sociedad al llenar sus situaciones de ceremonial y de signos rituales destinados a facilitar la orientación mutua de los participantes. Uno y otra tienen que contar una historia por medio de los limitados recursos «visuales» que ofrecen las situaciones sociales” (Goffman, 1976: 143). En este trabajo se están analizando las señaléticas de los baños que, como se mencionó en capítulos anteriores, son diseñadas y pensadas con una función social específica. Las representaciones sociales funcionan por códigos sociales específicos, códigos que las personas que diseñan publicidades y distintos tipos de señaléticas, como de tránsito o de puertas de baño, deben conocer y utilizar.

Los “limitados recursos «visuales»” a los que se refiere Goffman pueden ser comprendidos a partir de códigos sociales en un contexto sociohistórico determinado y a partir de normas de comportamiento. El concepto de “matriz de inteligibilidad heterosexual”, de Judith Butler, es clave para comenzar a comprender los códigos en los que se inscriben las representaciones sociales analizadas en este trabajo, lo que se verá de manera más clara en el ejemplo siguiente.



Fig. 14



Fig. 15

En el bar “1516” los baños se presentan a partir de dos fotografías en blanco y negro. El varón (fig. 15) sostiene con una sola mano el chopp de cerveza, que tapa gran parte de su cara, mientras que la mujer (fig. 14) sostiene el vaso en forma de bota con las dos manos y su cara está menos cubierta, dejando ver su nariz.

La seducción pareciera ser un factor a destacar. Teniendo en cuenta el concepto de heterosexualidad normativa de Butler, resulta preciso sugerir que la mujer podría estar mirando provocativamente a un hombre y el hombre estaría buscando la atención de una mujer. ¿Podría argumentarse que, en realidad, lo que muestran estas imágenes es el supuesto ideal de mujer de los hombres y el supuesto ideal de hombre de las mujeres? Siguiendo esta línea: ¿Se podría pensar que estas dos personas se están seduciendo mutuamente? En ese caso, la mujer miraría directamente a los ojos del hombre, como mira directamente a la cámara. Pero el hombre estaría mirando hacia otro lado, además de tener los ojos tapados por los lentes de sol. Se encuentra doblemente distante.

De esta manera, la mujer es mujer porque seduce a un hombre y el hombre es hombre porque seduce a una mujer. Siguiendo a Goffman y a Butler, la función de estos signos es reconocer en las puertas de los baños las representaciones sociales de los géneros y sus diferencias entre sí, lo que también permitiría, siguiendo la línea de estos autores, una organización social efectiva y binaria. No solamente se representa a “lo” masculino y a “lo” femenino, sino que se los diferencia entre sí a partir de esos signos (vestimenta, colores, estilo de cabello, maneras de seducir).



Fig. 16



Fig. 17

En el bar “Nola” hay dos carteles en cada baño. Están los conocidos carteles con la figura de un varón que dice “gentlemen” (“caballeros” en inglés) y de una mujer que dice “ladies” (“damas” en inglés). Sin embargo, también aparecen otros dos carteles que requieren un análisis más detallado, Siguiendo la línea de la seducción, de la sensualidad y de la sexualidad.

En la fig. 16 se encuentra un cartel de madera con un gallo pintado, una flecha negra que señala a la puerta y la palabra “cocks” (que en inglés significa “gallos”) y en la fig. 17 aparece otro cartel de madera con una gallina dibujada, una flecha roja que señala a otra puerta y la palabra “chicks” (lo que se comprende como “gallinas” en inglés).

Este bar en particular se especializa en cocinar pollo, por lo que, desde ese aspecto, puede comprenderse la elección de las figuras de estos animales en particular. Sin embargo, es importante destacar que, teniendo en cuenta que los dibujos indicarían a qué género corresponde cada puerta, el doble sentido se comprende si se tiene cierta familiaridad con el inglés.

La palabra “Cock”, además de “gallo”, también se usa para referirse al pene, lo que significa que la flecha señala no sólo a dónde van los gallos, sino “a dónde van los penes”. En este ejemplo se puede ver cómo el género se asocia con el sexo biológico. Por otro lado, aunque comúnmente se traduzca “gallina” como “chicken” (y de ahí su derivación en “chick”), la correcta traducción de “gallina” sería “hen”, y “chicken” sería, en realidad, “pollito”. Pero, siguiendo con el juego de palabras, “chick” también se usa para referirse a “chicas” o “mujeres jóvenes”, particularmente atractivas.

Estas dos palabras son comúnmente relacionadas a una jerga más “varonil” dentro del idioma inglés. Además de pertenecer, como el caso anterior (figs. 14 y 15) a un estilo de representación que juega más con la seducción, aparece por primera vez una referencia a lo sexual, específicamente al miembro masculino. En este caso hay una clara diferencia entre las dos imágenes y lo que representan. Por un lado, los hombres son entendidos como “los gallos” o “los que tienen pene”, mientras que las mujeres son entendidas como “las gallinas” o “los pollitos” o “las chicas”. Sin dejar de tener en cuenta la característica del bar, lo que le otorga un sentido específico a las imágenes es el acompañamiento de las palabras en inglés.



Fig. 18

Siguiendo con la utilización del doble sentido usando frases en inglés, en el bar “Jerome”, lo primero que se ve antes de pasar a las puertas individuales es un cartel (fig. 18) cuya traducción al castellano sería: “Los hombres van a la izquierda porque las mujeres siempre tienen la razón” (“tener razón” y “derecha” se dice de la misma forma). Es un juego de palabras que lo pueden entender rápidamente las personas que saben leer inglés, de la misma forma que en el ejemplo anterior. De esta manera, parecería ser que se presupone que las personas que van a este tipo de bares (y especialmente a Palermo), saben inglés y tienen un nivel que permite comprender el doble sentido.

¿Este tipo de frases remite a algo positivo? ¿O el hecho de que la mujer “tenga que tener razón”, aunque no necesariamente la tenga, hace alusión al estereotipo de mujer enojada que no acepta que la contradigan? ¿O, en la otra vereda, que los varones no tienen razón porque las mujeres son más inteligentes? Al igual que en el bar “Nola”, los baños se

presentan con un chiste interno, hacen cómplices a lxs espectadores y buscan una identificación a través del humor.

En el caso del bar “Nola”, el humor está ligado al tipo de comida que ofrecen en el lugar y a la caracterización y la relación de los géneros con animales. En cambio, en el caso de “Jerome” el humor aparece por el uso de una frase conocida y por un chiste compartido socialmente, aunque no por eso menos criticado. En este tipo de chistes, en los que se da a entender que es mejor darle la razón a la mujer, se caracteriza a los personajes de una manera que universaliza que, si sos mujer, digas lo que digas, vas a tener razón. Pero esto no le da un lugar privilegiado a la mujer, porque si solamente hay que darle la razón, entonces no hace falta escucharla. Además, en una conversación, ¿Quién y cómo se decide quién tiene razón? Incluso, en relación a “tener la razón”, existen frases célebres como “prefiero ser feliz a tener la razón” o “no respondas al necio de acuerdo con su necedad, para que no seas tú también como él” (Proverbios 26:4). Entonces, ¿Es algo positivo “tener razón” en una conversación o discusión?

El humor refuerza estereotipos, más aún teniendo en cuenta que, incluso los chistes, son parte de una semiosis específica y, al reproducirlos, se reproducen sus sentidos y se naturalizan.



Fig. 19

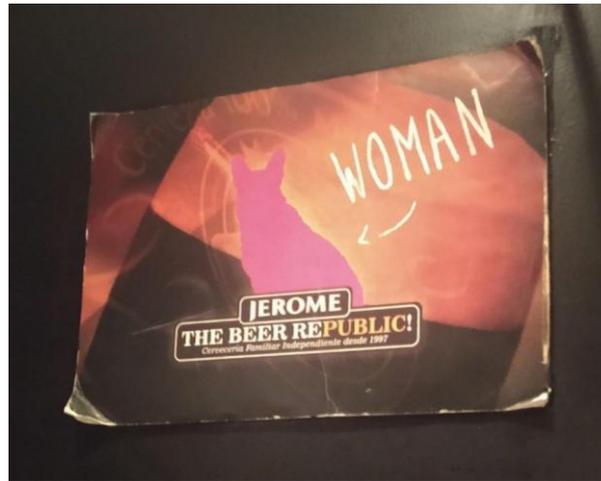


Fig. 20

En lo que respecta a las imágenes que se encuentran en las puertas de los baños, las dos tienen un perro dibujado (bulldog francés, que es el logo del local), cada uno con un color distinto. En este caso, nuevamente, se trata de los colores tradicionales con los que se representa lo masculino (azul) y lo femenino (rosa). Además, los dos tienen el refuerzo de las palabras en inglés de “hombre” y “mujer”. Las imágenes de los perros son idénticas, lo único que permite diferenciarlas son los colores.



Fig. 21



Fig. 22



Fig. 23

En el caso del bar “La UAT”, aparecen nuevamente las iniciales “H” y “M” haciendo referencia a “Hombre” y “Mujer”. Sin embargo, no son las únicas letras que aparecen en las puertas.

En las paredes que acompañan el camino a los baños están escritas en letras blancas y gigantes frases conocidas de música, de la farándula y de la política argentina. Por ejemplo: “si querés llorar, llorá” de Moria Casán, o “la casa está en orden” de Raúl Alfonsín en 1987.

En el caso de las puertas de los baños, estas se encuentran en el camino de otras frases, confundiéndose con la pared. En la puerta del baño de varones hay dos frases atravesadas: “Este programa trae suerte” de Mirtha Legrand arriba y “no me arrepiento de este amor” de Gilda justo abajo. Sin embargo, la palabra que atraviesa el baño de mujeres es “coqueta”, sin ninguna referencia a alguna frase célebre.

En este caso no se encuentran diferencias sustanciales en el tratamiento de las dos puertas, ya que no hay uso del color o de imágenes. La única diferencia evidente es la selección de las frases, ya que la palabra “coqueta”, además de no pertenecer a ninguna frase notable reconocible, es un adjetivo calificativo que se utiliza para referirse a mujeres que cuidan su aspecto, se maquillan o siguen la moda. Es en este tipo de casos que resulta preciso preguntar si fue casualidad, aunque la pregunta no vaya a tener una respuesta.

Igualmente, las frases no están pintadas de manera tal que sean lo que diferencien los baños entre sí, sino que lo que aparece como indicador principal es el uso de las iniciales.



Fig. 24



Fig. 25

En la cervecería “Cervelar” aparece nuevamente el uso del espejo en las puertas. Esta vez, pintadas encima del espejo, aparecen las palabras “mujeres cerveceras” y

“hombres cerveceros”. Entonces, “mujer cervecera” u “hombre cervecero” es la persona que se ve en ese espejo. Más allá de la identificación con “hombre” o “mujer”, se considera que la persona es cervecera porque se encuentra en un lugar cuya especialidad es servir cervezas.

En comparación con “Rabia Bar”, las palabras que se encuentran en los espejos no abren una posibilidad de elección a partir de la propia identidad de la persona que se encuentra enfrente.



Fig. 26



Fig. 27



Fig. 28

En “Post Street Bar”, todo el establecimiento está intervenido, inclusive la puerta de los baños. Es un bar de graffitis y la propuesta es que las personas que vayan al bar se sientan libres de intervenir.

Los dos baños se encuentran detrás de una puerta enteramente intervenida, con el uso del graffitti y con la utilización de stickers, que tiene tres carteles: uno con la palabra “baños”, otro con los dibujos tradicionales, y otro con la palabra “toilettes” (fig. 26).

Cuando se cruza esa puerta, aparecen los dos baños particulares, que también están intervenidos. En el caso del baño de hombres, es la primera vez en este trabajo que aparece el símbolo que representa también al planeta marte, relacionado al dios de la guerra y que se asocia con el sexo masculino. Además, hay una lista de palabras en la que aparece la palabra “hombre” en distintos idiomas. La lista aparece intervenida también, ya que tiene escrito “hombres” en marcador y la parte de abajo está arrancada.

En el caso del baño de mujeres, se puede ver la misma lista, pero esta vez solo una parte muy pequeña ya que también fue arrancada la mayor parte y porque fue pegado encima otro cartel que dice con lapicera “damas-mujer”.

En este caso, las puertas de los baños están indicadas y condicionadas a partir de la intervención de los clientes. Al no poder distinguir el cartel original, si es que alguna vez hubo uno, con las intervenciones, nuevamente se ejemplifica la puerta del baño como un mundo, en el que se diferencian dos géneros, pero en el que hay más que solamente representaciones binarias. Hay dibujos, palabras, manchas de pintura, cinta adhesiva, stickers con dibujos y con publicidades. No todos los elementos y los signos que aparecen responden a representaciones sociales de los géneros, pero al estar todos juntos en una puerta, simbolizan y muestran las intervenciones y las posibilidades y cualidades que existen en el mundo de las puertas de los baños. Incluso, estas puertas tal vez hoy no estén iguales, y tampoco mañana. Las posibilidades son infinitas y no pareciera haber un orden ni reglas establecidas, estas pictures invitan a ser tachadas, modificadas y destruidas, al mismo tiempo que admiradas.



Fig. 29



Fig. 30



Fig. 31

En el bar "Local" (figs. 29, 30 y 31) se puede notar una similitud con el ejemplo anterior. Nuevamente aparecen las puertas intervenidas, tanto con stickers, como con dibujos, sin embargo, en ninguno de los tres baños hay una referencia a ningún género. La única similitud que tienen entre sí es que los tres tienen un cartel que dice "baño", pero incluso ese mismo cartel tiene stickers encima y dibujos con liquid paper.

En el caso de estos dos últimos ejemplos ("Post Street Bar" y "Local"), las puertas que indican dónde están los baños parecieran ser las que se encuentran en la parte de adentro de un cubículo. Es común encontrar graffitis, dibujos, frases sueltas y stickers en el interior de los baños pero, en estos ejemplos, lo privado se hace público.



Fig. 32



Fig. 33

Otro ejemplo de baños sin género, y sin ninguna imagen específica y representativa en cada uno, es el Bar Rebelión. En este caso, hay dos baños. Sin embargo, el hecho de que en una puerta diga “un baño” y en la otra diga “otro baño” da el sentido de que se pueden usar los dos indistintamente. “Uno y/u otro”. Hay una diferencia, inevitablemente, uno es un baño y otro es otro baño, sin embargo, no hay una diferencia de género.

Aparecen en cada cartel dibujos de manos abiertas, como las posibilidades de entrar a uno como a otro baño. Estas manos son parte del logo del lugar. Pero, además de las manos, en la parte superior de cada puerta se encuentra el dibujo de un ojo.

En los casos en los que las puertas contienen espejos, existe una mirada, pero es la propia mirada la que aparece, es la propia identidad la que se mira al espejo y se cuestiona. En este caso, la mirada pareciera estar institucionalizada, es la misma puerta del baño la que mira a la persona que se encuentra enfrente -o el propio bar. Habría una característica de voyeurismo en estas puertas. No juzgan ni indican a qué baño cada persona debería ir, pero observan.



Fig. 34

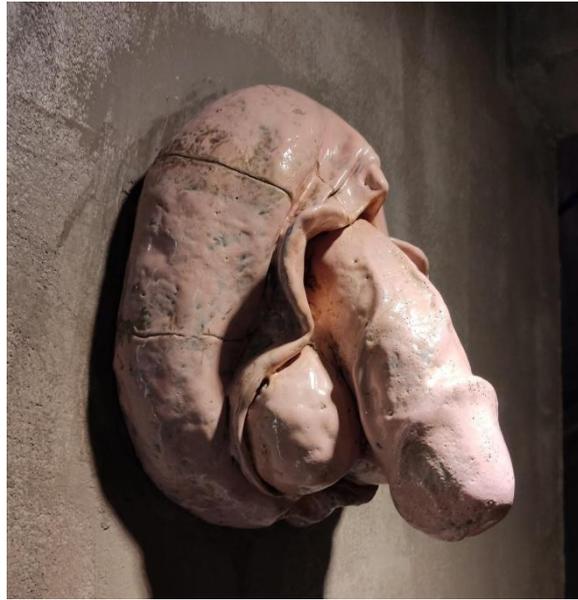


Fig. 35

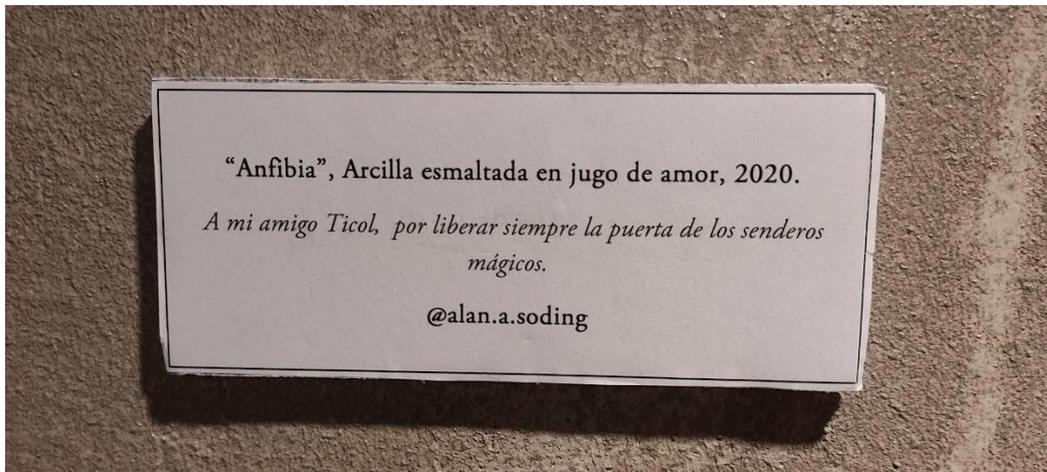


Fig. 36



Fig. 37



Fig. 38



Fig. 39

En “Anfibio Vinería”, frente a la puerta de los dos baños aparece una escultura que representa la unidad de los aparatos reproductores femenino y masculino. Esta escultura cumple la función de señalar dónde se encuentran los baños. Pareciera “señalar” figurativa y literalmente las dos puertas que tiene enfrente

En este caso, “lo” no binario, “lo mixto”, “lo” masculino y “lo” femenino puede verse representado a partir de una clara alusión a lo sexual. Además, el hecho de que esta imagen de un miembro hermafrodita esté hecha en arcilla, un material que permite la tridimensión, no debería pasarse por alto, teniendo en cuenta la dimensión de objeto que formula Mitchell y que está enunciado más arriba. La picture no sólo llama la atención por lo explícita y por lo poco cotidiana, sino que sale de la pared, se acerca a la persona que la mira, tiene textura y tiene sombras. Si esta imagen perteneciera a un cuerpo humano, la persona estaría acostada y abierta de piernas, expuesta al espectador.

En este caso, el pene sale de la vagina. Se pueden reconocer el clítoris y los labios exteriores, que parecieran estar sosteniendo los testículos. Esta es la primera representación de “lo” hermafrodita que aparece en este trabajo.

En frente de esta figura se encuentran los baños: uno de varones y el otro de mujeres. En los dibujos que aparecen al lado de cada puerta, indicando a qué género pertenece cada una, también hay una clara alusión a lo sexual. En el caso del baño de hombres, se encuentra, pintada en la pared, una banana (fig. 38). La banana, sin embargo, está cortada a la mitad, siendo la parte inferior la que tiene los detalles característicos de la fruta. La parte superior del dibujo está pintada de negro con puntos blancos, haciendo referencia al

espacio o al vacío, ya que, por la forma en la que está hecho el dibujo, la parte de arriba no estaría físicamente. Lo que parece estar representando el dibujo es una banana rebanada a la mitad. Teniendo en cuenta que la banana está socialmente relacionada con el miembro masculino, esta imagen podría estar remitiendo a la castración masculina.

En el caso del baño de mujeres, la fruta seleccionada es el durazno (fig. 39), que también está cortado a la mitad, haciendo alusión a la vagina. En este caso, la pintura negra con puntos blancos está alrededor del corte y llega a la mitad del tallo de la fruta. Sin embargo, aunque se trate de diferentes frutas, por dentro parecerían ser iguales, teniendo las dos un centro rosa. El uso del color en estas imágenes da a entender que las dos frutas “están hechas de lo mismo”. Además, también podría relacionarse con la escultura que tienen enfrente, ya que si se tomaran las dos frutas y se superpusieran, podría verse otra versión del sexo hermafrodita esculpido.

Otro elemento a destacar es el color con el que está pintado por dentro cada baño. Aunque no es el propósito de este trabajo analizar los interiores de los baños, en este caso, puede verse incluso con la puerta cerrada. Por el diseño de las puertas, se identifica una luz celeste proveniente del baño de mujeres y una luz rosa proveniente del baño de varones. Esto crearía una especie de confusión, ya que los colores estarían “invertidos”. Estas imágenes y la suma de elementos que aparecen relacionados a los baños en ese espacio particular, buscan romper las representaciones tradicionales de los géneros. Sin embargo, ¿Se logra el cometido?

Citada anteriormente, Denise Jodelet entiende a las representaciones sociales como procesos, así también como sistemas generadores (Jodelet, 1984). En este sentido, esta autora argumenta que “así como no surge de la nada, la representación no se inscribe sobre una tabla rasa, sino que siempre encuentra *algo que ya había sido pensado*, latente o manifiesto” (Jodelet, 1984:490). Los cambios culturales inciden sobre los modelos de pensamiento y conducta y, de esta manera, aparecen nuevas representaciones y, con ellas, nuevas relaciones entre esas mismas representaciones (Jodelet, 1984).

En este ejemplo se puede encontrar lo que Serge Moscovici (1961) denomina “polifasia cognitiva”, que remite a un contacto entre la novedad y el sistema de representaciones existentes (Jodelet, 1984), ya que aparece la intención de romper con las representaciones tradicionales, hegemónicas y binarias de los roles de género, pero los elementos utilizados, aunque invertidos o unificados de alguna manera, son los mismos que los que se encontraron en otros ejemplos: el rosa, el celeste y la alusión a lo sexual. ¿Cómo generar representaciones sociales de “lo” masculino, de “lo” femenino y de “lo” no binario

sin caer en la trampa de lo ya conocido? ¿Es posible escapar de los antiguos marcos de pensamiento? Una primera respuesta podría ser que no.

4.3. Conclusiones

Mitchell, cuando habla de medios, explica: “Si las imágenes son formas de vida y los objetos son los cuerpos que animan, entonces los medios son los hábitat o los ecosistemas en los que las imágenes cobran vida (...). Los medios no son sólo materiales, sino (como Raymond Williams afirmó una vez) prácticas materiales que implican tecnologías, habilidades, tradiciones y hábitos” (Mitchell, 2017: 253).

¿Qué ecosistemas se encontraron en este capítulo? Aunque todos los ejemplos forman parte de bares de Palermo, no todos utilizaron las mismas maneras para representar los géneros y los baños. De los 15 bares analizados, solo 5 ofrecían la opción de utilizar un baño mixto y solo 2 no tenían ningún tipo de representación que refiriera a “lo” masculino y a “lo” femenino (“Local” y “Rebelión”). También fueron 5 los bares que usaron la señalética estándar de los baños binarios.

A partir de estos resultados puede comprenderse que, a pesar de lo esperado, aunque existió una reapropiación de las representaciones sociales de “lo” masculino y “lo” femenino, no hubo una ruptura significativa en relación al binarismo de género. Aunque sí se encontraron diseños novedosos y artísticos.

Aunque cada bar pueda comprenderse como un ecosistema en sí mismo, cada uno de los tipos de bares indicados en este trabajo, podría entenderse también como un ecosistema en el que viven las imágenes de cada bar. En el ecosistema “bares de Palermo”, los elementos más utilizados para diferenciar “lo” masculino de “lo” femenino fueron: elementos relacionados a la vestimenta -específicamente falda o vestido en el caso de las mujeres-; la utilización del color (celeste para “lo” masculino” y rosa para “lo” femenino); la utilización de palabras y frases; el uso de signos referentes a lo sexual y a lo genital (el pene como “lo” masculino y la vagina como “lo” femenino). También se pudo reconocer el uso del inglés, específicamente para hacer chistes y jugar con el doble sentido.

Capítulo 5 - Bares tradicionales

5. 1. La elección de los Bares Notables

Para el caso de los bares tradicionales, se han elegido quince a partir de la lista de bares notables que ha publicado el sitio oficial de turismo de la Ciudad de Buenos Aires¹⁰.

La descripción de este tipo de bares aparece de esta manera: “Hay bares en la ciudad de Buenos Aires que fueron el punto de encuentro de grandes músicos, el espacio de debate de importantes escritores o lugares de tertulia de actores y políticos. Muchos de ellos, por antigüedad, arquitectura o relevancia local, son considerados "notables" y forman parte oficial del patrimonio cultural de la ciudad. Conocerlos y compartir la atmósfera amable de las charlas de café, disfrutando de un clásico *cortado*, es ritual obligado para los habitantes de la ciudad y una experiencia imperdible para los viajeros”.

Nuevamente aparece un circuito gastronómico marcado por lo turístico y por lo “porteño”. Tanto los bares que conforman el barrio de Palermo, como los bares que conforman el circuito de “bares notables” hacen a la experiencia de vivir y de pasear por Buenos Aires.

Retomando la idea de Mitchell de que las imágenes son formas de vida, los objetos son los medios que animan y los medios son los ecosistemas en los que las imágenes cobran vida, ¿qué clase de vida habrá, o como cobrarán vida las imágenes y de qué manera, en el ecosistema que se analizará en este capítulo?

La avenida Rivadavia y la Avenida Corrientes son las dos arterias principales de este ecosistema, ya que una gran cantidad de bares se encuentran sobre estas calles.

La Avenida Rivadavia es la avenida más grande de la Ciudad de Buenos Aires, con una distancia de 35 km. Es una avenida tradicional muy conocida y transitada, con grandes e imponentes edificios. La Avenida Corrientes es más conocida por su vida nocturna y por sus calles repletas de teatros. A diferencia del barrio de Palermo, los bares de este capítulo no compiten por ver quién ofrece la propuesta más moderna o novedosa, sino que compiten por ofrecer una experiencia tradicional porteña auténtica: son bares que al entrar transportan al cliente al pasado y donde el aroma a café y el sonido del murmullo y del tango invaden los sentidos de los que comparten ese momento en ese lugar.

Es por todo esto que cobra importancia analizar las pictures que aparecen en los baños de bares tradicionales de la Ciudad de Buenos Aires. Palermo representó lo

¹⁰ <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/article/bares-notables>

moderno, y estos bares representarán otro sector importante de la ciudadanía porteña. En este caso, no se espera encontrar baños mixtos, como tampoco cambios en lo que respecta a la representación social de los géneros o diseños novedosos, ya que una de las características principales de estos bares es la permanencia de su infraestructura original.

En conclusión: en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires existen espacios en los que se viven los cambios sociales y se ven a partir del análisis de pictures particulares y, estos mismos, conviven con espacios en los que se vive la tradición y la permanencia de ciertas pictures que se han institucionalizado y se han hecho parte de -a la vez que representa a- un sector de la sociedad porteña

5. 2. Análisis

Al igual que en el capítulo anterior, la teoría de Peirce dará las herramientas para analizar el sistema de significaciones que hacen del circuito “bares notables” comprensible para quienes lo habitan y para quienes se encuentran en él.



Fig. 40



Fig. 41

Las figuras 40 y 41 pertenecen al mítico “Café Tortoní”, fundado en 1858. En este caso, los baños se encuentran a unos cuatro metros de distancia uno del otro, aproximadamente, y cada puerta tiene una figura hecha de metal con detalles tallados.

Las dos figuras usan sombreros. El hombre está vestido de traje, con corbata y está fumando un cigarrillo, mientras que el sombrero de la mujer tiene una pluma como adorno y usa aretes.

Se puede ver nuevamente el uso de la vestimenta como diferenciador, pero también aparecen los hábitos de consumo de los personajes ya que, a fines de 1800 no estaba bien visto que una mujer fumara. Por otro lado, las dos figuras miran hacia un costado: el hombre con la vista fija en algún punto, mientras que la postura de la mujer resulta altiva, con el sombrero inclinándose hacia atrás.



Fig. 42



Fig. 43

En el caso de “La Giralda” (figs. 42 y 43), las figuras también se encuentran de perfil y dibujadas desde el pecho. Nuevamente, se puede ver a la mujer usando aretes, esta vez sin sombrero, pero con un adorno en el cabello: una flor. Además, la nariz es respingada y el camino desde el cuello hasta el pecho forma una curva hacia afuera. En cambio, el hombre tiene la nariz recta y el torso se curva hacia adentro.

Aunque también elegantes y con una postura firme, estas dos personas representadas parecieran ser más jóvenes que las anteriores y menos misteriosas.



Fig. 44



Fig. 45

En “San Bernardo” (figs. 44 y 45), las imágenes están materializadas en papeles pegados con cinta adhesiva en cada puerta, diferenciándose de los casos anteriores. Las dos figuras están formadas por dos dibujos: un sombrero y una boca/bigote. Los sombreros son diferentes entre sí. En el caso de la mujer, nuevamente, aparece el uso de la flor y el hombre usa el característico sombrero negro de época, el mismo que usa el señor de “Café Tortoni” (fig. 40). Los labios que aparecen en la puerta de damas (fig. 44) remiten a una boca pintada y abierta, como si estuviera hablando o por decir algo. Sin embargo, en el caso de la figura 45, no aparece una boca, sino un bigote, que estaría en el lugar de la boca, tapándola. Entonces, ninguna parte de la cara es visible en el caso del hombre, evidenciando un uso recurrente del elemento misterioso (fig. 15) para representar a lo masculino. La mujer se muestra abierta, como lo está su boca, de la misma manera que las curvas de la figura 42 muestran un pecho que está abierto.

En estos tres primeros ejemplos, no se encuentran rasgos faciales, únicamente la nariz en el caso de “La giralda” (fig. 42) y, en el caso de “San Bernardo” (fig. 44), la boca de la mujer. Entonces, el hombre esconde sus emociones detrás del bigote y del humo del cigarrillo (fig. 40). Pero la mujer, en un sentido, está “descubierta” y la acompañan elementos de la naturaleza, como la flor y la pluma.



Fig. 46



Fig. 47

En el caso de “La Biela” (figs. 46 y 47) aparecen tres elementos en cada puerta: dibujos, las iniciales “D” para “Damas” y “C” para “Caballeros”, pero también aparecen los símbolos sexuales de masculino y femenino a partir de una biela.

Las dos bielas están dispuestas de la misma forma y los elementos agregados responden a los símbolos que se usan también para los planetas Marte -figura que ya fue utilizada en la puerta del baño de varones de Post Street Bar (Fig. 27)- y Venus, planetas que se relacionan con “lo” masculino y con “lo” femenino respectivamente. A partir de este ejemplo, resulta propicio analizar esos símbolos en particular y su significado. Marte era el Dios romano de la guerra, y la flecha hacia arriba representa acción y ascenso. Mientras que Venus era la diosa de la belleza, del amor y de la fertilidad y la cruz que se encuentra debajo del círculo pareciera ir hacia el suelo, a la tierra, con una connotación más pasiva y enraizada, echando raíces en un determinado lugar.

Con respecto a los dibujos enmarcados, aparece una vez más el elemento de la flor en el sombrero de la mujer. Teniendo en cuenta que es la tercera mujer representada con flores en la cabeza, resulta pertinente analizar más detalladamente este signo en particular. Las flores son elementos de la naturaleza y están relacionadas con la belleza, el amor, la fragilidad y la fertilidad. En el “Café Tortoni” el sombrero de la dama estaba adornado con una pluma, otro elemento de la naturaleza frágil y volátil.

Este sinsigno repetido muestra una representación social de la mujer relacionada con la naturaleza y, en específico, con las flores. Peirce, hablando de la segundidad del signo, argumenta que “la existencia real consiste en regularidades” (Peirce, 1972). La segundidad responde a las reacciones, a las sensaciones que remite un signo y al conocimiento que trae atado. ¿Qué sensaciones producen las flores? ¿A qué recuerdan? ¿Qué se sabe de ellas?

Es por la segundidad que se comprende que esa es la puerta del baño y que se comprende que ese baño es de damas o de caballeros. Pero es por la terceridad que se entra o no se entra al baño. La terceridad responde a los hábitos, a las leyes y al pensamiento. Además, es autogenerativa, porque ocasiona acciones en el futuro para seguir ciertas generalizaciones de acciones pasadas (Peirce, 1972). En este sentido, “las cualidades imponen relaciones y determinan las representaciones” (Peirce, 1972). Es por esto que no puede dejarse de lado que las flores son los órganos sexuales de las plantas. En este sentido, socialmente se asociaría a lo femenino con la reproducción y con la crianza de lxs hijxs. Como argumenta Butler: “Como esposas, las mujeres no solo permiten la reproducción del nombre (el objetivo funcional), sino que llevan a cabo un intercambio simbólico entre clanes de hombres” (Butler, 2018: 107).

Entonces, ¿Usar flores en la vestimenta significa feminidad? ¿Usar traje impone masculinidad? Como argumenta Mitchell: “Si las imágenes nos enseñan cómo desear, también nos enseñan cómo ver -qué mirar y cómo organizar y crear un sentido de lo que vemos-” (Mitchell, 2017: 102). ¿Es casualidad que las flores -órganos reproductivos- estén asociadas a “la feminidad” o a “lo que significa ser mujer”? Teniendo en cuenta que la mujer fue históricamente entendida como “el medio” por el que los hombres continúan reproduciendo su herencia y su apellido, se nos permita en este punto dudar.



Fig. 48



Fig. 49

En el bar “El coleccionista”, aparecen nuevamente dos figuras de metal. El hombre (fig. 48) parece estar vistiendo un traje y tiene una mano en el bolsillo. Las dos figuras tienen las piernas abiertas, aunque la mujer las tiene, además, hacia afuera.

La mujer tiene curvas pronunciadas en las piernas, en la cadera, en la cintura, en los brazos y hasta en el pelo. Nuevamente aparece la falta de rasgos faciales, lo que hace que distinguir las dos figuras sea posible a partir de la forma del cuerpo y del largo del pelo. Entonces, otra vez, aparece “lo” masculino como lo lineal y lo estructurado, mientras que la mujer es curvilínea y está más abierta que el varón.



Fig. 50



Fig. 51



Fig. 52



Fig. 53



Fig. 54

En el “Petit Colón” (figs. 50 a 54) hay dos puertas de madera con espejos y un cartel que señala “damas” en uno (fig. 50) y “caballeros” en el otro (fig. 53). Sin embargo, cerca de cada puerta aparece una estatuilla de metal colgando en la pared.

Volviendo a la lógica de la seducción y de la sexualidad que se había visto en algunos casos del capítulo anterior, estos cuerpos desnudos remiten a la sensación de reposo, como si la pared fuera su cama. Sin embargo, sus posturas son distintas: mientras que la mujer pareciera estar en una posición de abrazo y de invitación, el hombre se oculta, no se muestra por completo y da la espalda. Por otro lado, su cuerpo está rígido, sus extremidades formando ángulos perfectos, mientras que la mujer genera curvas con su cuerpo.

Sin embargo, el binarismo de lo abierto y lo cerrado, en este caso, parece estar invertido, ya que las piernas de la mujer aparecen cerradas, ocultando su sexo. Pero, en el caso del hombre, el ángulo de sus piernas hace que su trasero quede abierto, subrayado por la línea que separa sus glúteos. Es a partir del material utilizado que la espalda y el trasero del hombre se marcan haciendo que sus músculos tengan protagonismo, a diferencia de la mujer. En el caso de esta, el protagonismo está en su abdomen, con una panza marcada hacia afuera, nuevamente haciendo referencia a lo reproductivo.

Las curvas y las marcas de los cuerpos están talladas de una manera precisa, además de que se genera la ilusión de que esas personas están allí, saliendo de la pared para mostrarse ante quien lo vea, seduciendo a lxs espectadores.



Fig. 55



Fig. 56



Fig. 57



Fig. 58

En “El café de los angelitos” (figs. 55 y 56) y en “London City” (figs. 57 y 58) las letras que aparecen en las puertas de los baños (H y M) están adornadas con fileteado. El fileteado es un elemento tradicional de la cultura porteña, relacionado también con el ambiente tanguero. Además, en los dos casos aparece la utilización del color dorado, otorgando una sensación de abundancia y lujo.

En el caso de "London City" (figs. 57 y 58), la tipografía es de estilo gótico y las dos puertas tienen los mismos dibujos. Mientras que en "El café de los angelitos", los carteles se encuentran en marcos dorados de estilo clásico y las letras se encuentran decoradas también. Sin embargo, la decoración de cada cuadro es distinta. Mientras que en el baño de varones (fig. 56) no aparece un tema en específico, aunque se pueden reconocer plumas en los extremos superior e inferior y hojas en los costados, en el caso del baño de mujeres (fig. 57) se puede distinguir una mayor cantidad de elementos.

Encima de la figura de la "M" se encuentra lo que puede entenderse como un ángel, teniendo en consideración el nombre del café. Este ángel tiene alas, un florero repleto de flores en la cabeza, está con las piernas abiertas y los brazos en jarras. A los costados del ángel se encuentran dos pájaros que se inclinan ante él. Más abajo, a los costados de la "M", aparecen dos sátiros, criaturas mitológicas dionisiacas mitad humano, mitad cabra. Además, tienen las bocas abiertas y de ellas salen lenguas largas y filosas. En la base de la "M" se pueden distinguir flores y vegetación. Nuevamente se establece una asociación de las flores con "lo" femenino, además de haber una clara diferencia entre los dos baños en relación al diseño. Además de las flores, alrededor de la "M" aparecen figuras relacionadas a lo angelical, a lo puro y a lo ingenuo (el ángel) y también figuras relacionadas a la lujuria, el engaño y la violencia (los sátiros).



Fig. 59



Fig. 60



Fig. 61



Fig. 62



Fig. 63



Fig. 64

En los cafés "Roma" (figs. 59 y 60), "Paulín" (figs. 61 y 62) y "Las violetas" (figs. 63 y 64) la única distinción entre las dos puertas en relación a los géneros son las palabras "damas" y "caballeros".

En el caso de "Roma" y de "Las violetas", las palabras están adornadas con fileteado alrededor. Como dijimos más arriba, este tipo de decoración apela a la argentinidad y, particularmente, a lo porteño.

En "Las Violetas" se encuentra nuevamente el uso del espejo en las puertas. En cuanto a "Roma", además de la diferencia entre colores seleccionados para cada cartel, siendo el primer caso que utiliza color en este capítulo, el fileteado alrededor de "caballeros" tampoco tiene un tema específico ni elementos característicos, mientras que en el caso de los dibujos alrededor de "damas" presentan flores de color rosa.

Además, tanto en la figura 59 como en la 60, predomina el cualisigno "amarillo", pero, en la 59 aparece el cualisigno "rojo" y en la 60 el cualisigno "azul".



Fig. 65



Fig. 66



Fig. 67



Fig. 68



Fig. 69



Fig. 70

En el caso de “Los 36 Billares” (figs. 65 y 66), “El gato negro” (figs. 67 y 68) y “Los galgos” (figs. 69 y 70), se reconocen los símbolos tradicionales que indican dónde se encuentra el baño de mujeres y dónde el baño de varones.

En el caso de “Los 36 Billares” (figs. 65 y 66), las figuras se encuentran haciendo juego con la puerta de madera y sus detalles particulares. Y, por último, en “El gato negro” (figs. 67 y 68), las figuras están pintadas en chapas de metal blancas ovaladas: con negro en el caso del baño de caballeros y con naranja en el caso del baño de damas.



Fig. 71

“Montecarlo” (fig. 71) es el primer, y único, bar notable en el que no aparecen carteles. Las dos puertas son iguales y se repite la utilización del espejo pero, esta vez, sin texto ni dibujo acompañando. ¿Qué se podría analizar a partir de estas puertas?

Comparando la utilización de los espejos en este bar con ejemplos anteriores (Rabia, Cervelar y Las Violetas), en los que sí había una indicación de género, cuando una persona se enfrenta a la puerta, su reflejo no está sujeto a ninguna categoría.

Pueden ser incontables las razones por las que únicamente estas dos puertas contienen espejos sin ornamentación, o puede ser solo una. Lo que concierne a este trabajo es indicar que, de los quince bares notables de la Ciudad de Buenos Aires seleccionados aquí, este es el único en el que cualquier persona puede entrar a cualquiera de los dos baños.

5.3. Conclusiones

Juan Magariños de Morentin (2008) argumenta que “(...) *si circula otra semiosis, se construye otro mundo*. Y en esta transformación consiste el transcurso histórico, que se independiza del transcurso cronológico, de modo tal que el transcurso histórico puede manifestarse, también en la coexistencia, en un momento determinado, entre las diferentes partes de una misma sociedad o grupo social, en el cual habría subpartes que habitarían tiempos históricos diferentes, pese a su contemporaneidad (cabría preguntarse, en el transcurso de nuestra cotidianeidad, qué momento histórico enfrentamos cada vez que abrimos una puerta.)” (Magariños de Morentin, 2008: 28). A partir del análisis de estas *pictures*, además de dos ecosistemas diferentes, pueden reconocerse dos momentos históricos distintos. Los bares tradicionales muestran un momento histórico pasado, que sigue en la actualidad gracias a las *pictures* analizadas en este capítulo.

En el caso de este capítulo y de este tipo de bares, se encontraron mayores similitudes entre los distintos casos. En cuatro bares se encontraron figuras usando sombreros, en cuatro bares se hizo uso del fileteado como decoración y en ningún caso aparecieron imágenes en las que aparezca “lo” no binario, con solo un baño sin género. Además, se encontró el uso de la flor para acompañar la representación de “lo” femenino en 5 bares de los 15. Lo sexual tiene lugar en este capítulo, pero relacionado a la función reproductiva del sexo.

La muestra de este capítulo presentó casos más homogéneos entre sí, ya que hubo más elementos repetidos en comparación con el capítulo anterior. En este sentido, se

puede comprender “lo” femenino relacionado con las flores y con elementos de la naturaleza, sensibles y abiertas. En el caso de “lo” masculino, hubo una menor cantidad de representaciones diversas, ya que las figuras que aparecieron mostraban características más distantes y misteriosas ¿Se podría suponer que existe más variedad en lo que respecta a la representación de “lo” femenino? ¿Por qué las imágenes referidas a “lo” masculino son similares entre sí? ¿Existe una única manera de ser varón? O, en este mismo sentido, aunque haya distintas formas de ser varón: ¿Existe solo una que sea aceptada socialmente?

Capítulo 6 - Bares LGBTTTIQ+

6.1. Historia del movimiento y bares LGBTTTIQ+

Este año, 2022, se cumplen 30 años de la primera marcha del orgullo en Argentina. “En 1984, en el marco de la vuelta a la democracia, los activistas Carlos Jauregui y César Cigiutti formaron la Comunidad Homosexual Argentina (CHA) con el objetivo de luchar contra la represión y los edictos policiales heredados de la dictadura militar. Ellos fueron los impulsores de la primera marcha junto a las organizaciones Sociedad de Integración Gay Lésbica Argentina (SIGLA), Transexuales por el derecho a la vida (TRANSDEVI), Grupo de Investigación en Sexualidad de Investigación Social (ISIS), Iglesia de la Comunidad Metropolitana (ICM) y Convocatoria Lesbiana. Con el tiempo, se sumaron nuevas agrupaciones que reflejaban la diversificación de las identidades, de tal manera que para la marcha de 1993 se incorporó la sigla LGT”¹¹.

Los bares LGBTTTIQ+ son establecimientos que, por la historia del movimiento, crean y significan un lugar y un ambiente seguro para los miembros de la comunidad. Lugares donde todas las personas puedan ser ellas mismas.

Sin embargo, también este año, se produjo un atentado incendiario en uno de los bares analizados en este trabajo: Maricafé. Como se mencionó al inicio de este trabajo, los derechos de las personas LGBTTTIQ+, de manera institucional y legal, se están contemplando y ampliando con el paso de los años gracias a la movilización popular y la lucha de estos sectores. Sin embargo, en estas situaciones puede verse la necesidad de seguir luchando por una sociedad más justa donde no existan actos de odio hacia ningún grupo social solo por el hecho de existir.

Por otro lado, a la hora de ir al campo a sacar fotos para este trabajo, considerando tener una muestra de 15 bares de cada tipo, se encontró la dificultad de conseguir bares LGBTTTIQ+ cuyos dueñxs sean efectivamente dueños del espacio. ¿Esto por qué? La mayoría de los establecimientos LGBT en Capital Federal son alquilados, por lo que la señalética de los baños no serían representativas de este tipo de bares. Es por todo esto que en este capítulo se analizarán 11 bares y no 15.

Al ser lugares representativos de una comunidad que sigue luchando por su lugar en la sociedad y que cuestiona los roles de género establecidos desde sus inicios y sus bases,

¹¹ https://www.cultura.gob.ar/orgullosos-de-la-diversidad-conoce-la-historia-de-la-marcha-del-orgullo-lgbtqi-en-argentina_6807/

se espera encontrar en los baños nuevas representaciones de “lo” masculino, “lo” femenino y “lo” no binario.

Los bares analizados en este capítulo pueden encontrarse en <https://mapabsasgay.com.ar/>: La guía de la comunidad gay de la Ciudad de Buenos Aires, y pueden encontrarse sus últimas ediciones en distintos bares LGBT de la Ciudad. Además, se prioriza la categoría “bares/pub”.

6.2. Análisis

“En esa insatisfacción es donde la comunidad empieza a sentir la necesidad de otra semiosis para que nuevos discursos vengan a permitir percibir otros fenómenos, que ya no serán los mismos que antes, sino que otra semiosis habrá aparecido que, por las carencias detectadas en las anteriores, será aceptada por la comunidad, esa misma comunidad que habrá sido su única y efectiva creadora” (Magariños de Morentin, 2008: 32).

A partir de esta cita, la hipótesis de este capítulo es que se encontrarán nuevas maneras de representar los géneros. A diferencia del capítulo anterior, se espera que la mayor cantidad de pictures desafíen los estereotipos de género mencionados en este trabajo.



Fig. 72



Fig. 73



Fig. 74

En la puerta de entrada a “Pride café” se encuentra el sticker que muestra la fig. 72. Este sticker redondo de color amarillo contiene la palabra “baños” en mayúsculas y debajo se encuentran los símbolos característicos de los baños, pero en una versión similar a la de “DOC” (Figs. 2 y 3), con una barra en el medio que separa los dos géneros representados.

Luego, cuando se ingresa al establecimiento, se encuentra el baño de mujeres por un lado y el de varones por el otro. En el caso del baño de varones (Fig. 73), aparece un cartel en el que aparece la palabra “toilet” debajo y están dos figuras representadas como el símbolo tradicional de baño de varones, separadas por una barra también. Uno de los hombres, el de la derecha, es de color verde y está parado, mientras que el de la izquierda es rojo y se encuentra apoyándose sobre la barra para poder ver hacia el otro lado donde está la figura verde. Lo mismo, pero con vestido, sucede en la Fig. 74, donde están representadas dos mujeres, una roja y otra verde, y en la que una espía a la otra. ¿Qué significado tienen estas imágenes? ¿Qué quieren estas imágenes?

Ciertamente existe una diferenciación binaria en este caso, ya que por un lado está el baño de varones y por el otro el de mujeres. Pero, también teniendo en cuenta el concepto de heterosexualidad normativa de Butler y que el bar es un bar LGBT+ que invita a todas las identidades sexuales, se podría pensar que existe una búsqueda de romper con lo binario estereotipado.

Esta autora habla de la heterosexualidad institucional y de la consecuente institucionalización de los límites y atributos del género. Ella comprende que existe un “sistema de géneros binario y opuesto” (Butler, 2018: 80), en el que sexo/género/deseo conforman una “unidad metafísica”. Entonces, se conforma y se comprende un sexo/género -ya sea femenino o masculino- a partir del deseo hacia un sexo/género opuesto. Es el deseo heterosexual, entonces, lo que permitiría la diferenciación. En este sentido, la ruptura con la representación hegemónica de “lo” masculino y “lo” femenino es clara: por primera vez en este trabajo aparece la existencia del deseo sexual hacia una persona del mismo sexo/género. Butler explica que socialmente se entiende que un varón es varón porque le atraen las mujeres y viceversa. Entonces, plantear que un varón puede sentirse atraído por otro varón significa romper con la heterosexualidad institucional y con las representaciones binarias del género.

En ningún otro baño de este trabajo, hasta ahora, se muestra y se hace presente la existencia visible de la homosexualidad. El baño es un lugar íntimo y en él pueden encontrarse cubículos que separan a las personas entre sí, otorgándoles privacidad. En estas imágenes pareciera estar representada la puerta de división de los cubículos, que sería la función de la barra que separa a las dos personas, Sin embargo, esa línea está siendo desafiada y está siendo cruzada. Una mujer mira a otra mujer y un varón mira a otro varón. En el contexto en el que se encuentran estas pictures, y teniendo en cuenta la historia de la comunidad LGBT, conocida por encontrar libertad sexual en la intimidad de los baños, se puede comprender la carga sexual de esa acción.



Fig. 75



Fig. 76

En el caso de Maricafé (figs. 75 y 76), las dos imágenes que aparecen en las puertas están relacionadas con elementos de la cocina y, específicamente, relacionados con el momento del desayuno o de la merienda. Las dos puertas están pintadas de gris y

los elementos a analizar fueron pintados sobre las mismas puertas. En la fig. 75, aparece el dibujo de una tetera blanca con detalles florales. Del pico de la tetera sale un corazón y abajo aparece una cinta con la palabra “chicos” en mayúsculas. Debajo de la cinta, en minúsculas y en cursiva, se encuentran las palabras “no binaries”. Estas palabras parecieran cumplir la función de aclarar, de sumar información a la afirmación hecha en la cinta. Además, por detrás de la palabra “chicos” se encuentra una línea que da la sensación de estar tachando la palabra, aunque en realidad no lo hace.

En el caso de la fig. 76, se encuentra dibujada una taza negra llena de lo que puede identificarse como espuma o crema y, encima, una cereza. Además, de la taza salen hacia afuera tres corazones: dos verdes y uno rojo. Debajo de la taza no se encuentra una cinta, pero se lee “chicas” en mayúsculas de color amarillo con la misma línea celeste por detrás que aparece en el baño de la izquierda y debajo, en minúsculas y cursiva, “no binaries”.

¿Cuál es la diferencia entre la tetera y la taza? Si estos elementos fueran los únicos que compusieran las pictures, sin texto que los acompañe: ¿se comprendería que cada baño corresponde a un género diferente? Teniendo en cuenta la función de cada elemento, la tetera da y la taza recibe. Además, de la taza salen corazones, igual que en el caso de la tetera. ¿De esa misma tetera salió el líquido que llena la taza de la derecha? Teniendo en cuenta los ejemplos analizados en los otros capítulos, puede reconocerse en el pico de la tetera una dimensión fálica. Sin embargo, “la tetera” es también el nombre que llevan los baños de hombres en los que se llevan a cabo encuentros amorosos y sexuales, nuevamente haciéndose alusión a los distintos usos que se le pueden dar a un baño público y utilizando códigos pertenecientes a la comunidad LGBTTTIQ+..

Los colores utilizados, sin embargo, el blanco y el negro, se emplean de manera diferente a lo socialmente establecido. Teniendo en cuenta el yin y el yan (donde el yin, que es blanco, se entiende como lo femenino, y el yan, que es negro, se relaciona con lo masculino), los colores estarían intercambiados.

En este caso, por primera vez se cuestiona el binarismo de género a partir de la utilización del lenguaje inclusivo. El “no binaries” aporta información a la picture, junto con la línea detrás de las palabras “chicas” y “chicos”. Estos elementos le conceden a la persona que se encuentra enfrente de la puerta mayor libertad. Además, pensar en “un chico no binarie” y en “una chica no binarie” construye y muestra nuevas posibilidades de existencia. Cuestiona la existencia, valga la redundancia, de “una sola manera de ser chico” y de “una sola manera de ser chica”.



Fig. 77

En “Basta Bar” (fig. 77) solamente hay un baño y, por lo tanto, una sola puerta. Los colores que se identifican en la puerta son los mismos que se encuentran en la bandera del orgullo LGBTTTIQ+. La manera en la que están distribuidos estos cualisignos, estas meras posibilidades, hace que se forme una especie de túnel que lleva a un cuadrado blanco. Se genera la ilusión de un camino, o un pasillo, formado a partir de los colores del arcoiris.

En este ejemplo aparece otro código común a la comunidad LGBT, que es la utilización de los colores de la bandera, que representan al arcoiris. Cada color tiene su significado y hace referencia a la libertad.

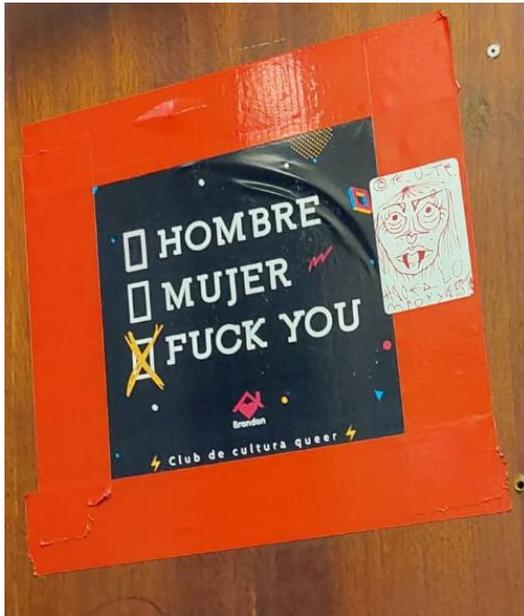


Fig. 78



Fig. 79

En el club de cultura queer “Casa Brandon”, las dos puertas tienen carteles idénticos (Figs. 78 y 79). En los carteles aparece una lista: “hombre”, “mujer” y “fuck you”, siendo esta última opción la que está seleccionada.

Esta lista hace referencia a la lista mental que cada persona tiene a la hora de elegir y decidir a qué baño entrar. La cruz en la expresión “fuck you” (“jodete”) le dice “fuck you” a las representaciones sociales binarias analizadas en este capítulo. También le dice “fuck you” a las estructuras sociales binarias que funcionan de sustento de estas representaciones sociales.



Fig. 80



Fig. 81

En el caso de “Glow Up” (figs. 80 y 81), existe un cartel que indica dónde se encuentran los baños. Este cartel dice “baños” y arriba tiene unos labios hechos con luces de neón. Al seguir avanzando, aparece un cuadro con una fotografía de Marilyn Monroe y, al doblar a la derecha, aparecen los baños.

Cada puerta tiene un número en la parte superior: “1” y “2”. De esta manera se diferencian los baños. Al no tener ningún otro indicador, se comprende que se puede pasar a cualquiera de los dos. ¿Qué es lo que hace que en algunos casos se identifique que se debe elegir una de las dos opciones y en otros se entienda que las dos son válidas?

Hasta ahora, en este capítulo, de distintas maneras, en los dos baños de cada establecimiento se puede ver una diferenciación a partir de una categoría dada por el propio local. Ya sea a partir de palabras, de símbolos reconocibles, o a partir de números: De alguna manera estos baños están nombrados. Pero no se trata de categorías binarias sociales institucionalizadas. En las categorías “1” y “2” no se pone en juego la identidad de las personas, eso es lo que rompe con el binarismo de género hegemónico en estos casos.



Fig. 82



Fig. 83



Fig. 84

Se ve algo similar en PEUTEO (figs. 82, 83 y 84), bar en el que hay dos baños, pero uno tiene un cartel que dice “BAÑO 1” y otro un cartel que dice “BAÑO 2”. También se puede ver en la Fig. 84 la palabra “men”: “hombres” en inglés. Esto funciona como índice de que la división binaria de los géneros existía en el establecimiento.



Fig. 85



Fig. 86



Fig. 87



Fig. 88



Fig. 89



Fig. 90



Fig. 91



Fig. 92



Fig. 93

En el caso de “Feliza” (figs. 85 y 86), de “Una X Magenta” (figs. 87 y 88), de “La Greco” (figs. 89 y 90) y de “Puticlú” (figs. 91, 92 y 93), existen también dos baños en los establecimientos, pero no existen diferencias sustanciales entre los mismos.

En estos cuatro bares aparecen las puertas intervenidas, no hay pictures institucionalizadas. Se ven stickers, dibujos, graffitis con frases que se reconocen como parte de la cultura LGTTTBIQ+ como “Arde paki” (Fig. 90) y “La vida es corta, hacete torta” (fig. 86).

En la figura 93, además, aparece un póster de Madonna, que es una mujer importante en la comunidad LGTTTBIQ+, al igual que Marilyn (fig. 80). Entonces, en estos ejemplos, no aparecen signos que hagan referencia a géneros en específico, sino que representan a la comunidad LGTTTBIQ+ en general. Nuevamente, aparece como en “Post Street Bar” y en “Local” una inversión de lo privado hacia lo público. Lo que antes esperaba verse dentro de los cubículos, ahora se presenta de manera visible en una puerta externa de uso común.

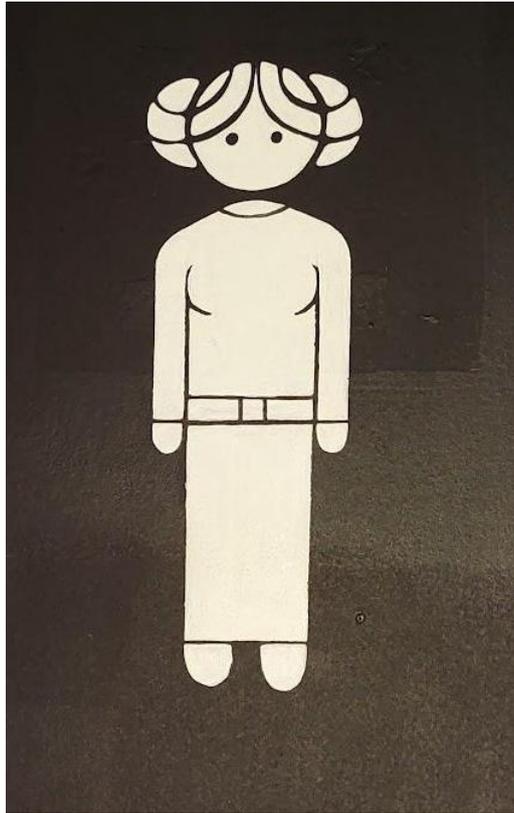


Fig. 94



Fig. 95

Por último, en el Bar The Cosmopolitan (Fig. 94 y 95) en las puertas hay una Leia (Fig. 94) y un Darth Vader (fig. 95), personajes de la película “La Guerra de las Galaxias”. El bartender explicó que el bar tiene tres meses y que todavía no cambiaron las puertas porque no hay dinero, pero que igual la gente se siente libre de ingresar al que más le guste. En este caso, entonces, ¿Qué mundos construyen las pictures? Si son imágenes que resultan “heredadas” por el edificio en particular, ¿se puede hablar de representación de la comunidad LGBTTTIQ+ en este caso? Aunque el local tenga sus propias reglas en relación al uso de los baños, desde la semiótica visual no aparecerían elementos representativos de ese bar en particular y de la comunidad LGBTTTIQ+ en general.

6.3. Conclusiones

La hipótesis principal de este capítulo era que se encontraría una reinterpretación de los géneros binarios socialmente conocidos y establecidos. Sí hubo una ruptura en relación a que solo tres baños están generizados (Pride Cafe, Maricafé y The Cosmopolitan).

Muchos bares LGBTTTIQ+ alquilan los espacios en los que atienden, por lo que, en realidad, existen más establecimientos abiertos para la comunidad pero no hay suficientes espacios en los que miembros de la comunidad sean dueños de ellos. ¿Cómo se puede hablar de inclusión en los baños si no hay inclusión en relación a la posibilidad de tener un bar en Capital Federal? ¿Se puede hablar de inclusión y de representación sin tener en cuenta los espacios que pueden o no ocupar ciertos colectivos?

Judith Butler explica: “El argumento fundacionalista de la política de la identidad tiende a dar por sentado que una identidad primero debe ocupar su lugar para que se definan intereses políticos, y a continuación se inicie la acción política. Mi razonamiento es que no es preciso que exista un «agente detrás de la acción», sino que el «agente» se construye de manera variable en la acción y a través de ella. Esto no supone regresar a una teoría existencial del yo conformado por medio de sus actos, porque la teoría existencial confirma una estructura prediscursiva tanto para el yo como para sus actos. Lo que aquí me ha interesado es justamente la construcción discursivamente variable de cada uno en el otro y a través de él” (Butler, 2018: 277-278). Entonces, las puertas de los baños son ejemplos de los cambios políticos y sociales que están sucediendo en la actualidad pero, al mismo tiempo, evidencian luchas discursivas y representacionales que existen hace décadas y pueden analizarse a partir de su materialización..

De los 11 bares analizados, 8 no tienen distinción de género. Existe una reapropiación de las puertas al escribirlas y dibujarlas. Lo que antes se veía en la intimidad de los baños, ahora aparece en el exterior. Lo que antes estaba escondido, ahora se muestra orgulloso por fuera de los cubículos individuales. La reapropiación es colectiva y creativa.

Pero entonces, en los baños en los que no hay dibujos y signos generizados: ¿Hay representación de “lo” masculino, de “lo” femenino e, incluso, de “lo” no binario? Como se dijo al principio de este trabajo, al estar frente a la puerta de un baño y al decidir qué puerta cruzar, se pone en juego la identidad del sujeto. Si, como en el bar “Puticlú”, la persona se encuentra en la dicotomía entre pasar la puerta que dice “somos gatas” o pasar la puerta que dice “humedá / en la concha”: ¿Elige a partir de lo que aparece en las puertas? ¿Cómo elegir si no existe un género representado de una manera socialmente establecida y comprendida?

La comunidad LGBT tiene su propia historia y sus propios códigos y eso se pudo ver en este capítulo, al ser utilizados signos que no se habían visto antes -como la tetera y la taza, los pósters de ídolos del pop, frases como “la vida es corta, hacete torta”, la bandera LGBT, la utilización del lenguaje inclusivo y la representación de la homosexualidad. Pero estos códigos no solamente representan a la comunidad, sino que, al ser las puertas de los baños el soporte de esas pictures, se les agrega una crítica social y colectiva a los roles de género socialmente establecidos. Esto confirma la hipótesis de este capítulo.

Por último, retomando la pregunta hecha en el capítulo 4, “¿Cómo generar representaciones sociales de “lo” masculino, de “lo” femenino y de “lo” no binario sin caer en la trampa de lo ya conocido? ¿Es posible escapar de los antiguos marcos de pensamiento?”, y teniendo en cuenta que la respuesta inicial fue que no, en esta parte final del trabajo resulta pertinente volver a contestar a partir de todo lo analizado. En este capítulo se ejemplifican nuevas formas de representación de los géneros a partir de códigos socialmente compartidos, códigos que forman parte de la comunidad LGBT y de la lucha por los derechos de las diversidades sexuales. En este punto, parece pertinente establecer, nuevamente, que no es posible escapar de antiguos marcos de pensamiento, porque las representaciones sociales son construidas a partir de signos institucionalizados en las mentes de las personas de manera social. En este capítulo se rompe con las representaciones hegemónicas, pero no partiendo de la nada, sino que a partir de códigos histórica y socialmente construidos a partir de una crítica social a las maneras tradicionales de representar los géneros.

Capítulo 7 - Conclusiones

En este trabajo se usó una muestra de 41 bares: 15 de diseño, 15 tradicionales y 11 LGBT. A partir de las fotos seleccionadas y presentadas se pudieron sacar unas primeras conclusiones referidas a cada tipo de bar.

En los bares de diseño se encontró una búsqueda por cambiar los signos tradicionales de los baños en cuanto al diseño y a lo estético, pero sin cambiar exactamente lo preestablecido en cuanto a la diferenciación binaria de los géneros. Esto puede observarse a partir de la comparación con las conclusiones obtenidas del capítulo de los bares tradicionales y de los bares LGBT. ¿En qué se diferencian? Mientras que en el capítulo referido a bares tradicionales solamente aparece un baño sin género, en los bares de diseño aparecen dos y en los bares LGBT ocho.

En el caso de los bares de diseño y de los bares tradicionales, aunque los dos respondan a públicos diferentes, no se diferencian demasiado en cuanto a la construcción de “lo” masculino y de “lo” femenino, sino más bien en quién se posiciona frente a esa puerta. A qué personas les están hablando. Qué clase de gustos esperados se ponen en juego a la hora de diseñar modelos de personas y de géneros.

En estos dos tipos de bares se puede ver una distinción clara entre los dos géneros: la vestimenta y lo genital/sexual. En este sentido, aunque los bares de diseño utilicen más variedad de diseños, colores y texturas, las representaciones sociales de los géneros no rompen con la señalética tradicional, como sí ocurre en los bares LGBT.

Entre los tres tipos de bares hay divergencia en las representaciones, y hay disputas. Si aparece algo que rompe con una convención social, es porque rompe con un signo identitario de esa representación, como es el caso de “Pride café”, que rompe con la heterosexualidad normativa.

Es a partir de la teoría de Charles S. Peirce que pueden identificarse los elementos particulares que componen una picture. Peirce brinda las herramientas para reconocer esos signos que están siendo usados y, de esta manera, analizar de qué forma se están resignificando a partir de una representación social explícita. ¿Cuáles son las representaciones sociales que se problematizan y se ponen en juego en este trabajo? ¿En qué sentido son transformadas? ¿Por qué?

Como se tuvo en consideración al principio de este trabajo, las representaciones sociales analizadas responden a “lo” femenino, “lo” masculino y a “lo” no binario a partir de una función específica que deben cumplir: indicar dónde se encuentran los baños. Se partió

de la base de la señalética estándar y se partió de la hipótesis de que ese tipo de pictures está siendo reemplazada por otro tipo, teniendo en cuenta la identidad de cada bar. A partir de estas representaciones sociales, la intención era analizar, a partir de diversos autores, cómo “lo” masculino, “lo” femenino y “lo” no binario se ponen en juego a la hora de diseñar la señalética de los baños.

De 41 bares, solo 12 tienen baños explícitamente mixtos. De esos 12, 6 no tienen ningún tipo de indicación, uno (“Selina”) utiliza la señalética estándar y 5 se encuentran completamente intervenidos por los empleados y por el público del bar. En este sentido, retomando el concepto de “hacer mundos” de Mitchell y de “semiosis infinita” de Peirce, estas puertas ejemplifican cómo se generan sentidos más allá de lo que originalmente fue pretendido para esa puerta.

Con respecto a los otros 5 bares que tienen baños mixtos, aparece en tres una clasificación diferenciadora (como lo son “Rabia”, “Glow” y “PEUTEO”), con números (“baño uno y baño dos”) y con palabras (“un baño y otro baño”). En estos casos se rompe con el binarismo de género al no utilizar los códigos usualmente utilizados. Los bares proponen otra manera de dividir los baños, sin otorgarles género.

En relación a la representación social de “lo” sin género, se encontraron algunos ejemplos. En el caso del bar “Anfibia”, con el sexo hermafrodita, que no era parte de las puertas del baño, aunque sí del camino a ellas, se puede ver una nueva representación de los sexos hegemónicos (pene y vagina). Al unirlos, muestra un nuevo tipo de sexualidad y de existencia humana. Por otro lado, “Maricafé” menciona lo “no binarie” por primera vez en el trabajo. Estos dos ejemplos visibilizan el no binarismo desde el lenguaje y desde lo sexual.

Retomando el debate a partir del término “polifasia cognitiva” de Serge Moscovici (1961) y de la pregunta de si es posible escapar de los antiguos marcos de pensamiento, es pertinente reconocer que al principio de este trabajo se esperaban encontrar representaciones sociales de “lo” no binario distintas a las que se encontraron. ¿En qué sentido? Se esperaban representaciones en las que no aparecieran elementos representacionales de “lo” masculino y “lo” femenino, pero ¿cómo sería esto posible? En el caso de “Anfibia”, no deja de estar ligado al pene y a la vagina y, en el caso de “Maricafé”, no deja de estar ligado al “chicos” y “chicas”: ¿Esto significaría, a primera vista, que no se pudo salir en ninguno de los dos casos de lo binario?

¿Qué es “lo” no binario? ¿Cómo se construyen las representaciones sociales? ¿Cómo romper con estas? ¿Cómo imaginarnos algo por fuera de nuestro sistema de representaciones, de nuestra semiosis?

El diario digital español “Público” caracteriza a las personas no binarias como “Personas que no se sienten identificadas con el género masculino o femenino y que construyen su identidad al margen de la lógica binaria del sistema cisnormativo según el cual el sexo biológico y la identidad de género coinciden”¹².

En este sentido, estos casos -“Anfibia” y “Maricafé”- sí responden a una lógica no binaria, ya que proponen otra identificación más allá de la unión e identificación entre género y sexo. En el caso del sexo hermafrodita, se rompe con una lógica binaria porque los sexos no están separados, sino que están unidos. ¿Con qué género se identificaría la persona que está acostada mostrándonos su sexo? ¿Importa?

Lo mismo sucede en el caso de “Maricafé”, ya que hace existente la posibilidad de que la persona que mira la puerta no sienta que su sexo biológico se condiga con su identidad de género. Se nombra y, si se nombra, cobra existencia, ese es uno de los grandes desafíos de la sociedad actual: representar y, de esa manera, visibilizar, validar y respetar otras formas de vida. Además, no se encuentran cuerpos representados, sino elementos característicos del café.

Lo mismo sucede con “Casa Brandon”, teniendo en cuenta que vivimos en una sociedad dividida de manera binaria entre “varones” y “mujeres”, el mostrar la lista con esas dos opciones y marcar el “fuck you”, abre nuevas posibilidades a la hora de utilizar un baño de un espacio público. Y, por otro lado, rompiendo con el esencialismo del sexo masculino y femenino, “Pride Café” rompe con las representaciones tradicionales de los géneros a partir del cuestionamiento a la heterosexualidad normativa.

En el proceso de este trabajo, se había llegado a la primera conclusión de que no se habían encontrado en la investigación representaciones de “lo” no binario. Teniendo en cuenta lo dicho en párrafos anteriores, es evidente que esta conclusión fue superada. Pero, ¿Por qué llegué a esta en primer lugar? Al iniciar una investigación se tienen expectativas, y al ir al campo estas expectativas pueden cumplirse o no. Como investigadora, imaginaba que encontraría imágenes que ni yo misma podía imaginar -y que no puedo imaginarme ahora-. También fue a partir de esas expectativas que surgió la pregunta por la representación de “lo” masculino, “lo” femenino y “lo” no binario en los baños de distintos bares en Capital Federal.

¹² <https://www.publico.es/psicologia-y-mente/que-es-el-genero-no-binario/>

Entonces, cuando me encontré con imágenes que ya conocía, con elementos -como el pene o la vagina o el uso del lenguaje inclusivo- con los que estaba familiarizada, me invadió una desilusión abrumadora y pensé “no encontré nada nuevo”.

Sin embargo, como investigadora social, pertenezco al mundo que investigo, y lo que encontré es el mundo del que formo parte. Si pude comprender lo que vi en las puertas de los baños, si no me sentí perdida en ningún momento a la hora de comprender los signos que se encontraban frente a mí, significa que elegí un objeto de estudio representativo del momento histórico que estoy viviendo.

Pensamos, hablamos y creamos cosas nuevas a partir de lo que conocemos. Estas nuevas y viejas maneras -como el uso de la falda y del pantalón- de representar “lo” masculino, “lo” femenino y “lo” no binario, se diseñaron a partir de ciertos códigos comunes ya establecidos, pero de eso trata el concepto de semiosis infinita. Se crean mundos a partir de mundos existentes y el mundo se abre y se hace más diverso a partir de las representaciones sociales que hoy están a nuestro alcance.

Las teorías de Peirce, de Mitchell, de Jodelet y de Butler, nos dan las herramientas para comprender en qué momento histórico nos encontramos en cuanto a las imágenes y al lenguaje que usamos, reconocemos y creamos. Permiten comprender cómo se construyen esas representaciones de manera social y colectiva y, de esa forma, cómo cambiarlas, teniendo como horizonte una mayor representatividad en la sociedad.

Se puede comprender, a partir de la muestra de tres tipos de bares diferentes entre sí, que en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se está viviendo un cambio en cuanto a la representación social de los géneros. Los signos que se repiten en el tiempo y en los mismos bares permiten entender cómo se piensan y se crean las representaciones sociales de los géneros en esta ciudad en este momento. Es importante remarcar que es representativo de este momento histórico particular, ya que, confiando en la semiosis infinita, se esperan ver cambios en estas representaciones. Sin embargo, con este tipo de investigaciones, se puede ver hacia dónde vamos y qué podemos esperar en el camino.

Capítulo 8 - Bibliografía

BUTLER, J (2018); "El género en disputa"; En Editorial Paidós SAICF, C.A.B.A

FLICK, W (2004); "Introducción a la investigación cualitativa"; Ediciones Morata, Madrid, 2004

GASTALDELLO, D (2020); "Estudios Semióticos: Charles Sanders Peirce" / Daniel Gastaldello - 1a ed. - Santa Fe: Ediciones UNL, 2020

GOFFMAN, E (1976) "Gender Advertisements"; The Society for the Anthropology of Visual Communication.

GONZÁLEZ BRACCO, M Y KOTSCHACK, L. (2017). "El espacio turístico, entre el enclave y el derrame: estudio en dos barrios de Buenos Aires." Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía 26 (2): 373-397. doi: 10.15446/rcdg.v26n2.59182.

JODELET, D. (1984). La representación social: fenómeno, concepto y teoría. En Serge Moscovici (compilador). Psicología social II. España: Paidós.

MAGARIÑOS DE MORENTIN, J (2008) "La semiótica de los bordes. Apuntes de metodología semiótica". En Editorial Comunicarte.

MITCHELL, W. J. T. (2017); "Qué quieren las imágenes?" Sans Soleil Ediciones, Vitoria-Gasteiz.

PEIRCE, C (1974), extractos de La ciencia de la semiótica (Nueva Visión, Buenos Aires 1974).

RODRÍGUEZ SALAZAR, T (2009): "Sobre el potencial teórico de las representaciones sociales en el campo de la comunicación" En Nueva época, núm. 11, enero-junio, 2009, pp. 11-36. issn 0188-252x