

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA  
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

REPRODUCCIÓN E INTERPRETACIÓN DEL PODER EN UN ESPACIO DE  
OCIO:  
EL BAR Y LAS RELACIONES DE GÉNERO

Tesis sometida a la consideración de la Comisión del  
Programa de Estudios de Posgrado  
en Sociología para optar al grado y título de Maestría  
Académica en Sociología

SOFÍA QUESADA MONTAÑO

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, Costa Rica

2017

## **Dedicatoria**

---


A mi madre y a mi padre.

## Agradecimientos

---


A mi padre y a mi madre por su apoyo y paciencia incansables; a mis hermanas por su compañía, consejo y ejemplo de perseverancia. A don Oscar, por ser un Profesor (con "P" deleuziana) espléndido quien comparte su conocimiento con respeto, generosidad y buen humor. A Nancy Piedra y a Laura Fuentes por sus agudas y amables observaciones que me permitieron mejorar. A Randall por ser una guía académica y personal importantísima a quien debo mucho. A Roberto Ayala porque me ha enseñado mucho más de lo que se podría imaginar, desde mi primera carrera. A Charaf, por su confianza y apoyo sin igual, جَزِيلًا شُكْرًا. A toda la gente increíble que, en su día libre, después de un día de trabajo o viniendo desde lejos, se reunió conmigo para hablar de sus salidas nocturnas a un bar y terminó compartiendo un poco de su vida, aun cuando en la mayoría de las ocasiones no sabían quién era yo o de qué iba la cosa.

“Esta tesis fue aceptada por la Comisión del Programa de Estudios de Posgrado en Sociología de la Universidad de Costa Rica, como requisito parcial para optar al grado y título de Maestría Académica en Sociología.”




---

Doctor Roberto Ayala Saavedra  
**Representante del Decano  
Sistema de Estudios de Posgrado**



---

Doctor Oscar Fernández González  
**Director de Tesis**



---

Doctora Nancy Piedra Guillén  
**Asesora**




---

Doctora Laura Fuentes Belgrave  
**Asesora**



---

Doctor Randall Blanco Lizano  
**Director Programa de Posgrado en Sociología**



---

Sofía Quesada Montano  
**Candidata**

<b>Contenido</b>	
Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Resumen .....	vii
Lista de figuras .....	viii
I. Introducción.....	1
II. Justificación.....	5
III. Antecedentes de investigación.....	8
a. Usos del tiempo y ocio.....	8
b. Jóvenes costarricenses, subculturas y dinámicas de poder .....	15
c. Ocio, bares y género .....	19
IV. Antecedentes sociohistóricos.....	31
a. El espacio urbano: de lo regional a lo local .....	31
b. Lo público, lo privado y el género.....	36
c. Diversión, juventud y cuerpos .....	41
A manera de síntesis.....	48
V. Reflexión teórica .....	50
Introducción.....	50
a. Poder.....	51
1) <i>Poder en Foucault</i> .....	53
2) <i>Género y poder</i> .....	58
b. Cuerpos.....	67
c. Espacio .....	83
d. Ocio .....	93
e. Bares, clases sociales y estilos culturales .....	105
VI. Estrategia metodológica .....	115
a. Selección de los bares.....	115
b. Método etnográfico.....	118
c. Para el análisis de resultados.....	122
VII. Resultados de investigación .....	124
a. Historiografía .....	125
1. <i>Bar Brixton</i> .....	125
2. <i>Bar Calle U</i> .....	128
b. La puesta en escena de la vida nocturna.....	130
1. <i>El bar como espacio de libertad: diversión, amigos, alcohol y música</i> .....	130

2.	<i>Seguridad</i> .....	139
	<i>Resumen del apartado y discusión</i> .....	144
c.	El ocio como negocio: la economía nocturna y sus sujetos .....	152
1.	<i>De fish and chips a choripán: la transformación de clase del Brixton</i> .....	152
2.	<i>Systema culturae: hipsters, chatas y tierrosas</i> .....	157
	<i>Resumen del apartado y discusión</i> .....	166
d.	La economía de los placeres y el placer de la economía .....	177
1.	<i>Ladies nights</i> .....	177
2.	<i>Babel: ¿un idioma distinto a los ladies nights?</i> .....	181
	<i>Resumen del apartado y discusión</i> .....	185
e.	Género. Performance e identidad .....	191
1.	<i>Salir a impresionar: vestido y otras prácticas</i> .....	191
2.	<i>El lígüe: la iniciativa, la rivalidad, la disponibilidad</i> .....	197
3.	<i>La homosexualidad</i> .....	207
	<i>Resumen del apartado y discusión</i> .....	211
f.	Publicidad en redes sociales: la construcción de hombres y mujeres en las imágenes de ambos bares.....	225
1.	<i>Brixton</i> .....	226
2.	<i>Calle U</i> .....	233
	<i>Resumen del apartado y discusión</i> .....	240
VIII.	Conclusiones .....	246
IX.	Recomendaciones.....	259
X.	Referencias .....	261

## Resumen

El presente estudio buscó analizar las experiencias de ocio que, en una salida nocturna a un bar, construyen hombres y mujeres. La investigación se llevó a cabo en dos bares que se consideraron contrastables en términos de la clase social de sus parroquianos. Se planteó como preguntas de investigación ¿Cómo estructura y es estructurado el espacio de un bar por las relaciones de género-relaciones de poder por definición- en tanto espacio de ocio? ¿Cómo se da la interacción inter- e intra-género en los distintos bares elegidos? ¿Es posible identificar en ellos prácticas de resistencia/reforzamiento a las ideologías dominantes sobre género y sexualidad, tanto en hombres como en mujeres? ¿Hay similitudes y/o diferencias entre bares, en términos de la experiencia y la interacción?, ¿en qué se basan estas similitudes/diferencias? No es vasta la producción académica alrededor del ocio en bares en la sociología, principalmente en el ámbito nacional, por lo que se consideró relevante plantear un estudio que permitiera analizar este campo abordado desde la perspectiva de género y teniendo en cuenta que el ocio urbano plantea interrogantes necesarias de analizar en el actual modelo de acumulación-consumo. La información se recogió por medio del método etnográfico, principalmente por medio de observación participante y entrevistas a profundidad, y posteriormente fue analizada por medio del software libre QCAmap. Se encontró que, debido a que en el capitalismo el tiempo dominante es el tiempo de trabajo, hay una construcción de ocio como un tiempo homogéneo. Este supuesto carácter de homogeneidad oculta diferencias importantes en las experiencias que tienen hombres y mujeres, por lo menos en relación con la propuesta de ocio nocturno de un bar. A pesar de la variedad de experiencias individuales que puedan tener las personas, por un lado, y de la homogeneidad del tiempo de ocio, por el otro, es posible notar que en el bar se reproducen las dinámicas de poder entre los sexos/géneros, aunque en este espacio estas dinámicas adquieran matices particulares importantes de tomar en cuenta. Se hace evidente, después de una extensa revisión bibliográfica y de llegar a las conclusiones antes mencionadas, que es necesario profundizar en la sociología del ocio. Esto está ligado también a otros estudios necesarios, como el estudio del placer, que han sido dejados de lado. Es también recomendable incluir el género en las investigaciones, no como una variable demográfica para desagregar, sino como un concepto heurístico. Finalmente, es recomendable usar además en el estudio del ocio otras categorías analíticas complementarias, como la etnia, caso este último para el cual no se encontraron ejemplos de estudios a nivel nacional.

## Lista de figuras

Figura 1. Comparación de porcentajes de población en la fuerza de trabajo.....	40
Figura 2. Comparación entre el cuerpo de la tradición y el cuerpo moderno.....	73
Figura 3. Comparación entre ambos bares: Brixton Pub y Bar Calle U. Elaboración propia.....	118
Figura 4. Esquema de las tácticas de las mujeres para resistir el ligue de los hombres. ....	221
Figura 5. Afiche en Facebook de Brixton para promocionar evento punk.....	226
Figura 6. Afiche en Facebook de Brixton con la imagen del artista punk Iggy Pop y mezcla de español e inglés. ....	227
Figura 7. Ejemplo 1 de afiche en Facebook de Brixton para promocionar un ladies night.....	228
Figura 8. Ejemplo 2 de afiche en Facebook de Brixton para promocionar un ladies night.....	229
Figura 9. Ejemplo 3 de afiche en Facebook de Brixton para promocionar un ladies night.....	229
Figura 10. Afiche en Facebook de Brixton con el calendario de actividades de la semana. ....	231
Figura 11. Afiche en Facebook de Brixton promocionando una noche para caballeros.....	231
Figura 12. Afiche en Facebook de Brixton que promociona el ladies night presentando un rapero/gangster.....	232
Figura 13. Afiche en Facebook para promocionar Babel en el Brixton. ....	232
Figura 14. Afiche subido a Facebook para promocionar el evento “Propasados!” en el Brixton. ..	233
Figura 15. Publicación en Facebook invitando a ver en Calle U el clásico Real Madrid-Barcelona.	234
Figura 16. Publicación en Facebook de Calle U con chiste sobre el consumo de licor.....	235
Figura 17. Chiste en Facebook de Calle U sobre la recompensa para las niñas buenas y malas. ...	237
Figura 18. Chiste-consejo en Facebook de Calle U sobre portarse mal y negarlo.....	237
Figura 19. Chiste gráfico en Facebook de Calle U que indica en qué se fija un hombre de una mujer. ....	238
Figura 20. Chiste gráfico en Facebook de Calle U que indica que las mujeres aman con el corazón y los hombres con el pene.....	239
Figura 21. Publicación en Facebook de Calle U para el Día Internacional de las Mujeres. ....	239
Figura 22. Chiste gráfico en Facebook de Calle U sobre el juego de las relaciones de pareja. ....	239
Figura 24. Carta a la columna. Fuente: diario La Nación, lunes 22 de julio de 2016.....	242



## **I. Introducción**

¿Qué es una ideología sin un espacio al cual ésta se refiera, un espacio al cual describa y de cuyo vocabulario y giros haga uso y cuyo código exprese?, se pregunta Lefebvre (1991, p 44). Esta interrogante resuena en este estudio y abre la posibilidad de exponer el fundamento del cual se parte. Primero, a partir de Lefebvre, la idea del espacio como producto y productor –algo que será revisado con mayor detenimiento más adelante. Segundo, la revisión de la premisa que afirma que las ciudades han sido construidas y planificadas desde una concepción de la vida cotidiana que se estructura a partir de la división sexual del trabajo, que dicotomiza los espacios en públicos y privados, asociando cada uno al género masculino y femenino, respectivamente, pero a la vez adaptándose y cooptando los cambios generados por las luchas por la igualdad. Esta dicotomía se ha transformado y se ha visto cuestionada debido, entre otras cosas, a las nuevas formas de trabajo remunerado que se han flexibilizado y al mayor protagonismo público de las mujeres gracias sobre todo a su mayor participación en el mercado laboral, lo que produce ambigüedades en la experiencia que estas tienen de los espacios (Rainiero & Rodigou, 2004, p 3) en distintos ámbitos como el del hogar, el laboral y el que aquí será central, el del ocio.

Utilizando lo anterior como base y vinculando los tres elementos (el espacio urbano, el género y el ocio), es posible entender la interrogante que aquí nos convoca. La misma puede ser planteada como una relación problemática que se genera entre el espacio urbano, cristalizado en ciertos espacios de consumo de ocio, y el uso que de este hacen los hombres y las mujeres. Así, el objetivo es analizar las experiencias del espacio de ocio que, en una salida nocturna a un bar, construyen hombres y mujeres. Para ello, se utilizaron como unidades para el análisis dos bares que pudieron ser contrastados con base en ciertos elementos, como la clase social de sus parroquianos habituales (en términos de Bourdieu [1990]), y la decoración y la música, elementos que juntos forman algo que puede llamarse “estilo cultural” (Arce, 2008).

Este objetivo fue complementado con preguntas que fue necesario plantear, siendo la principal: ¿Cómo estructura y es estructurado el espacio de un bar por las relaciones de género-relaciones de poder por definición- en tanto espacio de ocio? ¿Cómo se da la interacción inter- e intra-género en los distintos bares elegidos? ¿Es posible identificar en ellos prácticas de resistencia/reforzamiento a las ideologías dominantes sobre género y sexualidad, tanto en hombres

como en mujeres? ¿Hay similitudes y/o diferencias entre bares, en términos de la experiencia y la interacción?, ¿en qué se basan estas similitudes/diferencias?

Cabe hacer dos aclaraciones. Primero, que se habla de ciudad y espacios urbanos, a pesar de que el estudio queda confinado a dos bares, porque estos no son establecimientos aislados, sino que se insertan dentro del entramado urbano formando parte del mismo y contribuyendo con la construcción que de este se haga. Los bares, como otros establecimientos comerciales (los grandes *malls* o los teatros) se ven atravesados por las relaciones de género y clase propias del sistema de organización urbana particular que sea su medio. Es por esta razón que se pueden caracterizar los bares de un lugar de la ciudad, y que se puede decir que el poder y el género se encuentran en el bar para definir lo que es apropiado, así como los estilos, la cultura y hasta las formas de resistencia (Wary, 1992; p 19-20). Es posible ver lo urbano en el bar puesto que, como se discute en Hallet (2007; p 152), si bien el poder simbólico es representado en un nivel macro a través de las instituciones de la esfera pública, en el nivel micro es posible verlo en las interacciones cara a cara.

La segunda aclaración es para indicar que el abordaje se hizo desde una perspectiva de género, la cual plantea que el poder se ejerce de manera desigual entre hombres y mujeres, y que este ejercicio diferenciado atraviesa todas las clases sociales (Fernández, 2006; párrafo 4). Entonces, se estudió la relación género-espacio de ocio y se analizaron las distintas condiciones que pueden producir diferentes formas de experiencia y construcción de este espacio. Esto quiere decir que a una primera diferenciación por género, que es la fundamental en este estudio, se aunaron otras dimensiones como la clase y la edad, que definen o diferencian la forma en la que se usa y se participa del bar.

Como método de indagación se hizo uso del método etnográfico el cual se basó sobre todo en la observación participante, la cual obtiene información de la experiencia por medio del acercamiento a la gente justo donde la acción se lleva a cabo (Bernard, 2006, pp 343, 344). Para ello primero se buscó lograr cierto grado de familiarización con el lugar, tanto para establecer un buen *rapport* con los principales participantes (Hernández, Fernández y Baptista, 2003) como para conocer y dar sentido a detalles importantes como la ubicación del local, su historia, la decoración y la clientela-meta, por ejemplo. Posteriormente, se llevó a cabo la inmersión en el campo como tal, para poder analizar las pautas de interacción cara a cara, el lenguaje corporal, la vestimenta y el consumo de licor. Finalmente, esta información fue complementada con entrevistas a profundidad

que tuvieron lugar fuera del campo. Entrevistas y notas de campo se transcribieron y codificaron línea por línea con QCAmap (<https://www.qcamap.org/>), software libre para el análisis cualitativo de contenido, a partir del cual se hizo un análisis inductivo.

Siendo que no existen muchas investigaciones que aborden el tema de las relaciones de género y el ocio en bares, sobre todo a nivel nacional, se considera importante plantear estudios que permitan analizar las diferencias que se dan en este campo, las relaciones de poder que perpetúan estas diferencias y cómo esto se da en la práctica cotidiana de grupos e individuos, todo esto vinculado siempre en un nivel macro con el modelo de acumulación-consumo actual. Asimismo, la complejidad de la problematización del ocio urbano y el género plantea muchas interrogantes que es importante abordar de manera empírica, con el fin de generar conocimiento más allá de aquel que se ha quedado en el nivel abstracto del debate teórico. Además, aunque pueda parecer nimio, el bar es un espacio que se construye como parte de una imagen pública, como un signo de una cultura urbana capaz de definir las características ya sea de un barrio, de un grupo social o de un conjunto de valores (Wary, 1992; p 19), y es en estos elementos que yace su relevancia.

Así, considerando los elementos esbozados, se encuentra que las experiencias de ocio en un bar son presentadas como homogéneas debido a una división generalizada de la vida en tiempo de trabajo (como tiempo central) y tiempo de ocio (como tiempo de segunda o tercera importancia, si se añaden también la familia y el estudio), en la dinámica del capitalismo de consumo. A pesar de esta supuesta homogeneidad, se encuentra que las experiencias de ocio en los bares son distintas para hombres y para mujeres. Así, aunque existe una obvia pluralidad de significados que pueden estar unidos a las experiencias de ocio en estos espacios de acuerdo con la personalidad y ciertas características individuales como la edad o el nivel educativo de las personas, estas experiencias tienen un componente de unidad o vinculación que se encuentra en los factores estructurales de las relaciones de género y de consumo que las atraviesan. Esto quiere decir que aún a través de la pluralidad de experiencias personales, es posible notar como factor común la reproducción de las dinámicas de poder entre los géneros.

Con el fin de facilitar la lectura del documento seguidamente se describe su organización. El documento consta de nueve capítulos, siendo esta introducción el primero y la justificación el segundo. Los antecedentes de investigación y e históricos corresponden a los capítulos III y IV

respectivamente, donde se repasan no solo las investigaciones más importantes relacionadas con el objeto de estudio, sino además la transformación de este objeto en el contexto sociohistórico costarricense. El capítulo V presenta la reflexión teórica donde se desarrollan los conceptos de poder, género, cuerpo, ocio, espacio y una conceptualización del espacio específico de un bar y su relación con la clase social y el estilo cultural. El capítulo VI expone la estrategia metodológica usada para la recopilación de datos, su análisis y la producción de resultados y el capítulo VII expone estos resultados de investigación. Este capítulo de resultados está dividido en apartados y cada apartado, al corresponder a un tema o categoría de análisis, cuenta con una sección de cierre y discusión. Finalmente, las conclusiones del estudio se desarrollan en el capítulo VIII, las recomendaciones en el capítulo IX y todas las referencias utilizadas se presentan en el capítulo X.

## II. Justificación

Nos dicen Norbert Elias y Eric Dunning (1992, p 87) que en nuestras sociedades-Estado contemporáneas, que son altamente organizadas, la satisfacción del ocio es un elemento de bienestar más importante para la gente de lo que se hubiera creído, dado que al ocio se le ha adjudicado históricamente un valor relativamente bajo, en comparación con el trabajo. Esta relación con el bienestar y la importancia que ha adquirido el ocio en nuestras sociedades son dos razones para adentrarse en el estudio del mismo y creerlo relevante. Además, y como lo indican García-Castro y Pérez (2010), el uso del tiempo libre es algo poco estudiado en la academia, a pesar de que es un espacio con implicaciones importantes para la vida cotidiana de las personas jóvenes y sus procesos de construcción de identidad.

Algo que es importante discutir y poner en evidencia es, primero, la idea de que lo único relevante de estudiar es aquello que tenga valor monetario y, segundo, el pensar el ocio como desprovisto de ese valor monetario. Como se afirma en Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz (2011) y siguiendo a Carrasco y Domínguez (2003), los estudios sobre el tiempo generalmente se enfocan en las diferencias entre el trabajo productivo y el reproductivo, habiendo una tendencia a dejar de lado el análisis del tiempo de ocio por considerársele tal vez irrelevante. Esto indica que la perspectiva desde la cual se hacen estas investigaciones es una desde la cual aquel tiempo que no sea transformable en dinero (tiempo no mercantizable) es considerado tiempo perdido. Esto se ha considerado cierto, extrañamente, para algunos tipos de ocio en los cuales se invisibiliza el factor económico que también está implícito en ellos. Ejemplo de ello es la economía nocturna y, dentro de ella, los bares.

A pesar de lo anterior, del hecho de que el ocio en bares sí forma parte del tiempo mercantizable, la razón por la que es importante estudiar sus particularidades va más allá de esta característica como actividad económica. Dicen Del Pino y Matud (2009) que cómo empleamos nuestro tiempo es una cuestión relevante, puesto que este tiempo está tan relacionado con los niveles de bienestar individual y social como lo están las actividades del mercado laboral. Además, no se debe olvidar que en los usos de los tiempos también hay diferencias que se construyen y perpetúan continuamente. Por esta razón es necesario profundizar en el estudio de las manifestaciones de estas diferencias y desigualdades en la diversidad de espacios de la vida cotidiana.

Es curioso cómo en distintas investigaciones abordadas por Aitchinson, Macleod & Shaw (2002) se indica que las mujeres no creen tener derecho al ocio, en contraste con los hombres, quienes sí creen tener ese derecho. Se desprenden de lo anterior dos observaciones interesantes: la primera, que esta cuestión es problemática en el ámbito de los derechos; la segunda, que este derecho debe ser gozado de la misma manera tanto por hombres como por mujeres, aunque parece ser que esto no es así.

Así, el hecho de que hombres y mujeres tengan percepciones distintas con respecto al ocio implica que para estas últimas las construcciones que puedan hacer sobre su tiempo libre, el entretenimiento o el ocio están atravesadas por ciertas limitaciones. Por esto son importantes los estudios que permitan poner en evidencia las diferencias que se dan en este campo, las relaciones de poder que las sostienen y cómo sucede esto a través de las prácticas cotidianas de distintos grupos e individuos. Esto quiere decir que sí es cierto que las mujeres experimentan una serie de barreras frente al ocio, las cuales parecen ser menos importantes en el caso de los hombres (Johnson, Bowker y Cordell, 2001; Aitchinson, Macleod y Shaw, 2002), entonces es necesario estudiar el campo del ocio desde una perspectiva que permita dar cuenta de estas diferencias estructurales. Esto permite comprender el porqué de la escogencia de la perspectiva de género la cual, además, permite combinar agencia y estructura (Henderson, 1996, p 144).

Asimismo, la complejidad de la problematización del ocio urbano y el género plantea muchas interrogantes que es importante abordar de manera empírica, con el fin de generar conocimiento más allá de aquel que se ha quedado en el nivel abstracto del debate teórico. Como lo afirman Elías y Dunning (1992, p 87), es poco el avance que puede tener la sociología del ocio desde un punto de vista tanto teórico como práctico si no aclara las ambigüedades teóricas que ha heredado, algo que es imposible de lograr si no se investiga desde y para el campo y se abordan sus problemas. Esto se torna tanto más necesario cuanto las diversas revisiones bibliográficas realizadas dan cuenta del poco trabajo elaborado alrededor del tema desde la sociología, producción que se torna aún más escasa en Costa Rica.

Por último, no está de más hacer notar que los bares son espacios particulares, casi paradigmáticos, donde es posible observar -si se adopta una perspectiva histórica- cambios en las relaciones de género de una manera especial. Lupton (1979, p 571) lo expone de manera sintética al describir los bares estadounidenses de hace un siglo, pensados como una extensión del sistema

de compañerismo masculino, el lugar donde los hombres podían escapar de sus esposas, disfrutar de sus pares y quizás hasta cerrar un trato alrededor de un Jack Daniels. Esto contrasta con lo que la experiencia puede decirnos que es un bar hoy, siempre teniendo en consideración las diferencias por clase socioeconómica.

Así, los bares son lugares que pueden presentarse como significantes, construyéndose en la imagen pública como signos de una cultura urbana que definen las características por ejemplo de un grupo social o de un conjunto de valores (Wary, 1992; p 19). Como lo afirma Ray Oldenburg (1999, p 167), el establecimiento donde se vende licor es un indicador bastante útil de la calidad de la vida pública informal de una sociedad. La calidad de estos lugares permite conocer más sobre cómo las personas celebran la comunidad, cómo disfrutan de sus ciudades, si reservan o no tiempo para disfrutar de la compañía de sus compañeros y cómo son los lugares donde lo hacen. En las dinámicas de los bares es posible estudiar los usos diferenciales que de ellos hacen las personas, dejando ver cómo un asunto que a primera vista parecía privado es realmente un fenómeno social.

### **III. Antecedentes de investigación**

Esta sección expone lo que puede llamarse, a modo de categoría general, los antecedentes de investigación. Antes de empezar quizás sea importante mencionar que las búsquedas de material fueron realizadas tanto en los buscadores más generales (tipo Google Académico, que tiene la ventaja de presentar artículos de lectura libre, así como de presentar las referencias bibliográficas de artículos y libros por los que se debe pagar), como en bases de datos académicas (JSTOR, Elsevier, EBSCO, SAGE Journals Online, Science Direct y SpringerLink, principalmente).

Se debe recordar, tal y como se mencionó en la justificación, que existe poca literatura que vincule el ocio en los bares y el género. Debido entonces a esta falta de literatura se debió recurrir a buscar información relacionada con el tema que pudiera contribuir con la construcción tanto del objeto de estudio como del método para responder al problema de investigación. A continuación, se desarrollará el análisis de la revisión de la literatura científica encontrada, abordando tres grupos de investigaciones. Primero se expondrán los estudios del uso del tiempo; a continuación, se presentarán investigaciones que, enmarcadas en el contexto costarricense, han estudiado de alguna manera prácticas vinculadas con el ocio de la juventud, principalmente la música, pero también algunas identidades juveniles y subculturas en cuyo seno se han analizado las relaciones de poder de clase y género. Finalmente se presentarán investigaciones que vinculan el ocio en los bares con cuestiones de género.

#### **a. Usos del tiempo y ocio**

Las investigaciones sobre salidas nocturnas o las experiencias de ocio de hombres y mujeres están relacionadas con un área de estudios más general cuya mención es importante a manera de introducción. Esta área son los estudios sobre los usos del tiempo, los cuales buscan identificar posibles brechas de género en la distribución del tiempo en la vida cotidiana. Esto quiere decir que lo que se busca es conocer la cantidad de tiempo que hombres y mujeres dedican a actividades como el trabajo remunerado, el trabajo reproductivo o doméstico o el tiempo libre.

Los resultados arrojados por estas investigaciones son necesarios e importantes pues permiten visibilizar las diferencias que hay en los usos del tiempo entre hombres y mujeres, permitiendo entonces, a su vez, visibilizar no solamente la división sexual del trabajo, sino además



los estereotipos de sexo asociados a los usos del tiempo con el fin de evidenciar la necesidad de que se propongan estrategias transformadoras.

Revisando la literatura científica relacionada, es posible llegar a una conclusión recurrente: el sistema sexo-género vigente promueve una distribución de responsabilidades y actividades desigual, entre hombres y mujeres, esto de acuerdo con la posición y la situación socio económica y cultural de estos y estas en la sociedad (Freyre & López, 2011).

En lo referente a la carga global de trabajo, las mujeres dedican, en promedio, más tiempo al trabajo que los hombres, pues este promedio surge de la suma del trabajo remunerado más el no remunerado (Freyre & López, 2011). Se encontraron datos que confirman esto para Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Guatemala, México, Nicaragua, Perú, Uruguay (Aguirre & Ferrari, 2013; CEPAL, 2010), Benin, Mauricio, Sudáfrica, Madagascar (Blackden & Wodon, 2006), Alemania, Bélgica, Bulgaria, Eslovenia, España, Estonia, Francia, Finlandia, Italia, Letonia, Lituania, Noruega, Polonia y el Reino Unido, siendo Suecia el único país de los que se tienen datos donde la carga global de trabajo es mayor en los hombres que en las mujeres (Meil & Rogero, 2012).

A pesar de la particularidad sueca, de todas maneras, tanto en ese caso como en todos los países mencionados, se encontró que las mujeres dedican, en promedio, menos tiempo al trabajo remunerado y más tiempo al trabajo doméstico que los hombres (INEC, 2008; Freyre & López, 2011; Aguirre & Ferrari, 2013; Meil & Rogero, 2012; Instituto Andaluz de la Mujer, 2010; Demométrica, 2007; Blackden & Wodon, 2006). Esto también fue así para países en desarrollo, como India, Nepal (Oficina Nacional de Estadísticas, 2002) y Honduras (Programa Agenda Económica de las Mujeres, 2010).

Según datos del Banco Mundial (2012), la participación femenina en el mercado laboral tiende a seguir un patrón de U con respecto al nivel de desarrollo de los países. Así, en muchas naciones de ingreso bajo en las que las mujeres se emplean en la agricultura de subsistencia no remunerada, la participación es alta y la brecha de género baja, a pesar de que las mujeres no participan tanto como los hombres en actividades remuneradas fuera del hogar. Por otro lado, en los países de ingreso alto, más de dos tercios de las mujeres participan en el mercado laboral y la brecha de género, en promedio, es menor al 15%. En estos últimos es importante destacar la amplia cobertura de protección social y la posibilidad de tener un empleo de tiempo parcial. Estas

variaciones contrastan con las tasas de participación de los hombres, las cuales son bastante estables sin importar los países y los diferentes grupos de ingreso.

Si bien se puede pensar que ha habido avances en materia de igualdad laboral (por ejemplo, en Costa Rica la participación femenina en la fuerza laboral aumentó considerablemente del año 1976 al 2003, según datos del XVIII Informe del Estado de la Nación [Programa Estado de la Nación, 2012]), tal y como se menciona en una investigación para el País Vasco (Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, 2011), esos avances no se han dado en el ámbito doméstico; es decir, los hombres no han accedido al trabajo doméstico como sí lo han hecho las mujeres al trabajo remunerado, lo que constata la existencia de la doble jornada laboral femenina. Esto es profundizado por Milosavljevic (2011) quien afirma que en América Latina son las mujeres que viven en pareja quienes tienen la mayor carga de trabajo, lo que indicaría que no solamente no se comparte la carga de trabajo, sino que además el hombre se vuelve una carga para la mujer.

Estas diferencias también se encuentran en la cantidad de tiempo dedicado al ocio y al tiempo libre. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, 2014), en casi cualquier país, los hombres pueden gozar de más tiempo de ocio al día, mientras que las mujeres pasan más tiempo realizando labores domésticas no remuneradas.

En los distintos estudios revisados, (Mi-Hye, 2006; Drake, 2013; Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, 2011; Freyre & López, 2011; Del Pino & Matud, 2010; Instituto Andaluz de la Mujer, 2010; Oficina Nacional de Estadísticas, 2002; Piedra 2011) se concluye que, en promedio, los hombres tienen más tiempo libre y dedican más horas a la semana a actividades de ocio. Además, las actividades en las cuales se invierte este tiempo son distintas, y aun cuando hay particularidades como que ambos sexos dedican grandes cantidades de tiempo a actividades de ocio pasivo como ver televisión, son los hombres quienes pueden en mayor medida diversificar el uso de su tiempo libre más fácilmente pues tienen más tiempo, son económicamente independientes y los roles de género permiten que socializar fuera del hogar no sea problemático.

Sin embargo, es importante apuntar que para estas actividades parecen ser relevantes algunas variables sociodemográficas, como el nivel de estudios y el número de hijos, tanto en hombres como en mujeres, por lo que entre mayor nivel de estudios y menor número de hijos, más efectos beneficiosos se encontraron en el tiempo dedicado al ocio (Del Pino & Matud, 2010). Además, se encontró que la edad o la relación con el mercado laboral también inciden en el uso del

tiempo para el ocio de las mujeres (Instituto Andaluz de la Mujer, 2010). Sin embargo, sigue siendo el género la variable detrás de las mayores desigualdades.

Profundizando un poco más en el caso costarricense, según la Encuesta de Uso del Tiempo en la Gran Área Metropolitana (Kcuno, 2013), los hombres tienen más tiempo libre que las mujeres. Esta conclusión se obtuvo dividiendo la variable de tiempo libre en dos componentes: tiempo libre como tal, por un lado, y familia y sociabilidad, por el otro. Esta división se hizo con el objetivo de distinguir dos tipos de tiempo ocioso: aquel que se utiliza para realizar actividades individuales y el tiempo que se comparte con la familia. Los datos arrojados por la encuesta indicaron que existen diferencias por género, pues los hombres dedican al tiempo libre 5 horas semanales más que las mujeres. Por otro lado, tanto mujeres como hombres parecen dedicar un promedio de horas muy similar a actividades familiares. Esto respalda lo indicado por Freyre y López (2011) con respecto a la socialización de género, revelándose una tendencia en el caso costarricense a asociar todavía a las mujeres con el espacio privado, mientras que los hombres parecen tener más facilidad para invertir su tiempo libre, además de en la familia, en actividades no relacionadas con esta.

Con respecto al uso del tiempo libre, en Costa Rica no hay aún mucha investigación sobre el tema. Nancy Piedra (2011) en su tesis "Relaciones de poder en las parejas y vínculos amorosos en la Costa Rica urbana contemporánea" estudia el uso del tiempo libre no solamente como una cantidad, sino además como la capacidad que pueden tener las personas de decidir sobre él. Piedra encuentra que en las parejas con mayor simetría del uso del tiempo hay una consideración del derecho de ambos miembros a realizar actividades propias. Sin embargo, a pesar de esta consideración y aun cuando se notan transformaciones en los usos del tiempo más tradicionales, en general son las mujeres quienes dedican más tiempo a actividades relacionadas con su trabajo productivo, labores de cuidado y crianza y formación profesional, y menos tiempo al descanso. Esto es independiente de si las mujeres forman parte de una pareja heterosexual o lesbica.

Si esto se da así en las parejas con mayor actitud de igualdad se puede comprender cómo también sucede, pero en mayor medida, para el resto de parejas. Un caso especial son las parejas con menos recursos económicos en las cuales las mujeres organizan su vida alrededor de las labores reproductivas, lo que contribuye a disminuir los costos de la manutención familiar. Estas mujeres cuentan con poco tiempo para el descanso, la recreación y el desarrollo de metas y proyectos personales. Se concluye entonces que en general las mujeres tienen poco tiempo libre y cuando lo

tienen sus actividades recreativas no promueven realmente la posibilidad de recuperación o relajación dado que estas están asociadas con sus familiares que en muchos casos son percibidos como compromisos sociales que no se pueden desatender.

Otro esfuerzo importante es la Encuesta de Prácticas y Hábitos Culturales de Costa Rica 2010-2011 (Montilla & Ávalos, 2012) que si bien no se enfoca en el tiempo libre per se, lo incorpora de manera tácita al indagar sobre frecuencia y uso de espacios y actividades culturales en personas mayores de 6 años, y sobre las posibles diferencias en estas prácticas de acuerdo con las distintas características sociodemográficas. La encuesta toma en cuenta la asistencia a las siguientes actividades: fiestas tradicionales, eventos de música en vivo, museos, teatros, casas de cultura y centros culturales, bibliotecas, librerías y cines. Se encontró que, en general, las personas que muestran mayores niveles de asistencia a estos eventos son quienes habitan áreas urbanas. Además, por rango de edad, las personas de 6 a 29 años son quienes muestran mayores niveles de asistencia, y conforme la edad aumenta, la inasistencia incrementa. Finalmente, con respecto a la escolaridad, la asistencia aumenta a partir de la secundaria y para los niveles socioeconómicos más altos.

Esto contrasta con lo encontrado por Pérez (2000/2001) en una muestra de adolescentes josefinos y limonenses. Para esta población se encontró que las principales actividades en su tiempo libre son el uso de medios de comunicación, estar con amigos y la práctica de algún deporte; en segundo plano se encuentran el tiempo en familia y el descanso. La particularidad es que para el grupo estudiado solamente el género se presentó como factor diferenciador de estas actividades. Así, si bien tanto para hombres como para mujeres los medios de comunicación son importantes, los hombres invierten una cantidad significativa de tiempo practicando deporte, mientras que las mujeres dedican más tiempo a los amigos y otras actividades complementarias como el descanso o la familia.

Los resultados de Pérez (2000/2001) son respaldados por la II Encuesta Nacional de Juventudes (Consejo Nacional de Política Pública de la Persona Joven, 2013), realizada a hombres y mujeres costarricenses con edades entre los 15 y los 35 años. La encuesta muestra que los hombres son quienes más participan en las distintas actividades propias del tiempo libre, como deportes o grupos universitarios, ecológicos, culturales o políticos, entre otros. Las mujeres puntuaron más alto solamente en la participación en grupos religiosos y en grupos estudiantiles como bandas o gobierno

estudiantil. La principal diferencia por género se encuentra, nuevamente, en la práctica de algún deporte.

García-Castro y Pérez (2010) intentan diferenciar estos mismos resultados por clase social, analizando muestras de colegios privados y colegios públicos. Ellos encuentran que las personas de colegio privado pasan más tiempo con sus grupos de amigos, usan computadoras más frecuentemente, van más al cine y realizan más actividades artísticas que quienes asisten a colegios públicos. Estos últimos ayudan más en las tareas de la casa y participan más en actividades religiosas. Por su parte, los hombres una vez más son quienes más practican deporte y las mujeres leen más y pasan más tiempo con la familia. Sin embargo, a pesar de esta diferencia, se encontró que la música es importante para ambas clases sociales estudiadas y que el compartir con amigos y amigas es una actividad relevante para el desarrollo de las identidades sociales y personales.

Habiendo revisado este primer grupo de antecedentes, es importante detenerse un momento para, a partir de estos estudios, hacer algunas conclusiones. La primera y más evidente sería el ver que el trabajo doméstico sigue estando todavía claramente feminizado. Esto está en estrecha relación con los estereotipos de los roles de género, pues las labores de cuidado como cocinar, lavar, limpiar o atender a niños y ancianos son consideradas típicamente femeninas. Otro punto igualmente importante, con respecto a las encuestas de usos del tiempo, es el notar que estos tiempos están siendo medidos solamente en términos de cantidad y no tanto de calidad. Cuando se habla de calidad, las diferencias se profundizan. Así, por ejemplo, Offera y Schneiderb (2011) encontraron que las madres de familia dedican 10 horas más que los padres de familia a hacer muchas cosas a la vez (multitasking), y que esas horas adicionales están relacionadas principalmente con trabajo en el hogar y cuidado de los hijos. En las madres estas actividades están asociadas con un aumento en el estrés y en la presencia de emociones negativas y de conflictos trabajo-familia. Por el contrario, se encontró que para los padres de familia, el multitasking en el hogar implica menos trabajo doméstico y cuidado de niños que para las mujeres, y no está asociado a una experiencia negativa.

Esta profundización en la percepción de la experiencia, más allá de la cantidad de horas, demuestra que los análisis del uso del tiempo, a pesar de que buscan entender la distribución de los tiempos por sexo-género, tienden a centrarse (o, más bien, se fundamentan) en la lógica productiva, una visión de por sí masculina que considera que el tiempo es dinero, lo que anula "las dimensiones

más cualitativas del tiempo, aquellas más propias de la experiencia femenina.” (Carrasco & Domínguez, 2003). Esto no quiere decir que estos estudios sean irrelevantes o innecesarios, sino que es pertinente hacer más investigación sobre las experiencias cualitativas del tiempo; estudios que permitan describir no cuánto tiempo se dedica a una actividad, sino cómo se la vive o experimenta, en función del género.

Cuando se estudia el ocio específicamente, se puede notar que las diferencias por sexo/género se mantienen pues este tiempo no está exento de los mismos estereotipos de género asociados a los otros tiempos y espacios de la vida social. Así, hay actividades propias de los hombres (actividades dinámicas, fuera de casa) y actividades para mujeres (actividades más pasivas y/o en la casa), lo que indica que las prácticas de la vida cotidiana están atravesadas por la matriz binaria patriarcal según la cual a un sexo/género se le asocian unas cualidades, mientras que al otro se le asocian otras: al hombre se le asocia con dinamismo, fuerza y racionalidad; a la mujer se la asocia con pasividad, irracionalidad y capacidad nutricia.

Algo que es importante resaltar es que ni mujeres ni hombres son grupos homogéneos. Aun cuando, en términos generales, las mujeres disfrutan de menos tiempo de ocio que los hombres, son las mujeres de clases bajas quienes más parecen sufrir las diferencias. Por ejemplo, según García-Castro y Pérez (2010), las mujeres de colegios públicos ayudan más en la casa y además son el grupo que pasa más tiempo con el novio. De acuerdo con los autores, es significativa la diferencia entre las adolescentes de ambas clases con respecto a la construcción que hacen del sí mismo, pues es en las adolescentes de clases bajas donde es más evidente la centralidad que tienen los hombres para la identidad femenina, para la cual es de mucha importancia la mirada masculina, lo que contribuye a reproducir de alguna manera los esquemas de opresión de sexo/género. Además, y en términos de clase social, las distintas actividades que realizan ambos grupos muestran, según García-Castro y Pérez cómo el tiempo libre reproduce la desigualdad, pues los adolescentes de colegios privados invierten su tiempo libre en actividades que, enmarcadas en la lógica capitalista, les permiten adquirir habilidades que contribuirán a que controlen los recursos disponibles en la sociedad.

Quedan, sin embargo, vacíos en los estudios realizados. Siendo la “salida del fin de semana” un evento social importante para los jóvenes (Benson & Archer, 2002) y siendo la economía nocturna importante para una ciudad pues es fuente de empleo, diversifica la oferta de actividades,

promueve ciudades seguras y un mayor sentido de pertenencia, y fomenta el turismo (Seijas, 2014), es notable la ausencia de los bares como elementos de estudio. Ciertamente, en los estudios sobre adolescentes no podrían ser tomados en cuenta (por requerirse la mayoría de edad para ingresar a ellos), y por lo visto, una salida nocturna no es considerada una actividad cultural por parte de las autoridades relacionadas. Así es que estos espacios en los que participan tantas personas por semana y donde se intersecan elementos de clase, género y estilos culturales, no están siendo tomados en cuenta como relevantes. Esto, además, contradice lo encontrado por García-Castro y Pérez (2010), que indica que desde jóvenes el compartir con amigos y amigas es una actividad importante para el desarrollo de las identidades sociales y personales. Si esto es así, y además a este compartir se aúna que la música es importante para los jóvenes, sin importar la clase social, quedan por plantearse preguntas acerca de los bares, pues sería interesante conocer cómo se vivencian estos espacios, y cómo los mismos se pueden experimentar de manera distinta de acuerdo con el sexo/género y la clase.

#### **b. Jóvenes costarricenses, subculturas y dinámicas de poder**

Varios estudios llevados a cabo en Costa Rica han encontrado vínculos entre algunos de los temas que aquí se abordan. Entre estos temas están las construcciones que la juventud hace de su identidad y su grupo de pares y la relación que esto tiene con la música, su presentación personal, las subculturas y las dinámicas de poder dentro de y entre los grupos subculturales.

Por ejemplo, Laura Fuentes (2004) explora en la provincia de San José “las escenas” punk y gótica, conformadas por lo relacionado con las bandas musicales de estos géneros y las redes sociales constituidas a su alrededor, donde participan quienes van a conciertos y bares y quienes adoptan tanto la indumentaria como la filosofía propia de las juventudes punk y gótica. Fuentes, por medio del método etnográfico, encuentra que las personas jóvenes en “la escena” hacen uso de capital simbólico subcultural (por referirse a subculturas) para ejercer poder en el campo. Este capital simbólico se basa en conocimientos especializados sobre los respectivos géneros musicales, la apariencia personal acorde con la subcultura de pertenencia y otros conocimientos (pintura o literatura para la subcultura gótica y anarquismo o la violencia como recurso para la punk, por ejemplo).

Algo muy relevante encontrado por Fuentes (2004) es la diferenciación por género que se da dentro de ambas escenas. En la escena punk las mujeres son utilizadas como objetos sexuales y en la escena gótica su agencia es subvalorada, siendo que ellas se asumen a sí mismas como recursos y no como agentes. Los hombres cuentan con mayores recursos en el grupo (más poder) por lo que tienen la posibilidad de imponer sus definiciones y sus modos de interacción. Por esta razón dentro de estos grupos las mujeres, en tanto recurso y no agente, viven relaciones sexuales opresivas alineadas con el sistema patriarcal. En ambos casos, además de ser juzgadas por su apariencia, a las mujeres se las evalúa por el conocimiento musical que tienen, y de este capital depende que su admisión en el grupo vaya más allá de la cosificación.

Un último elemento en Fuentes (2004) relevante para el presente estudio es el juego de poder que se da por obtener reconocimiento y respetabilidad entre las subculturas. Este juego toma la forma de un enfrentamiento que, mediado por diversas estrategias, busca aumentar el capital del propio grupo al tiempo que desvalorizar el del otro grupo. Así, las relaciones entre subculturas pueden ser tensas por diversas razones, siendo una importante la clase social (por ejemplo, los punks critican a quienes van a fiestas electrónicas o *raves* por considerarlos “pipis” o pertenecientes a clases sociales altas). Sin embargo, el recurso más significativo para la conformación del capital subcultural es el conocimiento sobre distintos géneros musicales, lo que da estatus y poder.

Esto es respaldado por la investigación de Priscilla Carballo (2001). Ella busca conocer cómo alrededor de la música, en este caso ska y reggae, la juventud popular genera espacios de interacción y de construcción de identidad social. Carballo estudia a jóvenes de los barrios del Sur de San José quienes expresan que sus motivaciones para escoger un tipo de música particular parten del ritmo y de la letra de las canciones. El ritmo es importante por su relación con el baile el cual es visto como una actividad colectiva, que permite el encuentro entre pares. La letra permite a la juventud estudiada reflejar sus emociones y vivencias por lo que se identifican con ellas. Esto es importante pues la música contribuye a delimitar un espacio simbólico que los separa entre “ellos” y “nosotros”. Por ejemplo, un elemento encontrado que es muy importante se relaciona con la etnia: las personas afrodescendientes que escuchan reggae encuentran en este género musical una manera de reforzar su negritud.

En Carballo (2001) la construcción de la identidad alrededor de ambos géneros musicales es reforzada por símbolos y estéticas que ponen en evidencia quiénes se es y qué se hace, siendo la



expresión más importante la ropa que se usa, que es percibida como un sello. Las personas participantes del estudio entonces son capaces de describir cómo visten un “ragga” o un “skate” por las camisas, los pantalones, los colores, los accesorios o los aretes que usan. Alrededor de la música tejen una identidad que construyen también encontrando espacios donde se pueden reunir, sean estos parques, esquinas o el colegio. El bar en este caso no es aún un referente espacial por ser menores de edad, pero puede pensarse como un espacio que en el futuro permitiría a estas personas poner en escena su cultura juvenil urbana, como le llama Carballo.

Lo anterior es respaldado por Aguilar y Monge (2005, 2011), quienes al estudiar la participación de jóvenes costarricenses de sectores urbanos en fiestas de música electrónica encuentran que la interacción mediática con la música tiene efectos importantes sobre la expresión de la identidad. Respaldados por una revisión de antecedentes que revela que los jóvenes tienden a evaluar a quienes comparten sus propias preferencias musicales con estereotipos positivos, mientras que tienden a calificar de manera negativa a quienes tienen otras preferencias musicales, los autores encontraron que la música es uno de los elementos a través de los cuales quienes participan de estas fiestas electrónicas se diferencian a sí mismos de otros bares juveniles populares (por ejemplo, bares de ambientes tropicales o de música pop “comercial”). La diferenciación no fue absoluta; es decir, no hubo un antagonismo total entre estos espacios y el electrónico. Sin embargo, esta partió de nociones como el que las personas en el ambiente electrónico (es decir, ellos mismos) consideran que tienen “más cultura” que los otros grupos o espacios mencionados. Según los autores, esto revela las contraposiciones de la modernidad entre lo culto y lo popular, que aquí se reeditan y se transforman en contraposiciones entre lo alternativo o vanguardista y los ambientes más populares de ocio o entretenimiento, contraposiciones que son realmente discursos de distinción que consolidan el status del propio grupo y, por ende, del sí mismo.

Mario Zúñiga (2003) por su parte estudia el discurso de ciertas agrupaciones musicales de los géneros rock y reggae y la dinámica de la escena alrededor de estas. Para ello parte de una conceptualización del poder como una construcción histórica que es posible imponer, como orden, sobre grupos distintos a quien domina. Zúñiga encuentra que, al percibir a la sociedad como un contenedor autorregulado y discriminatorio, las personas jóvenes que forman parte de las escenas reggae y rock se permiten vivir el presente a partir de un extrañamiento de esta sociedad. Un componente importante para este extrañamiento y para la conformación de las identidades

juveniles es la música y la manifestación de “otredad” que se construye a partir de una particular militancia estética que les hace contravenir lo socialmente impuesto. Esta contravención también es posible verla en la subcultura gótica, de acuerdo con María Díaz (2013). Para Díaz el significante “muerte” presente en afiches, la música y la ropa gótica es fundamental para la construcción subjetiva de quien pertenece a esta subcultura en tanto expresa al mismo tiempo la muerte personal y la muerte de lo social (la muerte como agotamiento del modelo de sociedad tradicional).

Finalmente, en la investigación de Carmen Caamaño-Morúa (2007) se exploran tres dinámicas del colonialismo en la provincia de Limón y cómo estas reproducen el capitalismo, afectando especialmente a la juventud. De acuerdo con Caamaño-Morúa, la juventud limonense se encuentra al mismo tiempo atrapada como ejército de reserva para el capitalismo mundial y como consumidora de ese mercado capitalista. Debido a esto se encuentran emigrando para estudiar, trabajar o huir de la violencia, inmersos en medio de resentimientos étnicos que les dividen y siendo víctimas de procesos de criminalidad y criminalización. La investigadora se pregunta cómo incide esto en la construcción de las identidades juveniles y las masculinidades. Estudiando los grupos *skates*, *bikers* y *raggas* como agrupaciones juveniles que se visten de modo parecido y llamativo, ella encuentra que estos grupos son una expresión de la historia de la lucha de las fuerzas de trabajo de Limón, fuerzas que fueron separadas desde un principio por medio de jerarquías étnicas diseñadas de manera funcional para y por el capital. Especialmente para los hombres jóvenes -como ejército de reserva laboral y como consumidores- la reproducción de las dinámicas capitalistas se da cuando buscan obtener en estos grupos (por medio de situaciones de violencia) la reafirmación y el respeto que no les es posible obtener por medio del ascenso social. Es así que aquí también se vinculan consumo e identidad, aunque con un importante componente étnico.

Es posible notar algunos elementos en común en las investigaciones revisadas, los cuales son significativos para el presente estudio. Para empezar, se da cuenta de la importancia de la música como elemento que aglutina a las personas jóvenes y que, como punto de referencia, configura dinámicas de acción y de interacción en el tiempo de ocio (conciertos, bares, etc.). En este sentido un elemento fundamental que se desliga del género musical de preferencia es la presentación personal. Esta es a la vez una manera de identificarse con los pares y de ocluir el ingreso de “los otros”. La ropa y los accesorios permiten identificar un “nosotros” y un “ellos”. Finalmente, en todas las investigaciones se manifiestan ejercicios de poder ya sea al interior de los

grupos o de estos en relación con el tejido social, incluyendo esto a otros grupos. Además de las dinámicas de distinción presentes por ejemplo en quienes van a fiestas rave frente a los géneros musicales tropicales o de los punks frente a los ravers, está el poder de lo masculino sobre lo femenino y de lo étnico blanco sobre lo negro. En el caso de la etnia, es importante destacar la relevancia del componente cultural musical como referente de apropiación y como signo de una condición histórica de exclusión. En el caso del poder que pasa por el género es importante destacar la objetificación de las mujeres aun cuando forman parte de subculturas que se supone plantean una crítica a la sociedad. También es necesario notar cómo la violencia física es un recurso utilizado casi exclusivamente por los hombres. Se asignan entonces, también en lo subcultural, cargas asociadas a los valores tradicionales masculinos y femeninos: la mujer como objeto; el hombre como sujeto.

### **c. Ocio, bares y género**

Los estudios que vinculan el ocio en los bares con asuntos de género abordan distintas temáticas. Estas temáticas van desde las experiencias de ocio, tanto antes como durante la salida nocturna en una ciudad específica, como Filadelfia, Estados Unidos (Grazian, 2008), hasta la importancia del baile para hombres y mujeres en lugares donde se escucha hip-hop (Muñoz-Laboy, Weinstein & Parker, 2007). Sin embargo, en la mayoría de las investigaciones revisadas se puede identificar un eje común: una postura crítica frente a la heterosexualidad normativa como herramienta conceptual para realizar el análisis.

Se ha intentado entonces comprender las prácticas, las expectativas, las transgresiones o los miedos y ansiedades de los hombres y las mujeres, con respecto a los roles tradicionales de género en una salida a un bar. Así, se ha encontrado que, tanto en bares heterosexuales como en bares homosexuales, la experiencia del ocio está atravesada por los roles de género (Johnson, 2002; Brooks, 2009; Grazian, 2008; Durheim, Rautenbach, Nicholson & Dixon, 2013; Parks & Scheidt, 2000; Benson & Archer, 2002; Holloway, Valentine & Jayne, 2009; Muñoz-Laboy, Weinstein & Parker, 2007; Wilkins, 2004), ya sea desde la expectativa de que se cumpla con estos o de que frente a ellos haya resistencia o transgresión.

Por ejemplo, Johnson (2002) estudia la masculinidad en un bar gay. Él busca prácticas que revelen cómo los homosexuales negocian su masculinidad, cómo negocian en este bar las prácticas

de género hegemónicas y contrahegemónicas y analiza las maneras en que estos pueden resistir la heterosexualidad normativa y la ideología de género hegemónica, conceptos que para él parten de la idea de la heterosexualidad naturalizada y sin cuestionamientos; lo heterosexual como 'lo normal', donde lo masculino domina sobre lo femenino. Oona Brooks (2009) también aborda este tema al estudiar las visiones, experiencias y comportamientos de 35 mujeres jóvenes en relación con su seguridad en bares, pubs y clubes partiendo de los conceptos teóricos de poder, resistencia y control social, confrontando sus definiciones desde el feminismo estructuralista y el post-estructuralista.

Como en Johnson (2002), en Brooks (2009) las experiencias de la clientela del bar están estructuradas por el género. Sin embargo, en Brooks más que estudiar la posibilidad de prácticas hegemónicas o contrahegemónicas, el foco está en las preocupaciones que las jóvenes tienen por su seguridad en estos contextos, las cuales están intrínsecamente relacionadas con el temor a ser víctimas de un ataque sexual. Los comportamientos de seguridad que la autora encuentra que son adoptados por estas mujeres en estos espacios son complejos y contradictorios pues al mismo tiempo adoptan, resisten y transgreden aquellos comportamientos presentados en la literatura por ella revisada (que sobre todo termina por responsabilizar a las mujeres por estos ataques). Al contrastar el feminismo estructuralista con el post-estructuralista la autora encuentra que estos comportamientos son mejor teorizados como "técnicas de acomodamiento" que como "prácticas de resistencia", pues los mismos siguen vinculados con la femineidad normativa y las expectativas de género del comportamiento de una mujer en un bar, pub o club.

Esto es parcialmente respaldado por Grazian (2008), quien también identifica ciertas prácticas de resistencia por parte de las mujeres. Según el autor, en un bar se dan encuentros indeseados con hombres que quieren aprovecharse ya sea de la juventud (supuesta inocencia o ingenuidad) o del grado de ebriedad de las mujeres. Para él, el hecho de que las mujeres resistan las provocaciones o invitaciones sexuales de estos extraños es una manera de retar la desigualdad sugerida por estos encuentros. Un factor importante para esta resistencia es el sentido de camaradería entre mujeres, pues muchas veces las provocaciones se resisten desde el grupo de amigas. Sin embargo, el sentido de camaradería de los hombres no está ausente, aunque se da de manera distinta. Grazian (2008) de hecho lo menciona sobre todo en términos de apoyar las "incursiones" de un amigo en "territorio femenino", principalmente porque las victorias de un

miembro del grupo —en términos de “conquista”— son percibidas como victorias del grupo completo, aun cuando alguno de los miembros debió sacrificarse por otro (por ejemplo, debiendo hablar con la amiga de la joven-objeto-de-interés de su amigo con el fin de distraerla).

No puede quedar sin analizar si esto que Grazian (2008) plantea como resistencia, como un reto a la desigualdad, no es más bien una reafirmación de esa desigualdad. El tener que dar nombres falsos o miradas punzantes no es necesariamente una manera de retar el sistema; Oona Brooks (2009) les llamó ya técnicas de acomodación. Sin embargo, si algo es central en este análisis que Grazian (2008) realiza, es nuevamente la presencia de la heterosexualidad normativa.

En Grazian las salidas nocturnas son espacios tanto para hombres como para mujeres donde se dramatizan los roles de género. Hombres y mujeres (heterosexuales) salen a pasar un buen rato y a generar historias que queden para el recuerdo. Los hombres salen con la ilusión (estadísticamente absurda) de tener encuentros sexuales de una noche con mujeres desconocidas; las mujeres salen con la ilusión de pasarla bien con sus amigas y, de ser posible, ver hombres atractivos. En estas salidas en la ciudad, el juego de roles y la interacción sexual en público son centrales. Según el autor, para quienes salen, el consumo de la vida nocturna implica el comprometerse con un ritual, en compañía de sus amistades, en el cual se elaboran códigos de vestimenta, de arreglo personal, en el cual se emplean tácticas para subir la confianza, para evitar confrontaciones con quienes son vistos como la competencia, para coquetear con los miembros del sexo opuesto y para defenderse de intervenciones o movidas agresivas u otras formas de acoso sexual.

La interacción sexual mencionada por Grazian (2008) es analizada en otros estudios a través de elementos como la vestimenta, la bebida o el baile. Por ejemplo, tal como en Grazian, el estudio de Kathleen Parks y Douglas Scheidt (Parks & Scheidt, 2000) encuentra que los hombres beben en un bar sobre todo para socializar con amigos y para conocer mujeres y tener con ellas encuentros sexuales casuales. A esto se agrega, además, beber como una distracción de la rutina, ya sea para alejarse de lo negativo —como el hogar— o como forma de entretenimiento —jugar pool, escuchar música o emborracharse. Además, hay varios factores importantes que influyen en las percepciones que los hombres tienen de una mujer que bebe en un bar; estos incluyen el bar en sí, la vestimenta de la mujer, su apariencia, su comportamiento y su patrón de bebida. Estos elementos se combinan para hacer juicios sobre cuán “fácil” es una mujer y, por ende, su vulnerabilidad frente a lo que ellos

mismos definen como “buitres” (posibles atacantes sexuales). Estos criterios se mezclan con otros comportamientos que parecen poner en riesgo a las mujeres (según los participantes), como lo son si llama mucho la atención, si está visiblemente ebria, si sugirió vulnerabilidad (es decir, si está sola, tarde en la noche, ebria) o si provoca una agresión (si ella inicia una agresión verbal o física o si habla con la pareja de otra mujer). Es importante destacar que, aunque el foco es la agresión, se realizan otro tipo de juicios como por ejemplo la clase de procedencia, la cual puede leerse a partir de la vestimenta y el licor que consume la mujer.

Esto es respaldado por David Benson y John Archer (Benson & Archer, 2002) quienes estudian a varios grupos de hombres durante sus salidas nocturnas a bares en el Norte de Inglaterra. Los autores encuentran que el objetivo de estos hombres al evaluar a una mujer es determinar su atractivo y si está disponible; para ello la apariencia física es la información más importante, aunque la reputación también se usa. Para la evaluación entre hombres, el objetivo es determinar si el otro hombre es o no una amenaza (se evalúa sobre todo su lenguaje corporal). Además, para los autores, el gran número de grupos de muchachos, la naturaleza multitudinaria de los bares y clubes y los efectos del consumo del alcohol parecen dar cuenta de los conflictos y desacuerdos presenciados. Esta conclusión, sin embargo, parece dejar de lado el hecho de que estos conflictos están siendo atravesados por cuestiones de género. Aun cuando el conflicto no sea un enfrentamiento directo debido a una relación intersexual (los celos de un novio o novia, por ejemplo), las posibles maneras en que se aborda o resuelve un conflicto pueden depender, en gran medida, del sexo/género de las partes. Así, por ejemplo, habrá quienes querrán resolver una diferencia a golpes, mientras que otras personas quizás lloren públicamente. El asociar uno u otro comportamiento con un género es precisamente lo que convierte a estas conductas en algo que no puede ser analizado fuera del sistema sexo/género y que nada tiene que ver ni con la naturaleza multitudinaria de los bares ni con el consumo de alcohol (aunque es cierto que este puede exacerbar las conductas o producir desinhibición).

Aunque en un entorno rural, la investigación de Holloway, Valentine y Jayne (2009) también respalda lo anterior. El estudio analiza la puesta en escena de la masculinidad a través del acto de beber públicamente. Las autoras encuentran que los hombres que dominan la escena de los pubs británicos rurales construyen y ponen en escena la masculinidad hegemónica a través de ciertas prácticas de manejo corporal, como la manera de sostener el trago o bebida, de usar un lenguaje

visiblemente falocéntrico y por sus discursos sexistas y homofóbicos. Estas acciones relegan a las mujeres y a otros hombres a áreas marginales del pub o los excluyen de este completamente. Es interesante notar que en este caso, la masculinidad heteronormativa también es percibida como productora de exclusión de lo femenino, y no solamente como aquello que hace que se desee tener acceso a las mujeres; sin embargo, como se ha podido notar, esta conclusión no es común, sino que es más habitual notar que en los bares la heterosexualidad normativa se hace palpable en los acercamientos que los hombres tienen hacia las mujeres (aunque viceversa también se da), los cuales implican una demanda sexual.

Maneras de acercarse a las mujeres hay varias, y una de ellas es por medio del baile. Muñoz-Laboy, Weinstein y Parker (2007) encuentran que en ciertos bares el baile es una práctica sexual importante, vista como una oportunidad para escenificar roles de género. En este contexto, el rap, el reggae y el reggaetón presentan una oportunidad para acercarse a las personas del sexo opuesto (la norma demanda que hombres bailen con mujeres), así sean desconocidas, en un espacio competitivo, en el cual la competencia se gana con la habilidad dancística.

Según Muñoz-Laboy, Weinstein y Parker (2007), para los hombres la mayor motivación para bailar es acercarse a las mujeres y “perrear” (*grinding*, en inglés, un tipo de baile en el que un miembro de la pareja está detrás o encima del otro, simulando el acto sexual), mientras que para las mujeres la motivación es divertirse. Aquí se nota nuevamente, como lo indicó ya Grazian (2008), que la expectativa y la experiencia de la salida nocturna no son iguales para hombres y para mujeres.

Algo importante que destacan Muñoz-Laboy, Weinstein y Parker (2007) es que durante el perreo hay niveles de cercanía física que las mujeres toleran y hay una raya que no se debe cruzar. Aquí es necesario resaltar que la línea solo se cruzaría del hombre a la mujer y no a la inversa, pues el hombre no parece sentirse incómodo con determinado tipo de acercamiento femenino. La presencia de estas barreras imaginarias sigue la misma línea de ideas que lo expuesto por Oona Brooks (2009) y las prácticas de acomodamiento frente a conductas que dan la sensación de inseguridad a las mujeres en ciertos bares, y a lo expuesto por Grazian (2008) quien estudia las estrategias que las mujeres desarrollan para evadir un acercamiento no deseado, entre las que estaban dar números telefónicos o nombres falsos, o refugiarse en el grupo de amigas.

Ahora bien, aunque es importante reconocer que las mujeres pueden mantener el control de la situación, estando vigilantes de su cuerpo y su espacio, al mismo tiempo es importante

mencionar la alusión que los autores (Muñoz-Laboy, Weinstein & Parker, 2007) hacen del perreo como perpetuador de la idea, representada en el reggaetón, del sexo como un “martilleo”, según el cual el pene de un hombre es un martillo. Esto refuerza la noción de que solo el sexo vigoroso y violento satisfará a las mujeres, llevando -junto con otros elementos en las letras de las canciones que aluden al control y dominio masculinos- la opresión de la mujer a niveles extremos. Estos autores constatan entonces la importancia de la incorporación de detalles en el ambiente, como la música o elementos visuales, para el análisis.

No es fácil, sin embargo. No se puede pensar que al ver un afiche o escuchar la letra de una canción se pueda saber, a ciencia cierta, qué idea de sexo/género se está promoviendo. La investigación de Wilkins (2004) es reveladora en este sentido. La misma analiza la escena cultural gótica de un estado del Este estadounidense a través de visitas a un bar, sitios web y entrevistas. Las mujeres en esta escena gótica se presentan como jugadoras sexuales, neofeministas liberadas, que pueden experimentar con diversas y múltiples parejas y conductas sexuales, usando su sexualidad desinhibida como plataforma para su empoderamiento personal. Sin embargo, la primera crítica de la autora es que al usar la agencia sexual como herramienta de emancipación se tienen resultados limitados. Para empezar, se dejan de lado ámbitos en los cuales también se lucha por la emancipación, como el hogar o el trabajo, lo que limita las posibilidades de crear condiciones reales que transformen la inequidad.

El bar analizado por Wilkins (2004) es considerado por sus parroquianos como un espacio igualitario. La autora reta esta visión igualitaria y concluye que los góticos obvian lo desigual de sus relaciones, algo que se manifiesta en la casi imposición a las mujeres de una vestimenta sexy (látex, corsés, minifaldas), la obligatoriedad de su disponibilidad sexual, su objetificación al ser receptoras de miradas “depredadoras” tanto de parte de hombres como de otras mujeres y la doble moral que se mantiene en las relaciones sexuales individuales. Esto último es posible verlo en el supuesto rechazo que existe hacia la monogamia y la heterosexualidad, el cual no se materializa en la práctica pues las parejas heterosexuales nunca experimentan su poligamia completando una fórmula “1 mujer + (mínimo) 2 hombres”. Los encuentros con terceros o las relaciones abiertas se dan según la fórmula “1 hombre + (mínimo) 2 mujeres”. Estas mujeres pueden ser pareja tanto del hombre como de la mujer y en muchos casos son buscadas para satisfacer la fantasía del hombre que encuentra excitante un encuentro lésbico. Así, solo las mujeres son bisexuales; los hombres, aunque



polígamos, permanecen heterosexuales. Nuevamente, la heteronormatividad es el núcleo duro (aunque no siempre consciente) tras las opiniones y percepciones de la propia experiencia.

Algo que tanto Wilkins (2004) como Muñoz-Laboy, Weinstein y Parker (2007) dejan para reflexionar es lo borrosa que es la línea que divide “sexual” y “sexista”, como Wilkins misma lo dice. Esto dificulta distinguir entre lo que es realmente liberador y lo que sutilmente continúa socavando la salud, la felicidad y la libertad de las mujeres a largo plazo. Por esta razón ha sido importante analizar si lo que los parroquianos en un bar consideran que es transgresor del sistema sexo/género tradicional, realmente es transgresor o es solamente una adaptación de la heteronormatividad, casi siempre en mancuerna con el mercado, pues es este último el que promueve la falsa idea de que al consumir determinados productos se está ejerciendo libertad.

Estos significados y transgresiones están relacionados también con los usos del alcohol en una salida nocturna. Se ha encontrado que los adultos jóvenes beben pues esta actividad para ellos está ligada a la intimidad de los lazos y la cercanía con los amigos y a estrechar esos lazos en el ambiente de diversión y aventura que es una salida nocturna. Esto indica que el beber licor está asociado al placer, un placer que implica diversión, disfrute, sentirse y pasarla bien, relajación, reír y ser sociable. Además, esta vivencia también tiene un componente corporal, pues la experiencia del espacio es fundamental. Sentir la música y bailar juntos es una experiencia corporal contextual que se mezcla con el placer también corporal de beber licor, el cual ofrece además algunos otros beneficios en el ámbito de la sociabilidad tales como perder las inhibiciones, ver aumentado el deseo sexual y ver las barreras sociales disminuidas. Finalmente, se trata de experimentar cierto grado de libertad emocional (Niland, Lyons, Goodwin & Hutton, 2013; De Visser, Smith, Abraham & Wheeler, 2012).

Lo anterior parece ser una razón dada por hombres y mujeres. De acuerdo con lo reportado por Holloway, Valentine y Jayne (2009, p 825), la mayoría de hombres y mujeres dicen tomar licor por el sabor, la sociabilidad y la relajación, mientras que menos personas reportaron que las razones fueran embriagarse, perder las inhibiciones o por presión familiar. A pesar de esto, hay algunas diferencias de género pues se ha encontrado que las sociedades usan el consumo de alcohol y sus efectos como maneras de diferenciar, simbolizar y regular los roles de género (Wilsnack, Wilsnack & Obot, 2005). Por ejemplo, se reporta (Holloway, Valentine & Jayne, 2009; Nolen-Hoeksema, 2004) que más hombres que mujeres dijeron tomar para relajarse y embriagarse y que las mujeres son

objeto de mayores sanciones sociales por beber licor, al tiempo que es menos probable que muestren características asociadas a un consumo de alcohol excesivo que incluya agresividad, beber para disminuir sensaciones de incomformidad, falta de control conductual o la búsqueda de sensaciones.

Para el caso costarricense específicamente, se ha encontrado que el alcohol es un marcador de riesgo para la violencia de pareja. Es más, solamente el uso (y no necesariamente el abuso) del alcohol está relacionado con la violencia. Y si bien las tasas de agresión relacionadas con el consumo de alcohol son similares para hombres y mujeres, la dinámica de la agresión relacionada con la pareja es diferente en ambos géneros, pues son las mujeres quienes reportan mayores niveles de miedo y de intensidad de la agresión hacia ellas (Bejarano-Orozco, 2005).

Lo anterior refleja una relación distinta con el alcohol, de acuerdo con el género. Sin embargo, diversos estudios corroboran un aumento en el número de mujeres consumidoras de alcohol, lo que indica que los hábitos de consumo de licor de hombres y mujeres (frecuencia de consumo) se han venido equiparando con el tiempo, aunque los hombres siguen siendo quienes consumen alcohol en mayor cantidad (Munné, 2005; Wilsnack, Wilsnack & Obot, 2005; Sánchez, Navarro & Valderrama, 2004; Nolen-Hoeksema, 2004; Wilsnack, Wilsnack, Kristjanson, Vogeltanz-Holm & Gmel, 2009).

Ahora bien, es interesante que esto que todos los estudios aquí mencionados describen de manera un poco "atomizada" (es decir, como repertorios heteronormativos de individuos o, a lo sumo, grupos dispersos en un bar), Durheim, Rautenbach, Nicholson y Dixon (2013) lo analizan desde un punto de vista más colectivo, dándole a esto el nombre de *vibra*. Si bien, en este estudio en un bar en Pietermaritzburg, Sudáfrica, la *vibra* no está siendo definida a partir del género, la misma se ve atravesada y puede ser analizada desde los roles de género heteronormativos, pues los autores concluyen que en el bar estudiado se vive una *vibra* "hipersexualizada", con consecuencias distintas para hombres y mujeres. Así, mientras que las mujeres sienten que constantemente se está midiendo su disponibilidad sexual, los hombres, en cambio, están preocupados por la agresividad percibida (sienten que en cualquier momento se pueden ver involucrados en una gresca). En este bar los autores concluyen que la objetificación está tan incorporada que uno debe participar de ella para compartir la *vibra*; sino, queda excluido.

Este estudio (Durheim, Rautenbach, Nicholson & Dixon, 2013) plantea una cuestión interesante para las mujeres, que ya ha sido abordada por otros estudios revisados en este apartado (Grazian, 2008; Parks & Scheidt, 2000; Benson & Archer, 2002). Los autores mencionan que algo que produce que las mujeres se sientan juzgadas y excluidas es su manera de vestir. Dado que la vibra del bar es hipersexualizada y se debe participar de la objetificación para compartir la vibra, parece haber una demanda por vestimenta hipersexualizada u objetificante. Pero entonces ¿qué pasa con las mujeres que quieren formar parte de la vibra pero que no quisieran dar la idea de estar disponibles sexualmente? Este ha sido un punto muy interesante de estudiar en los bares propuestos para la presente investigación.

Hasta ahora es posible notar que la heterosexualidad como norma estructura la presencia de repertorios de conductas propios de un género o del otro. La particular investigación de Joyce McCarl, Glenda Walden y Charlotte A. Kunkel (McCarl, Walden & Kunkel, 2000) así lo respalda, haciendo al mismo tiempo una crítica a las ideologías de género dominantes. Esta forma parte del programa de un curso impartido de 1975 a 1990 a distintas generaciones de estudiantes en la Universidad de Colorado. Durante este período se recogen los datos compilados por 658 de ellos quienes a través de su trabajo de campo realizan acciones que 'violan las normas de género' (un hombre hablando de moda o una mujer sentándose con las piernas abiertas, por ejemplo). El objetivo es comparar cómo la heterosexualidad obligatoria opera de manera distinta para hombres y para mujeres, partiendo de la hipótesis de que las expectativas heteronormativas, naturalizadas y no-cuestionadas, que existen como contexto de fondo en la cultura estadounidense, emergen cuando las fronteras de género normativas tradicionales son cruzadas. Esta hipótesis es apoyada por los resultados y además se muestra que la heteronormatividad en sí misma es *generada* o tiene género a través de la homosexualización de los hombres transgresores y la heterosexualización de las mujeres transgresoras (en ambos casos de transgresión, se apela al género femenino: el hombre es un afeminado; en la mujer la acción 'masculina' la hace ver más atractiva). Se exponen así, de acuerdo con las autoras, la naturaleza interconectada de la estructura social y la experiencia individual, así como la relación intrincada entre el género y la sexualidad.

Algo que es importante mencionar, de todas las investigaciones revisadas, es que hacen uso del método etnográfico para obtener sus datos. Esto implica realizar observación participante para conocer las características del local, su ubicación, el diseño, la decoración, el ambiente, su historia

y su clientela (Johnson, 2002; Grazian, 2008; Durheim, Rautenbach, Nicholson & Dixon, 2013; Muñoz-Laboy, Weinstein & Parker, 2007; Wilkins, 2004; Benson & Archer, 2002; Holloway, Valentine & Jayne, 2009), entrevistas, ya sea a profundidad o etnográficas (Johnson, 2002; Grazian, 2008; Durheim, Rautenbach, Nicholson & Dixon, 2013; Wilkins, 2004) y/o grupos focales (Brooks, 2009; Grazian, 2008; Parks & Scheidt, 2000; Benson y Archer, 2002).

Se debe destacar, entonces, el peso que representa el método etnográfico en este tipo de estudios. El mismo se considera de gran riqueza pues permite analizar detalles que van más allá de lo que una persona que participa de una salida nocturna pueda compartir verbalmente. Sin embargo, es preciso aclarar que en el material revisado el método etnográfico incluyó entrevistas o grupos focales que permitieran ya sea profundizar sobre algún tema o validar las observaciones.

Así, el método etnográfico es útil y de mucha riqueza pues permite hacer descripciones minuciosas de la ubicación, la distribución espacial interna y otras cuestiones como los colores, el mobiliario, la publicidad, la decoración, el contenido de la música y los flujos de personas, que pueden enriquecer el análisis, pues -como en el caso de Johnson (2002)- estas descripciones detalladas contribuyen a comprender la visión de sexo/género que se maneja en un bar y la experiencia de la personas frente a este sistema sexo/género en estos espacios de ocio. Este método, complementado con entrevistas o grupos de discusión, permite profundizar en temas como la dramatización de los roles de género, los rituales, la exclusión, el sentido de grupo, la sensación de desigualdad o el empoderamiento, temas todos necesarios de abordar y analizar para comprender la experiencia de ocio y las relaciones de género en un bar.

Por otro lado, es importante detenerse un momento para notar que en todos los estudios reseñados (excepto en Benson y Archer [2002], el cual parte del marco epistemológico de la Psicología Evolutiva desde donde la violencia masculina tiene una explicación biológica), hay una crítica transversal a las ideologías de género dominantes, lo cual permite visualizar una necesidad de cambio. Con respecto a este cambio, Brooks (2009) y Grazian (2008) hablan de acomodación y resistencia. Ambos términos evidencian el carácter ambivalente de este deseo de cambio, pues permiten ver la dificultad que existe en tratar de entender si una práctica o espacio está logrando o no resistir o transgredir al sistema de opresión sexo/género tradicional.

Es acertada la cautela tenida por Brooks (2009) al poner a los discursos del empoderamiento propios del posestructuralismo a dialogar con el feminismo estructuralista por el cual ella se

decanta. Si bien algunos de los comportamientos recopilados por ella en sus grupos focales podrían ser vistos como “resistencia”, ella opta por llamarles “acomodamiento” por no separarse del todo del marco de la heterosexualidad normativa.

Queda claro, entonces, que se debe tener cuidado con “romantizar” ciertas actitudes o comportamientos por analizarles desde el marco analítico de lo que uno quisiera que fuera real (reivindicación de las mujeres, por ejemplo). Hay que apuntar también que se debe tener igual cautela con el extremo opuesto: la victimización de las mujeres u otros grupos, como los homosexuales. A pesar de esto, se evidencia la importancia no solo de incluir la búsqueda de prácticas de resistencia dentro de las observaciones, sino además la presencia de situaciones de conflicto que pueden ser encontradas en un bar.

Algo presente en la mayoría de las investigaciones aquí revisadas es la importancia que se da al cuerpo como el “lugar” donde caen muchas de las percepciones, expectativas o prohibiciones: el cuerpo vestido, el atractivo físico y lo que se tiene permitido (o no) hacer. Esto permite constatar la importancia de tomarlo en cuenta durante la observación y las entrevistas complementarias.

Ahora bien, es evidente en los estudios la presencia de un “núcleo duro” de heteronormatividad del cual no es sencillo desprenderse o al cual no es sencillo transformar. Es por esto que las relaciones de género en la presente investigación son puestas en clave de poder, algo que no se hace de manera explícita en ninguno de los estudios revisados. Esto facilita abordar el tema de la resistencia, del conflicto y de la cooptación de las estrategias de transgresión o liberación.

Dado que no se encontraron estudios que abordaran las experiencias de género propuestas en el ocio de una salida nocturna a un bar en Costa Rica, desde la perspectiva de género, en Costa Rica, es posible ver que hay un nicho en el país que puede ser estudiado. Además, algo que no se encontró en ninguno de los estudios revisados fue una comparación entre bares (aunque en Grazian [2008] hay descripción de diferentes recintos). La comparación aquí realizada, cuyo criterio de contrastación son las clases sociales de acuerdo con la definición de Bourdieu (1990), puede contribuir a una comprensión más amplia de las distintas experiencias y/o manifestaciones del sistema sexo/género, y de las posturas y vivencias de las personas frente a este. La comparación permite un conocimiento más preciso sobre si ese núcleo duro de la heteronormatividad se transforma, quiénes lo transforman, cómo se transforma y en qué sentido lo hace. Esto está acorde con lo expuesto por Wearing (1998), quien afirma que es precisamente en el ocio que existe la

capacidad de “cambiar la portería” de la dominación cultural, por lo que estos espacios se confirman como espacios importantes donde tanto el control social de los individuos como las estrategias políticas y sociales para el cambio tienen prevalencia.

#### **IV. Antecedentes sociohistóricos**

Para comprender la importancia del tema y porque para su comprensión es necesario tener más elementos que el fenómeno mismo, a continuación se expone una contextualización histórica del objeto de estudio. La misma parte de la idea que, en palabras de Sabaté, Rodríguez y Díaz (1995, p 44), cualquier fenómeno social –incluyendo roles y relaciones de género- varía a lo largo del espacio y del tiempo, por lo que su investigación debe implicar la especificidad histórica de estas relaciones.

Estos antecedentes incorporan los ejes que están presentes a lo largo de toda la investigación y que, en este caso, se tejen como correlatos anudados en ciertos puntos: el espacio urbano, las relaciones entre los géneros, el ocio y el cuerpo.

##### **a. El espacio urbano: de lo regional a lo local**

Para empezar, es útil plantear una reflexión sobre las nuevas centralidades urbanas surgidas en los años 90, aproximadamente, cuya génesis se puede buscar en las diversas transformaciones que se dieron a partir de la segunda posguerra.

De acuerdo con Jorge Rovira (2005), durante el período que va de 1944 a 1979, Centroamérica fue escenario de una gran explosión demográfica, producto quizás de la mejora en las condiciones de vida gracias al modelo de Estado Benefactor y al elevado crecimiento económico. Esta explosión demográfica se vio acompañada de un acelerado proceso de urbanización. De acuerdo con datos del Centro Latinoamericano de Demografía (citado en Rovira), a partir de 1985 la población urbana empezó a superar el 50% de la población total en países como Nicaragua y Panamá, siendo este porcentaje un poco más moderado en países como Costa Rica, El Salvador y Honduras. Esta tendencia se mantuvo y, según datos más recientes (Programa Estado de la Región, 2008), desde el año 2005 todos los países centroamericanos tienen ya al 50% o más de sus habitantes viviendo en áreas urbanas, una tendencia acorde con lo que se presenta en el resto del planeta.

En Centroamérica este proceso es anterior a la industrialización y se da principalmente por el aumento en la población, por la ausencia de empleos en el campo, por la ampliación del sector servicios en la ciudad y por la promesa de una vida distinta y con mejores oportunidades que se presentaba en el imaginario referido a lo urbano (Rovira, 2005). A esto se aúna la paulatina

transformación de las economías en la región y la concentración de la inversión y la infraestructura en las zonas urbanas (Programa Estado de la Región, 2008).

Concentrándonos un poco más en este último tema, es posible ver en la región, a partir de la década de los ochenta, una tendencia hacia un cambio de modelo. Aunque los causantes principales variaron de país a país, varios factores pueden citarse como causas comunes: la crisis económica internacional, el desgaste del modelo propio de la posguerra, la globalización con su consecuente nueva división internacional del trabajo y el resurgimiento del pensamiento clásico ahora en su versión neoliberal que debilitaba las visiones socialdemócrata y keynesiana, y que postulaba al mercado como el eje ordenador de la vida social, en detrimento del papel interventor del Estado (Rovira, 2009).

Esta situación, junto con la condición de crisis política que se vivía en la región, llevó a la aplicación generalizada de programas de ajuste estructural los cuales, de acuerdo con Pérez-Sáinz y Mora-Salas (2007) hacen emerger un nuevo modelo de acumulación que marca un segundo momento de modernización en la región (separado de aquel de la posguerra) signado precisamente por la globalización.

Estas transformaciones implicaron reformas significativas en los sistemas de seguridad social, el empleo, la educación, los índices de pobreza y desigualdad y, por supuesto, en el espacio urbano. De acuerdo con el Estado de la Región (2008), en la década de los noventa y hasta la primera década del presente siglo, las ciudades han sido uno de esos dominios en los cuales es posible ver el impacto de las reformas neoliberales. Así, se presencia el crecimiento de conglomerados urbanos periféricos, se nota una mayor diferenciación entre sectores y se ve cómo aumenta enormemente la construcción de comunidades cerradas que, aunque no sean una novedad, se yerguen en grosero contraste con las escasas –por no decir miserables– oportunidades habitacionales de los sectores populares. San José, y el Gran Área Metropolitana en general, no son la excepción a esta tendencia.

Como lo afirma María del Carmen Araya (Araya, 2006), San José desde su fundación en 1737 se ha ido convirtiendo poco a poco en un palimpsesto que mezcla ciudades idealizadas como París o Nueva York, con otras ciudades imaginadas como la ciudad campesina de quienes emigraron en los años cincuenta, la ciudad cosmopolita de emigrantes judíos, afrocaribeños y nicaragüenses, la ciudad turística de centros nocturnos y de lugares históricos patrimoniales y peatonales y,



finalmente, la ciudad de los excluidos: los taxistas informales, los cuidacarros y los indigentes, entre otros fantasmas urbanos.

¿Cómo se conforma San José como lo que es hoy? Siguiendo a Araya (2006), a Retana (2000) y a Rovira (2005; 2009), existen para Costa Rica y específicamente para San José tres etapas, que producen tres modalidades distintas de gestión del espacio urbano.

La primera etapa va de la segunda posguerra hasta 1980. Son treinta años en los que el desarrollo es organizado por el Estado costarricense. En este modelo el espacio urbano es pensado en el sentido de la “ciudad como centro y como espacio social” (Araya, 2006, p 321). Durante este período, Costa Rica vive un enorme crecimiento económico ya mencionado anteriormente, el cual se ve acompañado además por un gran crecimiento social y cultural. Del modelo económico que dependía de la agricultura de subsistencia se pasa al modelo de sustitución de importaciones. El Estado lleva a cabo una intensa política social que se refleja en la creación de múltiples instituciones de servicios de carácter nacional como la Caja Costarricense de Seguro Social, el Instituto Costarricense de Electricidad y Acueductos y Alcantarillados, que se encargan de dotar de servicios de salud, electricidad y agua potable a la población costarricense, esto en conjunto con aquellas instituciones encargadas de invertir en la construcción de infraestructura pública (puentes, parques, carreteras, etc.). Es importante mencionar aquí tres actores, citados por Araya: el Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo (INVU) por su papel en el establecimiento de regulaciones para los espacios habitacionales; los grupos empresariales que contribuían a la construcción de urbanizaciones, a la instalación de industrias o a la creación de servicios comerciales por medio de licitaciones estatales; y las Municipalidades, encargadas sobre todo de dar mantenimiento a los espacios urbanos.

El segundo período va de 1980 a 1990, aproximadamente (de nuevo, utilizando como referencia lo analizado por Araya [2006], Retana [2000] y Rovira [2009] e incluyendo ahora a Pérez [1998])<sup>1</sup>. Estos diez años se caracterizan por iniciar con una fuerte crisis económica. Esta fue

---

<sup>1</sup> Los cuatro autores están de acuerdo con situar el inicio del período en 1980 (post-revolución sandinista) y en afirmar que uno de los rasgos más relevantes es la crisis económica interna. Sin embargo, Araya (2006) y Retana (2000) proponen como fin de este período el año 1990, pensando principalmente en la gestión urbana. Pérez (1998) coincide con esta partición. Rovira (2009), por su parte, propone más bien una división pensando principalmente en el tema político-económico. Él cierra el período en 1994 pues en materia política en 1995 inicia un subperíodo nuevo, con el Pacto Figueres-Calderón. Usaremos aquí la división de Araya y similares, por referirse específicamente al ámbito urbano, pero no se dejará de lado el análisis interno que Rovira permite hacer.

producto de una conjunción de factores externos como la recesión internacional, el alza en los precios del petróleo, la caída de los precios de los productos de exportación y la elevación de las tasas internacionales de interés, con factores internos como las estrategias económicas adoptadas por el Estado empresario y el agotamiento del modelo de industrialización (Vargas, 2003). Esto genera, como consecuencia, índices sombríos que, aunados a la crisis político-ideológica vivida en la región, hacen de actores como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y la Agencia Internacional para el Desarrollo, figuras importantísimas que influyen en la dirección que empieza a tomar el modelo económico nacional. Durante este período se inicia un proceso de modernización neoliberal que privilegia al capital privado por sobre la intervención del Estado.

En el ámbito espacial-urbano,

las posibilidades habitacionales en el casco urbano se agotaron y los sectores medios, medios bajos y bajos buscaron acceder a vivienda en la periferia de San José, a través de asentamientos en forma de tugurios o precarios que expanden la urbe y aumentan las zonas pobres de la ciudad. (Araya, 2006, p 322)

A diferencia de los gobiernos anteriores, a partir de 1978 la expansión de las clases medias se detiene y se contrae, reduciéndose su alto nivel de consumo y empujándose a los sectores más pobres a condiciones de miseria (Alvarenga, 2005). Es en estas condiciones que surge en el escenario de la gestión urbana un nuevo actor: los movimientos sociales (Araya, 2006; Rovira, 2009) que luchan por condiciones mínimas como agua, luz, teléfono, calles, escuelas, salud y tierra. En este proceso, aquellos que habían migrado del campo a la ciudad se empoderaron, como lo dice Araya (p 322), de la visión de ciudad social, por lo que se asumieron como sujetos de derechos de los beneficios ofrecidos al vivir en San José, razón por la cual emprendieron luchas por el desarrollo de barrios, urbanizaciones y ciudadelas.

Esta es una de las razones por las cuales la mancha urbana se ve ensanchada durante esta época. Esto en contraste con un aparato estatal reducido que ve controlada su función e inversión en el sector habitacional y de infraestructura pública. Por ello, y aunado a la transformación de la economía internacional, a partir de 1980 es posible notar nuevas formas urbanas que empiezan a pautar nuevos modelos de exclusión, desigualdad, aislamiento, fragmentación y multiculturalidad.

Los inversionistas privados empiezan a transformar tierras que antes eran usadas para fines agrícolas en barrios y urbanizaciones de distintas calidades, tanto sociales como arquitectónicas. Esto implica, a su vez, la proliferación de cinturones de miseria (Fumero, 2009).

Sin embargo, es en la tercera etapa, la que va de 1990 hasta el presente, que es posible ver las mayores transformaciones en el espacio urbano. Esta etapa implica un cambio importantísimo, y es el traspaso del control del desarrollo urbano de los movimientos sociales al capital privado, es decir, a los sectores económicos vinculados a la construcción (Araya, 2006). En este período se construyen y ponen en funcionamiento gran cantidad de residenciales privados y semi-privados y, por supuesto, hay una explosión de grandes centros de comercio o “malls”. Esto es posible gracias a la participación del Estado, que establece una alianza con estos grupos a través de la apertura del crédito para la construcción de viviendas y la colocación de capital de ahorro en fondos inmobiliarios (esto producto de la reforma financiera que, según Rovira [2009], es uno de los pilares del nuevo estilo de desarrollo costarricense).

Un rasgo importante de este período, según Araya (2006), es que las principales obras de infraestructura están relacionadas con el consumo. Motivados por una estrategia publicitaria que vende “estatus” y distinción en el Oeste y el Este de la ciudad, y empujados por un imaginario de terror que ve al centro como un espacio en decadencia moral y estética, la población empieza a fluir hacia estos polos. Es así que comenzó a desintegrarse la relativamente armoniosa mezcla espacial de clases sociales en la ciudad, causando la segregación espacial y la reestructuración de las relaciones de clase (Low, 2009).

Así, la mancha urbana se empieza a ensanchar en dirección a estos puntos cardinales, lo que genera polarización. A esto se aúna la discusión mantenida por el entonces Alcalde de San José, Johnny Araya, para quien en el año 2000 el tema de la recuperación (casi exclusivamente estética) del casco central se vuelve una preocupación (aunque con motivaciones particulares, se podría agregar, pero este es tema para otro estudio).

De esta manera, como lo afirma Araya (2006), pero es posible también inferirlo en Fumero (2009), la arquitectura del mall parece suplantar el estilo nacional, siendo el “marcador” de desarrollo el número de *malls* a la redonda. Los malls se tornan en manifestaciones del desarrollo urbano y la exclusión; reconfiguran las relaciones entre el consumo, la ciudad y ciertos fenómenos

como la violencia y la delincuencia porque si bien la gente es libre de visitar el mall, al mismo tiempo hay constricciones en las posibilidades de comprar.

Para un arquitecto salvadoreño entrevistado por Cecilia Rivas (Rivas, 2007), el mall es al mismo tiempo privado y público, pero esto no es casual: hay un interés expreso en que esto sea percibido de esta manera. Lo importante es que el mall es un lugar “libre”, pero que tiene barreras invisibles que dicen “no” a ciertas personas, que les hacen sentir fuera de lugar (una dinámica que está presente en otros espacios de ocio, entre ellos los bares).

Hoy por hoy la Gran Área Metropolitana alberga a aproximadamente 2 millones de personas (es decir, el 53% de la población nacional), concentra algo más de la mitad de la Población Económicamente Activa del país y alberga, además, a la tercera parte de las viviendas con algún tipo de necesidad básica insatisfecha (Programa Estado de la Nación, 2012). Y es en este panorama que los espacios de consumo, ocio y socialización continúan alterando –a veces sin mucho control- el paisaje físico y social de Costa Rica.

#### **b. Lo público, lo privado y el género**

El debate sobre lo público y lo privado es muy complejo y remonta sus orígenes hasta la antigua Grecia. Evidentemente una discusión profunda al respecto puede desviar la atención del objeto que aquí se intenta construir. Por esta razón, se obviará toda la transformación que de estos ámbitos se dio durante un largo período y nos situaremos directamente en la Revolución Industrial en Europa con el fin de exponer, de manera sucinta, los cambios más cercanos a nuestra época.

En Europa, en el período previo a la industrialización, las mujeres ya formaban parte de la fuerza laboral trabajando como artesanas, vendedoras en los mercados, operarias en talleres, lavanderas o nodrizas, por mencionar algunos ejemplos. Pero, si bien ellas hacían un aporte a la economía familiar, este era visto como una contribución a lo aportado por el marido, lo que de alguna manera invisibilizaba su labor. Así, en este contexto, el trabajo de la mujer estaba íntimamente ligado a la vida familiar, aunque no se reducía a la misma (Nuño, 2008, p 51; Scott, 1993).

Después de la revolución industrial, como lo expresa Laura Nuño (Nuño, 2008, p 52), la familia deja de ser el núcleo productivo de la sociedad para pasar a ser una frontera entre lo público y lo privado. La misma autora explica que, sin embargo, este cambio no es igual para todas las

mujeres, en un principio. La industrialización europea promueve que aquellas mujeres que pertenecen a las familias con menos recursos económicos se integren a la vida económica remunerada. Este fenómeno se ve agudizado durante la segunda revolución industrial, en la década de 1870, durante la cual las mujeres son contratadas como mano de obra mucho más barata, cuya presencia es fundamental para el funcionamiento de sectores productivos considerados precarios, tales como la industria textil. Así,

en los países pioneros del proceso de industrialización, las mujeres proletarias se incorporaron masivamente al trabajo como mano de obra barata y sumisa, pero entre la burguesía se produjo el fenómeno contrario y las mujeres estarían cada vez más recluidas en el ámbito doméstico. (Nuño, p 52)

Poco a poco, estos valores de la clase burguesa fueron interiorizados por la clase obrera, atizados por los bajos salarios de las mujeres (poco rentables y en frontal competencia con la mano de obra de los hombres) y las dificultades para organizar el cuidado de los hijos (Nuño, 2008). De esta manera, pasó poco tiempo para que una mujer realizando trabajo extradoméstico fuera considerada “como un síntoma de la incapacidad del cabeza de familia para mantener económicamente a la misma” (Nuño, p 54).

Puede notarse entonces que la separación hogar-fábrica cristalizó de manera radical una falsa frontera que intentó dejar al hombre del lado público y relegó a la mujer al ámbito privado, polarizando así la posición social de hombres y mujeres, lo que promovió las condiciones materiales para la modificación definitiva de las relaciones entre los sexos. Como resultado, ya para finales del siglo XIX, la división sexual del trabajo se había convertido en el modelo hegemónico de familia (Nuño, 2005, p 51).

Estas transformaciones no se dan de esta manera, en la misma época, para Costa Rica, por lo que para encontrarles un paralelo es necesario avanzar hasta la década de 1950. De acuerdo con Alfonso González (González, 2005, p 160), en el caso costarricense durante la década de 1950 se estaban produciendo transformaciones en las esferas social y laboral, con repercusiones en el ámbito familiar que no podían ser previstas. Un comentarista reseñado en la obra de González (un hombre que escribe en *La Nación*, en 1950, un artículo titulado “¿Se acabarán en Liberia las pequeñas industrias y las industrias caseras?”), afirma que la seguridad social y laboral obtenidas en los años 40 parecían estar obstaculizando la continuidad de las industrias artesanales con domicilio

familiar (zapaterías, talabarterías, sastrerías, lavanderías, talleres de costureras, etc.), dentro de las cuales las mujeres desempeñaban funciones muy importantes. Evidentemente aquí la crítica apela a algo más que al género, pero el comentario hace eco de la sensación percibida de la amenaza de la modernización para la sociedad, dentro de la cual las mujeres como esposas y madres ocupan un lugar muy importante.

Lo anterior concuerda con lo expuesto por Nuño (2008) para quien la revolución industrial representa uno de los momentos importantes en la transformación de los conceptos de masculinidad y feminidad, pero no el único. Otro de estos momentos se encuentra en estas décadas de 1950-1960, época fundamental para las transformaciones de la feminidad.

Un ejemplo de estas transformaciones en el caso costarricense son los numerosos movimientos tanto sociales como culturales que, desde antes del inicio de la década de 1950, se abocaban a analizar y cambiar los roles femeninos tradicionales de la mujer madre y esposa. Dentro de estos movimientos uno determinante es el que lucha por el sufragio femenino, debido a la reestructuración que ocasiona en las relaciones entre lo público y lo privado (González, 2005, 159).

De acuerdo con la historiadora costarricense Eugenia Rodríguez (s.f; 2009), es a partir de finales del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX que aumenta el debate sobre la igualdad de la mujer y que se plantean de manera más sistemática reformas constitucionales tendientes a favorecer sus derechos políticos.

Para la autora (Rodríguez, s.f., párr. 2), el proceso está enmarcado por cuatro situaciones importantes:

- 1) Una gran efervescencia socio-política y de reforma electoral; 2) Fortalecimiento de las políticas sociales del Estado liberal; 3) Construcción de un modelo hegemónico liberal y, 4) Redefinición del sistema ideológico de género, mediante la ampliación de los espacios para las mujeres y del auge en las demandas para que las mujeres tuvieran un acceso igualitario a la educación y a la fuerza laboral asalariada y a mejores condiciones laborales, de higiene y de salud, y el reforzamiento del modelo familiar de la clase alta.

Sin embargo, para Laura Nuño (2008, p. 113) este reconocimiento de los derechos políticos de las mujeres no necesariamente implicó la reformulación de lo público-privado o de los valores asociados a la misoginia. Para la autora las mujeres seguirían siendo víctimas de la relegación al

espacio privado en una posición simbólicamente y materialmente subordinada. En este contexto habría siempre una percepción hostil del trabajo de las mujeres fuera del hogar, algo que “determinaría que su preparación y formación se orientara a las tareas ‘propias de su sexo’, [lo que convertía al] matrimonio prácticamente en la única vía de supervivencia económica y social de las mujeres” (Nuño, p. 56).

De acuerdo con una síntesis de intervenciones en periódicos costarricenses de la década de 1950, expuesta en González (2005, p. 162), el aumento de las mujeres casadas laborando fuera del hogar implicaría un resquebrajamiento de las costumbres familiares. Por esta razón, debían buscarse métodos para detener esta “tendencia a la emancipación”, pues la igualdad laboral entre los géneros iba a conducir a una irremediable destrucción de la familia. Pero esto no era todo; al incorporarse al campo de lo masculino, la mujer se estaba arriesgando a ser contaminada con la bestialidad del hombre, perdiéndose entonces su capacidad para ser el faro moral de la sociedad. A esto se aunaba la idea de que la mujer no iba a lograr manejar las nuevas libertades y derechos económicos y políticos, lo cual terminaría por volverse contra la estabilidad y el poder masculinos.

Sin embargo, junto con estas aprensiones había medidas de control desde el mercado: la ciencia y la tecnología favorecían la producción de bienes y servicios modernos que irían de la mano con una construcción de mujer vinculada al *american way of life*. Esta construcción propone, como lo expone González (2005, p. 177), “que la mujer sea parte del mundo a través del consumo de bienes culturales [haciéndola] permanecer, sin embargo, bajo el alero del hogar.”

A pesar de esto, el crecimiento económico se unió a otras condiciones particulares como el desarrollo del sector servicios mencionado en el primer subapartado, el incremento del nivel educativo de las mujeres y los logros conseguidos por el feminismo de la segunda ola a partir de 1960, para motivar a las mujeres a reincorporarse de manera paulatina al mercado asalariado. Ahora no será solamente por una necesidad económica, sino por un deseo de ellas de obtener autonomía económica y social.

Esto es confirmado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (Duryea, Cox y Ureta, 2001, p. 4) la cual en un informe para quince países de América Latina y el Caribe establece que de 1950 a 1980 la participación de las mujeres en la fuerza de trabajo creció de un 24% a un 33%, siendo las principales participantes las mujeres jóvenes. Este aumento continúa durante la década de los años noventa y, como lo indica la Figura 1 presente en el XVIII Informe del Estado de la Nación

(Programa Estado de la Nación, 2012), continúa también después del año 2000 (en comparación con indicadores por edad para el año 1976), aunque la participación femenina siempre es menor que la masculina, sin importar el grupo de edad.

Este ha sido un proceso no lineal con muchas dimensiones muy interesantes que vinculan lo local con lo internacional. Por ejemplo, nos dice Margarita Esquivel (2012) que es en los años sesenta y setenta que los organismos internacionales empiezan a considerar a las mujeres como contribuyentes al desarrollo de los países, por lo que es en estas décadas que empiezan a implementarse políticas públicas que buscan atender las relaciones desiguales entre los géneros. Un marcador de esta tendencia fue el cambio de categorías de análisis. Por ejemplo, la Carta de las Naciones Unidas de 1945 busca erradicar la discriminación por sexo (considerando a *la mujer* un grupo vulnerable), pero ya en la Conferencia de México en 1975 se sustituye la categoría sexo por la de género, lo que –como dice Nuño (2008, p. 38)- permite abordar el problema ya no solamente en función de las consecuencias que produce, sino además en función de las prácticas que lo originan.

Costa Rica: porcentaje de población en la fuerza de trabajo por edad y sexo.  
1976 y 2003

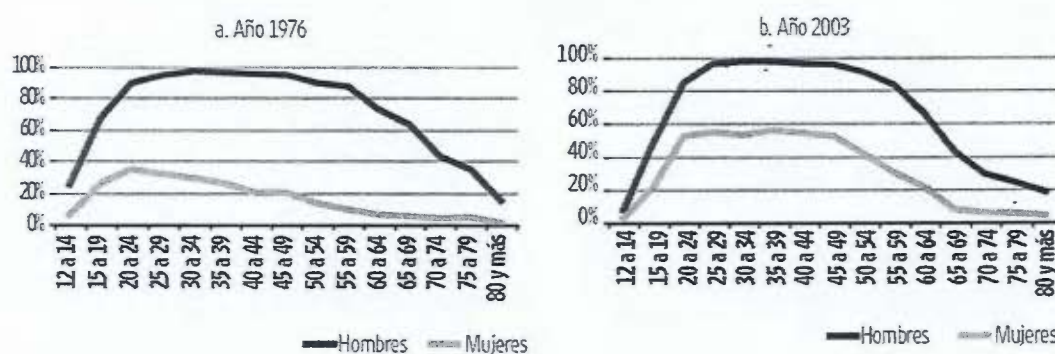


Figura 1. Comparación de porcentajes de población en la fuerza de trabajo.

Fuente: XVIII Informe del Estado de la Nación; Programa Estado de la Nación (2012).

Estas nuevas maneras de abordar la cuestión de los géneros se han entrelazado con las grandes transformaciones en la realidad socioeconómica de las últimas décadas, ocasionando cambios importantes que son hoy parte de nuestra vida cotidiana. De acuerdo con Esquivel (2012),



la diversificación de las formas familiares (entre lo que se incluye un mayor número de familias con jefatura femenina, la transformación del modelo del “hombre que gana el pan” (el proveedor masculino) y la reducción del tamaño promedio de las familias son quizás los principales signos de esta gran transformación.

La importancia del trabajo femenino, como fenómeno relacionado con el objeto de estudio aquí construido, es que permite visibilizar los cambios en las relaciones de género. Como lo afirman las autoras Duryea, Cox y Ureta (2001), un cambio en la participación de la mujer en el mercado de trabajo implica una modificación en el tiempo dedicado a la educación y/o al hogar. Por esto, las decisiones que se tomen con respecto a la asignación de tiempo entre hogar, escuela, mercado de trabajo (y yo agregaría, ocio) dependen de los valores relativos de estas alternativas para las personas. Pero estos valores se han venido transformando con el tiempo. Bien lo sintetizan las autoras mencionadas, al afirmar que “la participación femenina en la fuerza de trabajo refleja decisiones de toda la población” (Duryea, Cox y Ureta, p 26).

### c. **Diversión, juventud y cuerpos**

De acuerdo con un artículo escrito en La República (Gómez, 1958), en 1877 la vida en la ciudad de San José era tranquila y apacible, con pocas diversiones, exceptuando un teatro (el Teatro Mora) donde se presentaban zarzuelas, comedias y actos de variedades como los de prestidigitadores o transformistas. A partir de Núñez (1973) se puede agregar que también existían las hosterías, alrededor de cuyos fogones en llamas se daban algunas tertulias. Allí, afirma Núñez (p. 139), se servían platillos diversos como frijoles molidos, bisteques (*sic*), pescados y golosinas, y “cuando había temporada de teatro los maridos llamaban a sus esposas para que saborearan un buen trozo de carne, especialmente a la hostería La Gata, con cierto aire social”. Con Fumero (2004) se puede completar este panorama de la diversión en el siglo XIX. La autora menciona como principales actividades las clases privadas de baile (walses, polkas, schotischs, mazurca...), de música y de idiomas como el inglés o el francés, y el teatro. Este último era usado por el señor cabeza de familia (u otro pariente varón) para llevar a las “niñas” para que estas pudieran figurar; “si no, ¿de qué otro modo iban a ver y a ser vistas? ¿Cómo iban a coquetear con algún futuro pretendiente?” (Fumero, p. 149).

Nos dice Francisco Enríquez (Enríquez, 2000) que todas estas actividades pasan a ser foco, a finales del siglo XIX, de los esfuerzos por sistematizar el control social de las diversiones públicas en Costa Rica, sobre todo tras la llegada de los liberales al poder, aunque con gran ayuda de la Iglesia Católica. Así, de acuerdo con el autor, hay reglamentos y decretos para controlar “juegos, espectáculos públicos, licores, días feriados, cinematógrafos, peleas de gallos, etc.” (Enríquez, párr. 2), y poco a poco deben ir introduciéndose nuevos elementos. Por ejemplo, al Reglamento de Policía de 1908 se introducen nuevos artículos relacionados con los bailes, que se dan cada vez con mayor frecuencia y ahora fuera del ámbito privado<sup>2</sup>.

Un elemento muy importante y que, por lo tanto, era necesario controlar era el licor. Nos cuenta Enríquez (2000) que los primeros negocios de venta de licor debían ubicarse dentro de un radio de máximo 84 metros alrededor de la plaza local, pues así lo estipulaba el Código Fiscal con el fin de controlar la actividad. Además, en este código se establecía el número total de locales donde se vendía licor que podía haber en determinado lugar, esto con base en un cálculo proporcional al número de habitantes (en poblaciones de más de mil habitantes podía haber un establecimiento de licores extranjeros por cada quinientos habitantes, y uno de licores nacionales por cada trescientos). Además, como una medida para controlar el alcoholismo se prohibía la venta de licor a las personas ebrias, a quienes se multaba, y se acordaba que las boticas no vendieran alcohol puro los domingos y días feriados.

Un fenómeno que es muy interesante es el relacionado no solamente con la intención de regular la venta de licor como tal, sino además la sociabilidad generada alrededor del mismo. Es con el objetivo de lograr este control que se prohíben los juegos en las cantinas y que la policía pasa frecuentemente a vigilar estos recintos, para llamar la atención a quien se pase de tragos (Enríquez, 2000, párr. 36). Pero la medida más directa contra la sociabilidad está en la Ley de Licores de 1907, al prohibirse la permanencia de personas en los lugares donde se vende licor “por más tiempo que el necesario para la compra que hubieren entrado a hacer, o para consumir sin demora los licores

---

<sup>2</sup> Es interesante conocer la definición que de los bailes tiene la Iglesia Católica, la cual en 1927 lanza una campaña en contra de los mismos. De acuerdo con la Hojita Parroquial de febrero de ese año (citado en Enríquez, 2000, párr. 29), un baile es “una reunión, una mezcla de personas de ambos sexos, por lo regular jóvenes y apasionados, ardientes, dotados de gran viveza de carácter, y engalanados con los atavíos más seductores, y que sobreexcitados por el resplandor de las bujías, los acordes de la música, las evoluciones del cuerpo, y a veces por las bebidas, asidos de la mano o de la cintura dan vuelta en un espacio más o menos reducido.”

comprados” (Enríquez, párr. 38). Es decir, de acuerdo con este artículo, los parroquianos debían entrar a la cantina, beber rápidamente e irse (algo poco probable). En esta misma Ley de Licores, de acuerdo con el mismo autor, se establece el cierre de las cantinas a medio día, los domingos, disponiéndose que este horario se redujera en una hora por año, hasta que en 1910 las cantinas no se abrierán del todo este día, algo con lo cual la Iglesia Católica estaba totalmente de acuerdo pues veía en estos lugares el fomento a la vagancia, la inmovilidad y la ociosidad.

Estos vaivenes se dan durante la primera mitad del siglo XX, pero conforme se avanza en el siglo, hay cambios importantes. Después de la guerra de 1948 se genera un clima de incertidumbre política, pues se cuestiona el orden construido hasta entonces por el sector conservador. Para 1950 las élites conservadoras estaban siendo confrontadas por un sector industrial y agropecuario que estaba creando condiciones materiales y sociales transformadoras. Esta nueva burguesía confrontaba la tradición y, apoyada en el Estado interventor, se oponía a ella en el plano político, económico e ideológico, lo que implicaba el rechazo o la disidencia respecto a sus valores y normas (González, 2005, pp. 54-57).

A estos cambios en la estructura de clases les acompañaron cambios en la vida cotidiana de la urbe. Ahora, dice González (2005, p. 57), el control de la ciudad parecía tenerlo la multitud, percibida como una masa indiferenciada, invasora de espacios que antes estaban reservados solo a unos pocos.

Es durante estos años que la vida nocturna en San José se intensifica. González (2005, p 223-236) menciona entre las principales actividades los centros nocturnos, las casas de citas, las pensiones y los burdeles, cuya principal atracción eran las bailarinas exóticas. Otros espacios de diversión eran las cantinas, los garajes, las barberías, los baños públicos y las sastrerías. Es evidente que estos eran espacios reservados para la diversión masculina.

Sin embargo, la tendencia al aumento de los bailes parece que siguió dándose y la crítica a los mismos provenía no solamente de la Iglesia Católica, sino de los sectores conservadores de la sociedad en general. Un comentario escrito por Irma de Vives (el resaltado es mío) en el Semanario Mujer y Hogar en 1960 (González, 2005, p. 85) expone maravillosamente la concepción que el sector conservador tenía de esta actividad:

Los jóvenes y las muchachas que a estos bailes y diversiones asisten consuman el sacrificio de su propio cuerpo y de su propia alma. De su cuerpo porque de un baile

han salido unos para los presidios y otros para los hospitales, los vestidos que usan varias chicas son del todo atrevidos, además el contacto entre los individuos, hace que el mismo aire que se respira sea perjudicial, pues viene contagiado, porque tanto se suda, que los locales faltos de aire acondicionado, proporcionan el despliegue de toda clase de microbios.

En la cita anterior es posible ver lo que Patricia Alvarenga (2004) describe para las décadas de 1910-1930, pero que evidentemente se arrastra hasta treinta años después, en el momento en que Irma de Vives escribe la nota. En ambos momentos (y hoy) el control de la corporalidad de la mujer es una forma de mantener el control total sobre ella. Alvarenga (p 10) nos dice que se trata de disciplinar a la mujer para que se vista, se exprese corporalmente y mire de acuerdo con los cánones tradicionales, con el objetivo de suscribirla en el orden del mundo patriarcal.

Pero esto no es todo. De la mano con todas las transformaciones en el mundo político y sus valores surge un fenómeno nuevo y muy particular: la juventud. En nuestro país, como en el resto de la región, es alrededor de 1950 que se empieza a crear una identidad “joven”, definida por la edad, más que por factores sociales o culturales. Esta se alimenta de la rebelión y la emancipación representadas en la cinematografía estadounidense y mexicana, en tensión con las exigencias tradicionales de obediencia y conformidad social. Esta tensión incluye la necesidad de definir nuevas identidades de género debido a las nuevas visiones de la diversidad femenina y a la dificultad en la transmisión de las identidades masculinas de la generación anterior a esta. Así, lo que se obtiene es un grupo etario que utiliza como parámetro modelos foráneos, pues los que siempre habían sido los referentes culturales para las nuevas generaciones (las generaciones anteriores) ya no lograban suplir esta demanda (González, 2005, pp. 54, 68).

González (2005, pp. 66-68, 83) menciona un elemento que es muy interesante, por presentarse como un símbolo de esta alteración de lo tradicional: la construcción de la carretera Interamericana. La misma, debido a la apertura que permitía, era vista como desencadenante de nuevas formas de relación heterosexual entre las jóvenes, ahora desleales e infieles, de un aumento en los divorcios, de las madres solteras, de mayor estimación del dinero y de la contaminación del lenguaje por la adopción de anglicismos y por una nueva cultura musical. La apertura trae consigo el hula-hula (pasatiempo visto con malos ojos por la contorsión a la que debía someterse el cuerpo femenino), el tinte rubio, el baile *rock'n'roll* y el mascar chicle. Pero esta transculturación es

explicada sobre todo, según González, por el auge del turismo, principalmente estadounidense, gracias a la apertura del aeropuerto internacional a finales de la década de 1950.

Para quienes defienden la tradición, el principal problema es ver a las mujeres corrompiéndose al caer en las trampas tendidas por la modernidad. Nos dice Patricia Alvarenga (2004, p. 5) que actividades de la vida social como el teatro y el cine eran percibidas como nocivas para la mujer pues allí se adquirían, por imitación, las modas, el maquillaje y otras actitudes nocivas que solo podían ser contrarrestadas encerrando a la mujer en su espacio tradicional: el hogar. Como explica la autora, se trataba de intentar conservar la supuesta “esencia identitaria” femenina.

González (2005, p. 80) comenta que la influencia de estas actividades era vista como nociva no solamente para las mujeres. En 1950-1960 se pensaba que los medios de comunicación influían sobre este nuevo grupo, la juventud, caracterizada por utilizar como principal escenario los espacios sociales públicos, como el teatro o el cine, donde se agrupaban en barras consideradas una “fauna pachuca”, y cuya rebeldía se manifestaba en actos vandálicos y delictivos percibidos como sin precedentes.

Pero, nos dice González (2005), la juventud logró apropiarse de otros espacios como las iglesias. Las muchachas se aprovechaban de que los padres podían prohibirles cualquier actividad excepto cumplir con sus deberes religiosos. Por esta razón, no había manera de controlar la transformación del oficio religioso en un espacio para concertar disimulados encuentros que culminaban con un paseo por el parque al finalizar la misa. Como lo explica el autor (González, p. 82), las muchachas convertían “los oficios religiosos en un desfile silencioso de modas y en un discreto torneo femenino para atraer jóvenes, dar cuerda y concertar citas.”

Sin embargo, de todas las actividades la más influyente fue el cine. Las actrices lograban fascinar a la sociedad de masas, promoviendo el uso de atrevidos maquillajes y atuendos y contribuyendo a que la moda se incorporara declarando su hegemonía sobre la estética femenina, al tiempo que permitiendo nuevas posibilidades de negociación en las relaciones patriarcales, esto porque era considerada una manera de perversión de la naturaleza femenina (Alvarenga, 2004). Esto último, sin embargo, es complejo; hay diversidad de posiciones y de discursos, y si bien en algunos casos la moda era vista como un elemento transgresor de la tradición, en otros era solamente un disfraz del mismo poder patriarcal.

Alvarenga (2004, p. 5) da un ejemplo de este último tipo de discurso al exponer las opiniones de una articulista de la época, quien “llama a dar la batalla feminista”, pero lo hace escamoteando una idea de desigualdad en la que “la mujer débil ante el hombre debe ‘fortalecer’ su principal recurso para enfrentarlo: su capacidad de seducir modificando su apariencia.” De acuerdo con esta idea, y sobre todo con base en la omisión de la apariencia del hombre en el discurso de esta articulista, Alvarenga lee entre líneas la idea presente en la época que indica que el hombre no necesita transformarse como la mujer, pues “en él reside el verdadero poder.”

Si bien, como lo afirma Gilles Lipovetsky (Lipovetsky, 1996, p. 9), “entre la intelectualidad el tema de la moda no se lleva”, esta es un marcador de muchas de las transformaciones ocurridas durante el siglo XX y hasta la fecha. Lipovetsky (p. 145) encuentra importante el cómo se redujo la distinción entre la indumentaria masculina y la femenina, siendo que las mujeres fueron incorporando las ropas de tipo masculino como el pantalón, la corbata o las botas a su guardarropa. Sin embargo, mucho permaneció igual, y aun hoy -como el mismo autor comenta- los hombres “están sometidos a una codificación implacable fundada en la exclusión redhibitoria de los emblemas femeninos. El hecho principal es éste, los hombres en ningún caso pueden llevar vestidos o faldas, ni tampoco maquillarse” (Lipovetsky, p. 148).

Es posible ver entonces cómo en el siglo XX la manera en la que la mujer era percibida cambiaba poco a poco, junto con la manera en la que ella podía verse a sí misma. Nos dice González (2005) que ya en 1960 el ideal de mujer no era la tímida, sumisa y delicada criatura de antaño, sino que su versión moderna era sociable y gustaba de agradarle a los hombres y resultarles atractiva. Es en esta época que la mujer aparece por primera vez en la publicidad gráfica de algunas cervezas nacionales y que ciertas nociones de la estética femenina cambian (por ejemplo, el ideal de la piel ya no es la blancura sino la piel bronceada, por lo menos en ocasiones). Así, se evidencia el traslado del locus de la belleza del alma a la superficie del cuerpo (González, p. 293).

Se puede concluir, entonces, que de la mano con la creación del fenómeno juvenil, respaldado por el cine y las nuevas identidades de género, se generan puntos de confrontación entre adultos y jóvenes, uno de los cuales fue el tratamiento del propio cuerpo y las relaciones que a través de este se establecen con las otras personas, lo que incluye la exposición a la mirada y al contacto público (González, 2005). Este fenómeno es indisociable de la aparición de una cultura de masas caracterizada por el hedonismo cuyos valores contribuyeron a presentar un ángulo distinto

de la reivindicación individualista. La cultura ahora manifestaba inconformismo y “predicaba unos valores de expresión individual, de relajación, de humor libre y espontaneidad” (Lipovetsky, 1996, p. 134). Esto, de acuerdo con el mismo autor (p. 137), lleva a la exaltación de “lo joven” pero invita a la creación de la propia imagen ya sea a través de lo exótico (el hippie), de la confusión de los sexos (hombres con cabello largo), de lo chocante y lo repulsivo (el punk) o de la afirmación de lo étnico (el afro o el rasta).

De acuerdo con González (2005), uno de los espacios donde se vivió esta confrontación fue la ciudad pues parte de la tensión provenía de una juventud que luchaba por apropiarse de lugares públicos (parques, bulevares, cines y centros de baile) que ofrecieran nuevas maneras de comportarse y divertirse; nuevas maneras de usar el cuerpo que ofrecieran posibilidades tanto de contravenir las normas y costumbres tradicionales como de experimentar nuevas identidades sociales, lo que incluía las identidades de género.

Esto ha sido acompañado, las últimas décadas, por un fenómeno de extensión de la fase juvenil del ciclo de vida (Chatterton & Hollands, 2002), algo que los términos pos-adolescencia o adulto-joven permiten evidenciar, y que consiste en alargar la actividad cultural joven por un periodo extendido. De alguna manera, mientras se debilitaban los sitios de identidad y las relaciones sociales más tradicionales para la juventud, el consumo, el ocio y la cultura popular tomaban fuerza especialmente en las ciudades, donde se entretrejían como elementos centrales y nuevos para la identidad juvenil.

Es por esto que, en conjunto con los cambios mencionados en las secciones anteriores, ha habido si no una desaparición, una transformación de los lugares de ocio en la ciudad. Así, aquellas cantinas que sirvieron- como manifiesta Guillermo Barzuna (2010, p 8):

de punto de encuentro o de lugar de referencia a generaciones completas, como la cantina Morazán, la famosa y tantas veces mencionada Chelles, las cantinas Chico Soto, El Obelisco, La Bamba, La Doble O, La Buenos Aires, La Nueva Lira, La Margoth, el bar México, El American Bar, La Bicicleta, El Ballesteros, El Pecos, La Embajada [o] El Gran Vicio

ya no están o han pasado de ser cantinas a ser bares. Andrés Fernández (2013) describe muy brevemente esta transformación al hablar del Bar El Balletero. Este fue primero lo que llamaban

una taquilla (un lugar donde se vende guaro sin boca); en la etapa siguiente fue una pulpería-cantina (ya con bocas) y “ahora ya alcanzó la mayoría de edad, al ser bar” (Fernández, párr. 10).

Don Jorge Motta, nieto de Jose Motta, un inmigrante italiano fundador en la década de 1930 del Bar La Bohemia (en el corazón de San José) también da cuenta de esta transformación. Él, entre recuerdos sobre el San José de antaño y sus años de estudiante en el Colegio de Costa Rica, repasa cómo antes las mujeres debían esperar a los hombres fuera de las cantinas, pues estos no eran considerados lugares aptos para ellas, y cómo, sobre todo a partir de la década de los ochenta, las mujeres se fueron convirtiendo en clientas frecuentes de los bares (Herrera, 2007).

Si queremos responder al porqué de esta nueva condición, debemos regresar a lo ya expuesto y empezar a hacer una síntesis de factores entre los cuales dos muy importantes son las nuevas identidades de género y la cultura de consumo. Partiendo de estos dos elementos es posible ver una relación entre la mujer que gana su propio dinero y los espacios creados para que ella *coloque* ese dinero. Sarah L. Holloway, Gill Valentine y Mark Jayne (Holloway, Valentine & Jayne, 2009, p. 825) explican el aumento en el número de mujeres que beben licor en bares y pubs en el Reino Unido a partir de su emancipación en términos de ingreso, poder político y legal y libertad social. A esto añaden el que la industria de la economía nocturna se haya enfocado en atraer a las jóvenes profesionales. Por su parte, Brändle (2010, p. 114) afirma que la mujer se incorpora masivamente al trabajo remunerado pues debe ser capaz de satisfacer las “necesidades” de consumo generadas por el ideal consumista propio de los países occidentales (pues estas necesidades demandan un ingreso extra para poder ser cubiertas). Sin embargo, la dinámica puede ser en dos vías: se crean “necesidades” nuevas pues hay más ingresos y hay demanda de estos ingresos pues hay nuevas “necesidades”.

De todas maneras, hoy nadie se extraña de ver a una mujer ir a un bar, estudiar, trabajar o usar maquillaje. Pero tampoco se extrañan si ella no quiere caminar sola de noche por la ciudad o si siente miedo de tomar sola un taxi. Esto es así porque muchas cosas han cambiado, pero otras permanecen iguales.

### **A manera de síntesis**

Es posible resaltar que los cambios en el espacio urbano, las nuevas identidades de género y las transformaciones en la percepción de los cuerpos y el uso del tiempo libre no han sido un proceso lineal, ni de causa-consecuencia, sino una resultante de factores socio-económicos,



políticos e ideológicos que, enmarcados en el desarrollo de la sociedad de consumo, han reformulado de muchas maneras durante los últimos años la vida de las personas, especialmente las mujeres.

Como lo explica una consumidora en un artículo para el Harvard Business Review (Silverstein & Fiske, 2003, p. 8), las mujeres de hoy piensan que si sus madres no gastaban dinero en sí mismas era porque no lo ganaban, pero ahora es diferente. “La independencia económica de las mujeres conduce a una actitud de: puedo comprarlo si lo quiero”. Entonces, aunque siempre está la publicidad sobre electrodomésticos el Día de la Madre y Navidad, para las jóvenes que retrasan la edad de su matrimonio y que completan una educación que les dará mejores oportunidades laborales aparecen nuevas necesidades y placeres como el turismo vacacional o una salida con las amigas a un bar.

Si bien, parte de la historia aquí relatada puede parecer algo lejano, pues las mujeres hoy tienen acceso a los cines, los teatros y los bares, y en ellos pueden usar minifaldas o pantalones por igual, hay que reflexionar que también es lejana la idea del barrio que integra a personas de distintas clases sociales. Es decir, no todas las transformaciones han sido positivas. Por eso, al lado de cerrar este apartado destacando su importancia (por ser el marco que antecede a este objeto de estudio particular, hoy en día), es necesario hacer la siguiente salvedad: es importante recordar que en nuestro sistema se han obtenido victorias tan importantes como el sufragio de la mujer y su irrupción en el espacio público, pero no debe dejarse de lado el hecho de que el mismo sistema no ha dado lugar a una igualdad real, ni en lo económico, ni en lo político, ni en la vivencia del espacio y el tiempo.

## V. Reflexión teórica

### Introducción

Nos dice Guillermo Cantor (2002, p 3) que en un proceso de investigación, la conceptualización es uno de los momentos decisivos. Esto es así porque de la manera en la que se definan los conceptos dependerán completamente los referentes observables que se seleccionen para realizar el trabajo de campo. Teniendo esto en cuenta, a continuación se presentan los distintos referentes teóricos sobre poder, espacio, cuerpo, ocio y bares que fundamentan la presente investigación.

¿Por qué estos referentes teóricos? Porque al hilarlos de manera problemática surge el objeto de estudio. Lo anterior implica anudar algunos elementos, lo que no está de más hacer de manera explícita. Así, de lo primero que se parte es del hecho de que las relaciones de género son aquí definidas como relaciones de poder, por lo que para comprenderlas es necesario explicar qué se entiende por poder. Segundo, si bien —y como se verá— las distinciones de género son arbitrarias (es decir, tienen una génesis cultural), las mismas tienen su fundamento más inmediato en el cuerpo, pues se inscriben en él. Entender esto es importante para comprender, entonces, la relación del género también con el espacio, la cual funciona en dos niveles: el macro y el micro. En el nivel macro, el género da forma a ciertas instituciones sociales que buscan regular los usos de los espacios. En este sentido se evidencia cómo también el espacio es una construcción social inseparable del tiempo. En el nivel micro, la definición, el uso y la segregación en los espacios es sostenida por las relaciones sociales; es decir, lo estructural se cristaliza en la interacción cara a cara, así sea como perpetuación o resistencia. Esta interacción necesariamente se da en y contribuye a dar forma a determinados espacios, pero también depende de la temporalidad. Esta temporalidad, como el género, los cuerpos y los espacios, también es construida; es cuestión de analizar qué tiempos se usan para trabajar, para descansar o para divertirse. El bar, en este sentido, es un elemento urbano interesante pues es un espacio que agrupa particularidades culturales y de clase, donde se materializa la comodificación del tiempo libre, precisamente en un horario que se descubrió como un nicho de oportunidad para la expansión capitalista, la cual encontró sumamente productivo construir “ciudades que no duermen”.

Es así que se mezclan la ciudad y los bares, el tiempo de ocio, los cuerpos y el género, todos anudados por el poder, y que las preguntas planteadas para los bares elegidos en este estudio pueden ser respaldadas por los referentes teóricos en los que se profundizará a continuación.

### **a. Poder**

¿Por qué desarrollar el concepto de poder en este apartado teórico y cómo es este desarrollo pertinente al pensar en el trabajo de campo? Si se consideran las distintas perspectivas que han intentado abordar el concepto de poder, se verá que este es complejo y depende de aquello que se busca analizar. Por esto, puede resultar útil plantearse cuál es la idea de 'poder' sobre la cual fundamentar el análisis aquí realizado.

Para empezar, la noción de poder no puede ser una que dependa de "centros exclusivos del poder" como el Estado o la economía. Debe ser una visión que considere la posibilidad de luchas de poder en la interacción cotidiana y aun en espacios que pueden ser considerados como irrelevantes (como un bar). Estas luchas deberán ser flexibles y no estáticas, pues si se calcificaran en lugares como "el hombre" o "el rico", esto reduciría o eliminaría la posibilidad de la transformación, pues el poder se estaría haciendo un recurso que forma parte esencial de ese 'lugar'. Así, podrá haber lugares mayormente asociados al poder, pero esto no será impedimento para que desde otros lugares se pelee esta asociación. Estas peleas pueden ser confrontaciones directas o juegos de poder, lo que implica que estos serán ejercicios que deberán rastrearse en las prácticas que aquellas personas observadas y entrevistadas consideren como "luchas". Además —y esto es muy importante— una perspectiva del poder adecuada para esta investigación considera necesario incorporar como elemento del poder su capacidad para operar de manera no-consciente, lo que quiere decir que no necesariamente el poder será algo evidente o voluntario para quienes obtienen sus beneficios o, inclusive, para quienes perpetúan desigualdades que les afectan directamente.

Es por estas razones que la conceptualización de poder que hace Michel Foucault a lo largo de su obra se consideró la más apropiada para este estudio. Si bien Foucault no es feminista y no hace análisis desde la perspectiva feminista, lo cual es considerado un inconveniente para algunas de las personas que escriben desde esta postura, esto aquí no se considera un obstáculo pues de todas maneras sus planteamientos, al postular al poder como coextensivo a lo social y como estrechamente relacionado con el saber y la verdad, permiten verlo tanto en las interacciones de

mujeres y hombres en un bar, como en el hecho de que los sujetos que se nombran y naturalizan son “hombres” y “mujeres”.

El decantarse por esta propuesta es fruto también de la revisión de lo que Oscar Fernández (2000) considera como las tres representaciones del poder más importantes del pensamiento político moderno. De estas tres representaciones, Foucault es el exponente del poder como característica inherente a las relaciones sociales diversas que tienen lugar en la sociedad; las dos representaciones restantes son las de Bertrand Russell y Thomas Hobbes (el poder como capacidad que se posee) y la de Max Weber (el poder como institución).

Con respecto al poder como capacidad, se pueden tomar el ‘Leviathan’ de Thomas Hobbes y lo expuesto en ‘Poder: un nuevo análisis social’ de Bertrand Russell como base (Fernández, 2000). En este caso, para Bertrand Russell el poder es una capacidad de producir ciertos efectos buscados, la cual se presenta como una especie de *quantum* que puede ser transferido, distribuido o eventualmente arrebatado, entre otras. En Hobbes, el poder es los medios para obtener algún bien aparente y futuro. Es decir, es la cantidad de recursos a los cuales puede acceder alguien con el fin de alcanzar un objetivo que se desee. El énfasis en esta definición, según Fernández, está dado al ejercicio potencial o efectivo; es decir, interesa el tener la capacidad para hacer algo, ejercer el poder para realizarlo.

Weber dará continuidad, en cierta medida, a los postulados de Hobbes; sin embargo, también planteará elementos de ruptura que, desde los intereses de esta investigación, son relevantes. Por esta continuidad-ruptura Fernández (2000) considera que Weber es tanto un teórico del poder como capacidad, como del poder como consentimiento.

Weber (1977, p 43.) define el poder como “la probabilidad de imponer la propia voluntad dentro de una relación social, aun contra toda resistencia y cualquiera que sea el fundamento de esa probabilidad.” Asimismo, no visualiza la definición de poder separada de otro concepto central: la dominación, por la cual “debe entenderse la probabilidad de encontrar obediencia a un mandato de determinado contenido entre personas dadas” (Ibíd.).

Si bien Weber, de acuerdo con Fernández (2000), se asemeja a Hobbes en el hecho de que visualiza el carácter intencional y voluntario de los actos de poder (lo que aquí se piensa como problemático), se separa de él en tanto contempla la posibilidad de que existan resistencias y de que el ejercicio del poder no necesariamente parta de un orden contractual legítimo. Por otro lado, al incorporar la dominación, se enfoca en el ejercicio efectivo del poder en tanto la capacidad de

mando de una persona se expresa en el acatamiento que quienes obedecen hacen (o están dispuestos a hacer) de las órdenes de “quien manda”. Esto último implica el concepto de autoridad, la cual sería el ejercicio legítimo del poder. Esta legitimidad fundamentaría tres tipos básicos de dominación: la tradicional (la ejercida por príncipes y patriarcas; es la aceptación del mando por la fuerza de la costumbre o la tradición); la carismática (se fundamenta en el carisma personal; se basa en el reconocimiento de cualidades especiales atribuidas a los individuos a quienes se obedece); y la dominación legal (basada en la creencia en la validez de los preceptos legales y las normas racionalmente creadas) (Weber, 1967, p 85).

Es importante aclarar que para Weber el poder no se reduce al poder legítimo. Esto quiere decir que la obediencia no necesariamente está orientada por la creencia en la legitimidad de la dominación. A pesar de esto, sigue habiendo un énfasis por parte de Weber en la voluntad de la persona que lo ejerce. En esto, se distancia de otras posturas como la de Hannah Arendt (Fernández, 2000, párrafo 8), para quien el poder no es una propiedad de un individuo, sino que más bien depende del consentimiento de los gobernados.

Así, el poder como capacidad o como probabilidad de imponer la propia voluntad no serán perspectivas que puedan dar cuenta del fenómeno que aquí busca estudiarse. Es por esto que la postura de Foucault se considera la más cercana. La misma se expone a continuación.

### **1) Poder en Foucault**

En “Microfísica del poder” Michel Foucault (1992) parte de la noción de que el poder no es algo que se posee, por tanto no se puede dar, cambiar ni retomar; se puede ejercer pues solamente existe en acto. Para Foucault, a lo largo de su obra, las preguntas a hacerse no serían aquellas que se interrogan sobre quién tiene el poder, sino “si el poder se ejerce, ¿qué es este ejercicio?, ¿en qué consiste?, ¿cuál es su funcionamiento?” (p 143). Entonces, si el poder no es una posesión, ¿qué es? El poder es una relación de fuerza, y una que es coextensiva a lo social. Como afirma en el Tomo I de la Historia de la sexualidad, La voluntad de saber (Foucault, 1976, p 123): “el poder no es una institución, no es una estructura ni una fuerza de la que dispondrían algunos: es el nombre que se le da a una situación estratégica compleja en una sociedad dada.”

Lo característico del poder, dice Foucault en ‘El sujeto y el poder’ (1988, p 12) es que pone en juego las relaciones entre los individuos o entre grupos. Cuando se habla de “poder” se habla de aquellos relacionamientos entre “compañeros”, distintos de un juego de suma-cero; es un

entramado de acciones que inducen a otras acciones y que se concatenan entre sí. Así, cuando se hace referencia a estructuras o mecanismos del poder realmente se hace en tanto se supone que ciertas personas pueden ejercer el poder sobre otras.

Esto quiere decir para este pensador (Foucault, 1988, pp. 14) que “el ejercicio del poder no es simplemente el relacionamiento entre “jugadores” individuales o colectivos, es un modo en que ciertas acciones modifican otras.” Es una estructura de acciones que alimenta otras acciones porque incita, seduce, facilita o dificulta y, en su extremo, prohíbe absolutamente; son acciones sobre otras acciones. Esto significa que eso que llamamos “Poder”, que se cree que existe de manera universal y concentrada o difusa, no existe.

Se puede complementar lo anterior con dos argumentos importantes que enriquecen la definición. El primero sería el que permite distinguir el poder de un fenómeno del orden meramente estatal o económico. El segundo sería aquel relacionado con los discursos.

Con respecto al primero, para Foucault (1992) el Estado no es el lugar privilegiado del poder, y éste último va más allá de las relaciones económicas. Como bien lo resume Ávila-Fuenmayor (2007, apartado 1.3), para Foucault el poder no es una posesión de la clase dominante; éste no es una propiedad, es más bien una estrategia. Es por esta razón que sus efectos son atribuibles no a una apropiación, sino a determinados dispositivos que permiten que éste funcione plenamente. En este sentido, el poder es más bien un efecto de conjunto y la forma de estudiarlo es a través de sus hogares moleculares. Esto no quiere decir que Foucault afirme que el poder se construya a partir de simples voluntades, porque el individuo o el colectivo así lo quieran. Como él mismo lo afirma (Foucault, 1992, p 168), “el poder se construye y funciona a partir de poderes, de multitud de cuestiones y de efectos de poder”.

Con esto Foucault no pretende afirmar que el poder es independiente; él considera que éste no se puede descifrar si no se tienen en cuenta los procesos económicos y las relaciones de producción. La diferencia que él marca con respecto a otras posturas es, precisamente, que no se trata solamente del poder de un soberano, de instituciones o de aparatos. Se trata más bien de notar que en cada punto del cuerpo social (cuyos ejemplos evidentes pueden ser un profesor y su alumno, un hombre y una mujer, quien sabe y quien no sabe) pasan relaciones que no pueden ser reducidas a la proyección del poder soberano sobre los individuos. Éstas son, más bien, “las condiciones de posibilidad de su funcionamiento.” Lo que es más, precisamente para que el Estado funcione, es necesaria cierta autonomía de estas relaciones de dominación; su configuración propia

y específica. Por esta razón, de lo que se trata es de, en lugar de hacer un análisis descendente que va del centro del poder hasta los elementos más moleculares, hacerlo a la inversa. El análisis debe ser ascendente, arrancando de los mecanismos infinitesimales con trayectoria e historia propias, hasta notar cómo estos mecanismos han sido y están colonizados, transformados y desplazados por mecanismos más generales y globales.

Así, la relación de fuerza es una forma momentánea de la relación de poder, y como su efecto y condición de posibilidad, cada relación de poder reenvía a un campo político del cual forma parte. Por esto, para Foucault es posible decir que todo es político (Foucault, 1992, p 169), en el sentido de la omnipresencia de las relaciones de fuerza y su inmanencia en el campo político.

Con respecto al segundo argumento (el referido a los discursos), Foucault (1992; 2002) apunta que se puede pensar en el poder como una guerra (invirtiendo la afirmación de Clausewitz que dice que la política es la guerra continuada en otros medios). De esta manera, “las relaciones de poder tal como funcionan en una sociedad como la nuestra se han instaurado, en esencia, bajo una determinada relación de fuerza establecida en un momento determinado, históricamente localizable, de la guerra” (Foucault, 1992, p 144).

La principal consecuencia de esto es que si el poder político intenta hacer reinar la paz, esto no significa en lo absoluto que terminará la guerra, sino que ésta se reinscribirá como relación de fuerza en una guerra silenciosa en las instituciones, en las desigualdades, en el lenguaje y en los cuerpos. Esto último (los cuerpos) es algo que posteriormente será de nuestro interés. Por el momento, resta complementar esta aseveración con la afirmación foucaultiana (Foucault, 1992, p 147) de que, efectivamente, una sociedad como la nuestra —o cualquier sociedad, finalmente— se ve atravesada por múltiples relaciones de poder que no pueden ser disociadas ni pueden funcionar sin la acumulación, la circulación o el funcionamiento de un discurso. Como él lo afirma, no es posible el ejercicio del poder sin una economía de los discursos de verdad. Así, la producción de verdad se dará desde el poder, y el poder se ejercerá a través de la producción de verdad.

Debido a lo anterior es importante identificar en qué formas y a través de qué canales y discursos el poder logra llegar a las conductas más tenues; qué caminos utiliza para llegar a las formas menos frecuentes o perceptibles del deseo; “cómo infiltra y controla el placer cotidiano— todo ello con efectos que pueden ser de rechazo, de bloqueo, de descalificación, pero también de incitación, de intensificación, en suma: las técnicas polimorfos del poder.” (Foucault, 1976, p 10).

Es posible ver que al analizar el poder desde la perspectiva de Foucault, lo importante es determinar los mecanismos, las implicaciones, sus relaciones y la variedad de dispositivos de poder que se utilizan en los distintos niveles de la sociedad (Ávila-Fuenmayor, 2007; Introducción). Esto nos lleva de vuelta a la característica coextensiva del poder en lo social. A esta particularidad se puede aunar el hecho de que, precisamente por ella, su análisis no puede ser estático, no se puede esperar encontrar el poder cristalizado en un lugar (Foucault; 1981, 1992, 1976). El poder, dice el autor (1992, p 152), debe ser analizado como algo que circula, que actúa en cadena, que no está localizado en un lugar o el otro, sino que se organiza como en red. En palabras de Ávila-Fuenmayor (Apartado 1.3), la relación de poder es móvil, y esto implica entonces que puede modificarse. Esto quiere decir que existe la posibilidad de un margen de acción que el sujeto “dominado” puede emplear a su favor.

Lo anterior es fundamental para comprender la definición foucaultiana del poder, la cual implica necesariamente la resistencia como aspecto central. En “La voluntad de saber” (Foucault, 1976, p 116) Foucault afirma que donde hay poder, hay resistencia y ésta nunca está en posición de exterioridad con respecto al primero. Las relaciones de poder no pueden existir si no es en función de múltiples puntos de resistencia que, en esas relaciones de poder, fungen como adversarios, blancos, apoyos omnipresentes. No se trata de un solo punto de resistencia, sino varios, múltiples, móviles y transitorios. Estos “introducen en una sociedad líneas divisorias que se desplazan rompiendo unidades y suscitando reagrupamientos, abriendo surcos en el interior de los propios individuos, cortándolos en trozos y remodelándolos, trazando en ellos, en su cuerpo y su alma, regiones irreducibles.” (Foucault, p 117).

Es importante tener en consideración, como lo afirma Nancy Piedra (2011, p 85) que cuando se habla de resistencia no necesariamente se está hablando de una práctica antagónica al poder. La resistencia no es solamente un “opuesto” al poder; es una manera en la que el sujeto gana libertad. Esto quiere decir que aquellas oposiciones de poder, como la del hombre sobre la mujer, los padres sobre los niños o la medicina sobre la población, no se deben estudiar simplemente como luchas (anti)autoritarias. Más bien, deben estudiarse desde los intentos que buscan disociar estas relaciones analizando estrategias antagónicas (Foucault, 1988, p 6).

Foucault, en ‘El sujeto y el poder’ (1988, p 6) busca definir lo que estas oposiciones o luchas tienen en común. Para él, son luchas transversales sin límites geopolíticos, su objetivo son los efectos del poder en sí, son luchas “inmediatas” porque la gente cuestiona las instancias de poder



que ejercen su acción sobre los individuos; las mismas no se refieren a “un enemigo principal”, sino al inmediato y no lo hacen pensando en el plazo de un futuro preciso (como en el caso de una liberación o del fin de la lucha de clases). Son luchas anarquistas.

Sin embargo, para este pensador francés estos no serían los puntos más específicos, los cuales serían los siguientes (Foucault, 1988, p 6):

- Son luchas que cuestionan el status del individuo, afirmando por un lado el derecho a ser diferentes, y subrayando que el individuo sea un individuo; por el otro lado, atacan precisamente aquello que hace que los individuos se separen entre ellos, lo que rompe la comunidad. No son luchas contra el individuo sino contra el gobierno de la individualización.
- Son luchas contra los privilegios del conocimiento, pero también contra el secreto, la deformación y las representaciones mistificadas que se imponen a las personas, sin ser una especie de rechazo relativista de las verdades verificadas. El cuestionamiento es sobre la manera en que circula y funciona el conocimiento; es contra el régimen de saber.
- Son luchas que se articulan alrededor de la pregunta “¿Quiénes somos nosotros?”. Se enfrentan a las abstracciones de la violencia económica e ideológica que determinan quién es uno y que ignoran quiénes somos individualmente.

Finalmente, dice el autor (Foucault, 1988, p 6), el objetivo de estas luchas no es atacar a determinada institución de poder, grupo o clase, sino más bien atacar una técnica, una forma de poder que es capaz de producir, no solamente constreñir. Lo anterior se explica porque en Foucault la función del poder va más allá de la simple represión. En “Microfísica del poder” (1992, p 115), Foucault plantea que este poder ejercido desde la represión, de forma negativa, sería muy frágil. El poder es fuerte porque produce efectos positivos a nivel del deseo y del saber. La noción de la represión le parece a Foucault (p 192) inadecuada porque reduce el poder a una concepción meramente jurídica, identificándosele con una ley o prohibición. Si el poder no hiciera otra cosa que decir que no, ¿realmente se le obedecería?, pregunta el autor. El hecho de que se acepte el poder depende precisamente de que produce cosas, saberes, discursos e induce placer. Como él lo afirma (Foucault, p 193) “es preciso considerarlo como una red productiva que atraviesa todo el cuerpo

social". El análisis no debería hacerse en términos de derecho, sino en términos de tecnología, en términos de táctica y estrategia (Foucault, p 164).

Así, para Foucault (1992, p 169) se pueden y deben inventar las estrategias que nos permitan modificar y coordinar las relaciones de fuerza, de forma que sea posible una modificación de las mismas que esté inscrita en la realidad. Foucault es claro en cuanto a las opciones: no es un asunto simplemente de elegir una postura política de entre una clasificación ya existente. Se trata más bien de imaginar y lograr que existan nuevos esquemas de politización. En palabras de Patricia Amigot Leache y Margot Pujal i Llombart (Amigot Leache & Pujal i Llombart, 2006, p 122) al considerar las nociones de poder y libertad en su dimensión práctica y situada, la teoría foucaultiana permite multiplicar las posibilidades de subversión política.

Si comparamos lo planteado por Foucault con los planteamientos de Weber se puede notar que de ambos autores se recuperan concepciones sobre el poder: si bien con Foucault lo importante es preguntarse cómo se ejerce el poder, el carácter inter-individual no es del todo desdeñable pues es en esa microinteracción que lo podemos aprehender. Esto no es óbice, sin embargo, para pensar en las relaciones de poder como una situación estratégica; el punto importante es que el poder no se reduce solamente a estas interacciones. Anudar ambos puntos es posible porque, como ya se explicó, para ambos pensadores el poder está en clave relacional. Es decir que se le puede observar cuando alguien hace lo que otra persona quiere y cuando se ejerce sobre acciones. Ya sabemos que además de prohibir, el poder produce conductas y acciones. Es esto, entonces, lo que se observó en la interacción, lo cual no excluyó en lo absoluto la resistencia misma.

## **2) Género y poder**

Como se mencionó en la introducción, el género aquí será pensado como una forma de las relaciones de poder. El mismo depende de un contexto histórico-cultural que busca dictar lo permitido y lo prohibido, lo normal y lo anormal con respecto a la construcción de sujetos sexuados, algo que se puede pensar desde lo ya expuesto a partir de Foucault. Esta normativa además pasará tanto por los constreñimientos como por la producción de roles, de cuerpos y de identidades. A continuación se explorarán estas asignaciones diferenciadas, partiendo del hecho de que la sociedad en la que hoy se construyen los géneros es, no desde hace poco tiempo, una sociedad androcéntrica y falocentrista, algo que tiene consecuencias negativas tanto para hombres como para mujeres, pero en la cual lo femenino, al estar subordinado a lo masculino, lleva la peor parte.

Conceptualizaciones centrales serán las “definiciones” de hombre y mujer desde Nancy Piedra (2011), Marta Lamas (1999) y Judith Butler (1990) desde donde hombres y mujeres son construcciones políticas asociadas a supuestas esencias masculinas y femeninas que se actúan y se naturalizan, y en estrecha relación con esto, la principal consecuencia de esta naturalización que es la idea de que la desigualdad de género es ineludible por ser una diferencia “natural” (Bourdieu, 2000; Risman, 2004). Para entender lo anterior se empezará con algo fundamental: el género y su relación con el sexo, pero posteriormente será preciso explorar distintas posturas analíticas y ponerlas a dialogar.

El género, afirma Nancy Piedra (2011, p 82) a partir de los planteamientos de Joan Scott, “es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos. [Este] es una forma primaria de relaciones significantes de poder.” Para entenderlo es necesario problematizarlo con otra categoría con la cual está íntimamente relacionado: el sexo.

De acuerdo con Linda L. Lindsey (Lindsey, 2005, p 4), el sexo se refiere a las características biológicas que permiten hacer una distinción entre hombre y mujer. El argumento que sostiene esta delimitación sería el de las diferencias cromosómicas que generan, a su vez, diferencias en la anatomía, las hormonas y los sistemas reproductivos, entre otros componentes. Para esta autora, el género se refiere más bien a aquellos rasgos sociales, culturales y psicológicos asociados a hombres y mujeres a través de contextos sociales particulares. Así, de acuerdo con estos planteamientos, el sexo nos hace hombres y mujeres, y el género nos hace masculinos y femeninos, con el correspondiente conflicto de la asignación de las personas a una u otra categoría, necesariamente.

Pero Nancy Piedra (2011, p 82) profundiza. Ella afirma que “ser mujer” y “ser hombre” es una producción en la que intervienen ciertas representaciones colectivas que, a su vez, producen relaciones sociales. En esta misma línea, de acuerdo con Monique Wittig (1992, citada en Bersani, 1998) “hombre” y “mujer” son creaciones políticas. Su función es postular un fundamento biológico y natural a formas de interacción sociales en las que hay una relación opresor–oprimido.

Así, “el hombre” y “la mujer”, dice Nancy Piedra (2011, p 82) a partir de los planteamientos de Ana María Fernández, son una ilusión social que comparten y recrean tanto hombres como mujeres. Estos son una abstracción que no necesariamente existe en la realidad, pero que corresponde a un imaginario social que impregna nuestras prácticas (Piedra, 1998). Ambos son un punto donde

convergen ciertos mitos, discursos e ideales particulares por los cuales se construye a la mujer y al hombre en las mujeres y hombres concretos de la sociedad.

Judith Butler (1990) va más allá de la división de género-sexo. Es más, está en desacuerdo con ella. Ella intenta derribar lo que para ella es un supuesto heterosexual dominante según el cual el sexo es natural, mientras que el género es una construcción social. Para Butler (p 41) el sexo, por definición, siempre ha sido género y éste último no es solamente una construcción cultural; “es el aparato mismo mediante el cual se establecen los sexos en sí.” (p 40). El género es el medio discursivo y cultural por medio del cual la “naturaleza sexuada” o lo que podría concebirse como un “sexo natural” se produce y se establece como algo anterior al discurso, a la cultura y a las construcciones, como si fuera la tábula rasa sobre la cual estos actúan.

Se puede afirmar, entonces, como primer punto fundamental que hay cierto carácter arbitrario propio de las distinciones de género. Para Bourdieu (2000), por ejemplo, la división del mundo a partir de las diferencias biológicas, principalmente aquellas referidas a la división del trabajo de procreación y reproducción, es “la mejor fundada de las ilusiones colectivas, en la medida en que los conceptos de género estructuran la percepción y la organización, concreta y simbólica, de toda la vida social” (p 48). Sin embargo, es importante apuntar que a pesar de que se le nombre como “ilusión colectiva”, hay consecuencias reales derivadas de estas estructuraciones. La más obvia sería la que indica que los conceptos de género están estrechamente relacionados con diferencias de poder.

De acuerdo con Marta Lamas (1995), siguiendo la perspectiva de Bourdieu, así es como se construyen oposiciones a partir de la diferencia sexual que es registrada por los “esquemas de pensamiento” como diferencias naturales, lo que dificulta la toma de conciencia de estas. Ellas confluyen para sostenerse mutuamente de manera práctica y metafórica, a través de una “hexis corporal que constituye una verdadera política social encarnada” (Lamas, p 16). Esta doble tarea, tanto diferenciada como diferenciadora, hace que a hombres y mujeres se les imponga un género que se traduciría en una serie de disposiciones respecto a los juegos sociales como el honor, la guerra, la política, los negocios o la ciencia. Esta traducción –se podrá ver en el siguiente apartado– también impone determinadas disposiciones del cuerpo.

Lamas (1999) compara la teorización de Butler con la de Bourdieu y concluye que en ambos las diferencias pensadas como esenciales entre mujeres y hombres obedecen a arreglos del género que son culturalmente e históricamente específicos; de ahí que anteriormente se haya afirmado

que son arbitrarios. Para ambos el orden social "naturaliza", o sea, escamotea su propia arbitrariedad haciéndose pasar por "natural", haciendo uso de una dialéctica de aspiraciones subjetivas y estructuras objetivas.

Distintos autores (Seidman [1996], por ejemplo) han hecho críticas a Butler, porque consideran que en su afán de deconstruir la identidad deja de lado la amenaza que esto representa para la estabilidad y la efectividad política de un movimiento. Al desestabilizar las identidades –le reclaman- no es que haga de la movilización política un imposible, sino que se carece de un énfasis institucional. Como dice María Luisa Femenías (2003) si no hay mujeres en el sentido estricto, ¿qué sentido tienen los pedidos de reivindicaciones en su nombre?

Al respecto Catterall, Maclaran y Stevens (2005, p 495) afirman que, a pesar de que las distinciones entre las categorías de género masculino/femenino han sido más o menos borradas, este binario sigue siendo una categoría de organización muy importante para las luchas feministas en nuestra sociedad. Por esto, lo importante no es establecer la dicotomía sexo-género (que sería la dicotomía biológico-social), sino utilizar el género para comprender de manera integral la experiencia histórica femenina y masculina, abarcando tanto la parte de la vida de hombres y mujeres que se puede pensar como un producto cultural, como aquella parte que parece quedar fuera de la cultura.

Entonces, habiendo hecho esta observación, se puede afirmar que de Butler no es tanto la inversión de la ecuación 'primero el sexo, después el género' lo que es central para el caso que nos convoca. Lo que es útil de retomar de Butler es que los cuerpos, a partir de la diferencia sexual, se conceptualizan a través de parámetros culturales y, por ende, tienen en sí mismos las inscripciones narrativas de la historia y la cultura. Como dice Femenías (2003, p 3), es entender que la construcción binaria hombre y mujer es la manera en que se resuelve el sexo en occidente. Desde Butler (1990, p viii) es posible comprender esto a partir de un ejercicio genealógico (siguiendo a Foucault quien, a su vez, sigue a Nietzsche) que permite exponer las categorías fundamentales "sexo" y "género" como efectos de ciertas instituciones, prácticas y discursos con puntos de origen múltiples y difusos. Estas instituciones son el falogocentrismo<sup>3</sup> y la heterosexualidad normativa.

---

<sup>3</sup> El falogocentrismo es un concepto derridiano que implica la solidaridad entre el poder del hombre (falocentrismo) con el poder del conocimiento (logocentrismo) para juntos estructurar y fundamentar la hegemonía de la razón patriarcal.

Es decir, que de Butler se rescata para esta investigación que la masculinidad y la feminidad son modos de actuar y de volver a poner en escena normas de género recibidas, construidas, cuyos orígenes se pueden rastrear, las cuales emergen como un número de estilos de la carne (Butler, 1990, p 28). El punto que habría que agregar es el hecho de que es posible distribuir esos “estilos de la carne” para unos u otras precisamente porque hay diferencias percibidas entre los sexos. Lo relevante con respecto a esta articulación género-sexo es que estas diferencias percibidas son el medio a través del cual se justifica la estratificación sexual. En palabras de Barbara Risman (2004, p 430), el género es tan endémico porque a menos que veamos la diferencia, se hace imposible justificar la desigualdad. Es decir que la diferencia de sexo permite construir una diferencia de género que se usa universalmente para justificar la estratificación.

Quizás es importante realizar una aclaración que hace Marta Lamas (1999) con respecto a la diferencia sexual. Ella nos recuerda que es preciso no confundir: la diferencia sexual no es una invención humana, no es cultura, a diferencia del género. Por lo tanto, la diferencia sexual no puede ser situada al mismo nivel de las prescripciones sociales. Para Lamas la diferencia sexual puede ser cosas distintas: para las ciencias sociales es lo que hace referencia a la diferencia entre los sexos; desde la biología, por ejemplo, incluye otras diferencias que no son directamente visibles, como las hormonales. Por esto ella dice que la diferencia sexual puede definirse como una realidad tanto corpórea como psíquica que está presente en todas las razas, etnias, clases, culturas y épocas históricas, que nos influye en los planos subjetivo, biológico y cultural.

La autora (Lamas, 1999) es clara en su distinción del género, el cual es la forma de referirse a los orígenes sociales de las identidades subjetivas de hombres y mujeres. El género produce un imaginario de una contundente eficacia política que da lugar a lo que se concibe como propio de la masculinidad y la feminidad, que es la base del sexismo.

Es importante rescatar la perspectiva de Bourdieu (Córdova, 2003) que nos indica que a los órganos sexuales se les define socialmente no solamente desde la observación de las características naturales que se pueden percibir, sino también o precisamente como producto de una construcción androcéntrica. En otras palabras, existen diferencias anatómicas, eso es claro; sin embargo, esas diferencias llevan una carga cultural que establece una diferencia entre hombres y mujeres que ya no solamente es anatómica, sino de distribución del poder. Es decir, que –como ya se mencionó– las diferencias biológicas entre los sexos son la justificación “natural” de la diferenciación social. Es importante comprender esta idea para entender el vínculo entre género y poder.

Si tomamos lo expuesto por Marta Lamas (1995, p 3), quien retoma a Joan Scott afirmando que el género permite decodificar el significado que culturalmente se otorga a la diferencia de sexos, el vínculo entre género y poder se vuelve más palpable. Esto es así porque Lamas expone el género como compuesto por cuatro elementos que fácilmente exponen ejercicios de poder. Los cuatro elementos son:

- Los símbolos y los mitos disponibles en cada cultura los cuales evocan múltiples representaciones.
- Los conceptos normativos que se derivan de interpretar los significados de estos símbolos. Estos conceptos se expresan en la forma de doctrinas religiosas, educativas, científicas, legales y políticas que establecen qué es ser hombre y qué es ser mujer, qué es lo masculino y qué es lo femenino.
- Las instituciones y organizaciones sociales derivadas de las relaciones de género, tales como la familia, el mercado sexual del trabajo, la política, etc.
- La identidad, que abarca tanto las biografías individuales como los tratamientos colectivos de grupos.

Con la perspectiva de Barbara Risman (2004, p 431) esta postura se refuerza aún más y expone de manera explícita la posibilidad de agencia. Ella define el género como una estructura pues el mismo está situado no solamente en los individuos sino además a través de toda la vida social, por lo que es posible colocarlo en el mismo plano analítico que la economía o la política. Valiéndose de Giddens (Risman, p 432) ella afirma que el género daría forma a los individuos tanto como los individuos darían forma al género, poniendo el énfasis entonces en la capacidad transformadora de la acción humana, así como en la reflexividad y las interpretaciones de los actores sobre sus propias vidas.

A partir de Patricia Martín, Risman (2004, p 431) caracteriza al género como una estructura usando estos criterios: es característico de grupos; persiste a través del tiempo y el espacio; incluye prácticas sociales diferenciadas; restringe y/o facilita comportamientos o acciones; incluye expectativas y reglas o normas; está constituido y reconstituido por agentes corporalizados; se internaliza en la forma de identidades; incluye una ideología legitimadora; es contradictorio, en su seno abunda el conflicto; cambia continuamente; se organiza y es atravesado por el poder; y se constituye mutuamente en distintos niveles de análisis.

Lo anterior es importante si se quiere confrontar el llamado “giro cultural” de la posmodernidad, el cual ha cambiado el énfasis del feminismo de las estructuras sociales y las desigualdades para pasar a concebir el foco como un asunto meramente de cultura, lenguaje, representación y subjetividad. Para hacer frente a este giro, desde este estudio se seguirá más bien una postura materialista dentro del feminismo pues, como lo afirman Catterall, Maclaran y Stevens (2005, p 496), la misma permite adoptar una perspectiva que ve la necesidad de incorporar tanto los aspectos culturales de la vida como los sistemas y las estructuras sociales. Aquí el género es más que una distinción cultural entre hombre y mujer y se ve como sostenido a través de estructuras sociales jerárquicas.

Esto no implica, sin embargo, no tomar en cuenta lo que la estructura genera. Es más, es el fundamento para entender por qué hay aspectos culturales que rara vez son cuestionados. Por ejemplo, Bourdieu (2000) considera que culturalmente existen definiciones de lo que es “propio” de cada género que terminan por estar tan arraigadas que ni siquiera necesitan de una justificación. Es así que el orden masculino se impone a sí mismo como autoevidente y logra un acuerdo entre estructuras sociales (por ejemplo, la división sexual del trabajo) y estructuras cognitivas que se inscriben en los cuerpos y las mentes.

Es importante destacar que estas construcciones que “oponen” un género al otro surgen de una estructuración de significados que, según Cara Aitchison (2000, p 140), los toma a estos como si fueran una relación entre un término central A y uno o más términos subordinados no-A, lo que genera dualismos que generalmente están jerarquizados y organizados por género. Siguiendo esto último, entonces, el término central A por lo general es prioritario y está masculinizado, y los términos subordinados no-A son feminizados. Esta relación produce una construcción heterosexual pues ve la diferencia solo entre masculino y femenino.

Esto es posible verlo en las asociaciones que se hacen con uno u otro género. Así, tradicionalmente y en términos generales, en la sociedad occidental la masculinidad está asociada a la mente, la lógica y lo racional, mientras que lo femenino está asociado a la naturaleza, la carnalidad, el instinto y la pasión. Así, se ha creado una falsa oposición entre la cultura, la razón y el control, por un lado, y la naturaleza, la irracionalidad y la emotividad, por el otro. Las mujeres, por “carecer de masculinidad”, son percibidas como incapaces de trascender sus deseos corporales o carnales; son peligrosas, volátiles y apetitivas, en contraste con los hombres que son disciplinados,



racionales y están exentos de las debilidades y los caprichos propios de la naturaleza femenina (Stevens & Ostberg, 2012, pp. 396, 397).

De acuerdo con Bourdieu (2000, p 34), este sistema ratifica y amplía un principio de inferioridad de la mujer que termina por ser el principio que divide todo el universo. Esta asimetría no es otra cosa que la asimetría del sujeto y del objeto, del agente y del instrumento que se establece entre el hombre y la mujer en el ámbito de los intercambios simbólicos y de las relaciones que producen y reproducen el capital simbólico. Para este autor, el dispositivo central para sostener esta asimetría y estas relaciones e intercambios es el mercado matrimonial, base del orden social. En él, los hombres buscan perpetuar o aumentar su capital simbólico para lo que hacen uso de las mujeres, quienes sólo pueden aparecer como objetos o símbolos de éste. Por esta razón, investidas de una función simbólica –nos dice Marta Lamas (1995, p 163)- las mujeres se ven obligadas a trabajar para preservar o aumentar su valor simbólico, ajustándose a un ideal masculino de “lo femenino” que implica ciertos atributos corporales y cosméticos capaces de aumentar su valor físico en términos de atractivo. Esto también será profundizado en el próximo subapartado que tratará sobre el cuerpo.

Volviendo a la asimetría hombre-mujer, Nancy Piedra (2011, p 83) afirma que las mujeres han sido consideradas los “otros”, con respecto a los hombres, lo que causa que desde allí se subordine su posición. Algunas autoras explican esto de diversas maneras. Por ejemplo, para Luce Irigaray (1982, p 161-162) nuestra sociedad y cultura se basan en el intercambio de las mujeres. Esto es así porque las sociedades patriarcales funcionan bajo el modelo del “semejante”. Solamente los hombres son semejantes; las mujeres tienen valor en tanto sirven de posibilidad y prenda o valor de cambio de las relaciones entre los hombres. Para esta autora (Irigaray, p 176) la división sexual del trabajo exige que la mujer haga de su cuerpo el locus material del objeto del deseo, sin tener jamás posibilidad de acceder a éste. Así, a pesar de que la sexualidad es central para el desarrollo de las personas, en este plano las mujeres han sido socialmente mutiladas, llegándoseles a considerar incluso objetos sexualmente pasivos, en función de la sexualidad del hombre. Como afirma Simone de Beauvoir (1953, 642), “se requiere de la mujer que a fin de realizar su feminidad ella deba convertirse a sí misma en objeto y presa, es decir que renuncie a plantearse como sujeto con soberanías”.

Aquí es necesario retomar a Foucault y valerse de Bourdieu (2000). Primero, dado que al realizar análisis de género -como comenta Bourdieu acerca del análisis de la dominación masculina-

se corre el peligro de concebir las relaciones de poder desde unos modos de pensamiento que son ellos mismos el producto del poder- es importante reiterar que en este estudio se parte de la premisa de que no hay relación entre los géneros que no esté mediada por relaciones de poder. Es necesario recordar, sin embargo, que dado que la conceptualización del poder está fundamentada en los postulados de Foucault, esta perspectiva de poder no implica en lo absoluto que estas relaciones sean fijas o estén cristalizadas; las mismas pueden cambiar. De acuerdo con Piedra (2011, p 104), esto permite afirmar que la relación puede variar dependiendo del espacio y el tiempo de acción de los sujetos, y de los recursos movilizados por estos.

Lo anterior implica el pensar en el papel de la resistencia en las relaciones de género. Siguiendo la teoría foucaultiana, para entender las relaciones de poder entre los géneros es fundamental tomar en cuenta la resistencia, pues este sería el elemento que permite este cambio antes mencionado. Piedra (2011) comenta que se pueden crear espacios de autonomía si se producen nuevas subjetividades, siendo éstas prácticas de libertad que no necesariamente “atentan” contra el poder, sino que precisamente actúan a través de él, valiéndose de su reversibilidad dinámica. Así, desde Foucault es posible visualizar un poder móvil, que no necesariamente victimiza a unas y concede el ejercicio pleno del poder a otros.

Es cierto que a Foucault se le achaca el reproducir en su obra el sexismo propio de la teoría política occidental; sin embargo, es importante rescatar que es posible el uso de ciertas de sus categorías para, precisamente, atacar ese sexismo. En palabras de Patricia Amigot Leache y Margot Pujal i Llombart (Amigot Leache & Pujal i Llombart, 2006, p 103), la teoría foucaultiana puede fungir exactamente como la “caja de herramientas” que él mismo mencionaba, como una cartografía provisional de nuestra sociedad contemporánea, lo cual no impide que tenga puntos de contacto con la teoría feminista.

Entonces, siguiendo a Foucault (1992, 1976), se piensa en el poder en las relaciones de género como coextensivo a estas, como un modo de acción que no solamente opera sobre las demás personas sino sobre sus acciones. Éste es un poder que se ejerce, no se posee; es dinámico, es decir que circula en las interacciones sociales y por tanto, no es ejercido siempre por una de las partes. A pesar de esto último, se puede afirmar que, de manera general, los hombres en las sociedades patriarcales cuentan con más recursos y posibilidades que las mujeres para ejercer el poder, pero la posición de la mujer y de lo femenino no será siempre la misma; existirán espacios como la familia, la pareja y –para este caso- el ocio, que pueden permitir a la mujer ejercer resistencia y poder.

Otro 'espacio' particular donde se ejerce este poder es el cuerpo. Es particular porque al tiempo que permite una cristalización de estos ejercicios del poder, que si bien es posible analizar porque se evidencia –como lo afirma Butler (2004)- en ciertos estilos de la carne que son culturalmente específicos, es un lugar donde se lucha, donde se genera resistencia y donde en muchas ocasiones esta resistencia es cooptada por el sistema. De ahí su riqueza analítica la cual se revisará a continuación.

### **b. Cuerpos**

Haciendo uso de lo expuesto en el apartado anterior, y sobre todo partiendo de la naturalización de la diferencia sexual traducida como diferencia jerárquica, se pretende aquí revelar el importantísimo rol que tiene el cuerpo como el lugar donde recaen muchas de las normativas de género. Para ello, se analizará el cuerpo desde distintas perspectivas, empezando por su definición como materialidad individual de acuerdo con Elizabeth Grosz (1999), hasta verlo como expresión de la estructura y lo cultural en las propuestas de Marcel Mauss (1979), Nick Crossley (2005), Ana Martínez Barreiro (2004) y Pierre Bourdieu (2000). Se estudiará al cuerpo –principalmente el de las mujeres- a partir de autores y autoras como Lee Bartky (1990), Goffman (1979), Stevens y Ostberg (2012) o De Francisco, Palczwski y McGeough (2013), quienes si bien dan cuenta de un cambio en la condición de los cuerpos de las mujeres y los hombres en cuanto a belleza, moda o profesión, también permiten ver que sigue habiendo una distribución dicotómica de lo femenino y lo masculino que produce un tratamiento diferenciado de los cuerpos de hombres y mujeres. Se incorporarán críticas, como las hechas por Catterall, Maclaran y Stevens (2005) a la peligrosa equiparación entre consumo y liberación que hacen los “nuevos feminismos”, y se finaliza recordando que el cuerpo no es solo uno, sino que hay pluralidad de cuerpos que deben ser tomados en cuenta para el análisis.

Así, para empezar, Elizabeth Grosz (1999, p 243) define el cuerpo como aquella organización material y animada de órganos, nervios, músculos y esqueleto a los cuales se da unidad, cohesión y organización solamente a través de una inscripción física y social que logra que esta superficie o materia prima delimite la experiencia y la subjetividad. Esto quiere decir que esta “totalidad” en su estado natural está incompleta; necesita de una activación y un ordenamiento sociales y de una “administración” a largo plazo, regulada en cada cultura y época por lo que Foucault llamó las micro-tecnologías del poder. Estas se despliegan a través de varios regímenes de disciplina y

entrenamiento que incluyen la coordinación e integración de sus funciones corporales para que, no solamente consiga llevar a cabo las tareas sociales que de él se requieren, sino que además se vuelva una parte integral y posicionada de una red social, vinculada a otros cuerpos y objetos. Dentro de los principios estructurantes, entonces, está el ser inscrito por distintos significados para lograr que el cuerpo sea legible para otros. Es así que este cuerpo se vuelve "humano".

Desde Nick Crossley (2005, p 2) es posible agregar que el cuerpo que se "tiene", que se "es", que es sujeto y objeto a la vez (postura que reta al dualismo), es moral, estético, actuante y sensible, y sus proyectos son reflexivos. Desde la perspectiva de Anà Martínez Barreiro (2004, p 128), la definición de Grosz coincide con las definiciones de constructivistas como Douglas, Goffman, Foucault y Turner, para quienes el cuerpo es un fenómeno que pertenece a la cultura, no a una identidad biológica.

Por su parte, Marcel Mauss (Ardévol, 2009; Apartado 3) considera que el cuerpo es el primer instrumento para el ser humano. Mauss (1979, pp 337, 339, 346) habla de técnicas corporales, y las define como la manera en que las personas, sociedad por sociedad, tienen formas tradicionales de usar su cuerpo. Para el autor, para leer un gesto no es suficiente hacerlo desde la fisiología o la psicología; es necesario leerlo desde las tradiciones que se lo imponen. Por esta razón, por ejemplo la posición de los brazos al hablar o la marcha no son el simple resultado de ciertos mecanismos individuales o físicos, sino que constituyen una idiosincrasia social.

Nick Crossley (2005, p 8) afirma que esta perspectiva de las técnicas corporales parte de la tradición durkheimiana pues retoma los "hechos sociales", integrando esta visión con una consideración de hechos biológicos y psicológicos. Según Crossley (op cit), para Mauss, las técnicas corporales son hechos sociales pues varían según la sociedad o el grupo y existen antes y existirán después de la vida de los individuos específicos que las practican. Sin embargo, dice Crossley, las técnicas corporales también presuponen estructuras biológicas y encarnan conocimiento, razón y propiedades psicológicas. Por esta razón, se les debe conceder más flexibilidad y mayor espacio para la imaginación y la improvisación de lo que Mauss les otorgó. Por ejemplo, para Mauss (1979) la sociabilidad de las técnicas corporales está relacionada con el hecho de que pertenecen o se dan en un grupo o sociedad específico. Para Crossley (2005, p 9) esta sociabilidad tiene que ver también con el hecho de que se busca que una acción cumpla con las exigencias de una situación específica, con lo que se espera de uno para esta situación. Esto le otorga cierta libertad al cuerpo para no ser solo un elemento determinado o reactivo.

Para ello, el autor (Crossley, 2005, p 9, 10) propone el concepto de técnicas corporales reflexivas, que serían aquellas técnicas corporales cuyo propósito primario sería trabajar sobre el cuerpo mismo para modificarlo, mantenerlo o tematizarlo de alguna manera. Estas son tanto técnicas del cuerpo como técnicas para el cuerpo que pueden venir en conjuntos, esto es, en series de técnicas que se practican juntas para un propósito en común (como peinarse y maquillarse antes de una salida nocturna, por ejemplo).

Martínez Barreiro (2004) también retoma a Mauss. Para ella el cuerpo está mediatizado por la cultura y esto hace que se vuelva un medio de expresión muy restringido, que “expresa la presión social que tiene que soportar” (Martínez Barreiro, p 130), por lo que el cuerpo es un símbolo de la situación, que exhibe públicamente distintas marcas como la posición familiar, el estatus social, el sexo o la edad, entre otras.

Esta perspectiva, fundamentada en Goffman, Merleau-Ponty y Mauss (Martínez Barreiro, 2004, p 130), ha permitido pensar el cuerpo como cargado de significaciones simbólicas que es posible interpretar en la interacción y según la cual el cuerpo es el soporte del self, un soporte que tiene potencial comunicativo, pero también de agencia.

Martínez Barreiro (2004, p 131) considera que el cuerpo ha despertado en los últimos tiempos un especial interés. Como el vehículo para representar el yo (la fachada goffmaniana), el cuerpo se ha vuelto el blanco de muchas atenciones y de grandes inversiones que promueven determinados estilos de vida, muchos basados en el retorno del mito de la eterna juventud. Este renovado interés, afirma, es el resultado de profundas transformaciones en los modos de producción y en las formas de relación, y debido a la emergencia de nuevas formas de dominación.

Martínez Barreiro (2004, p 131) menciona algunas de estas transformaciones, dentro de las cuales están el cuestionamiento que el pensamiento feminista ha hecho al tema del determinismo del cuerpo sexuado y su búsqueda por plantear el problema de la discriminación en términos del género; y la manera en que la cultura consumista ha transformado al cuerpo en mercancía, a la vez que en el principal medio a través del cual esta cultura se produce y distribuye.

Jean Baudrillard (2009, 185-213) expone esta última idea al plantear que el cuerpo es un objeto más dentro de la lógica social del consumo. Para este pensador, las estructuras de producción y consumo permiten crear signos que generan una doble representación: el cuerpo-capital y el cuerpo-fetiché. Frente a estos cuerpos, dice Martínez Barreiro, 2004, p 131), múltiples especialistas

-de la medicina, la publicidad o la peluquería- contribuyen “a crear o definir y legitimar los nuevos códigos éticos y estéticos de los usos sociales” que los rigen.

Aquí es importante hacer un paréntesis para sintetizar lo planteado hasta ahora, con el fin de ordenar las ideas que fundamentan este estudio. El cuerpo que aquí se ha definido es una materialidad que escapa al ámbito de lo meramente biológico. Es un objeto al cual, para darle sentido y asignarle subjetividad, es necesario dotarlo de significados simbólicos, muchos de los cuales tienen relación con la lógica de consumo. Entonces, el cuerpo a la vez que es objeto, es sujeto. Es decir, es un cuerpo-agente que al mismo tiempo está sujeto a la estructura, siendo las técnicas corporales reflexivas una de las manifestaciones o expresiones más claras de este vínculo.

Ahora bien, lo corporal y la constitución como sujetos están íntimamente entrelazados. A los humanos se nos define a partir del cuerpo, y es en el cuerpo que se lee la diferencia sexual. Entonces, y retomando lo discutido en el apartado anterior, el cuerpo es la base del proceso de construcción y re-construcción de las identidades de género.” (Rosales-Mendoza, 2006, p 44).

Por ejemplo, refiriéndose al cuerpo de la mujer, Sandra Lee Bartky (Bartky, 1990, p 143) considera que en la conciencia de la mayoría de las mujeres en nuestra sociedad patriarcal reside un hombre que hace las veces de panóptico. Por medio de este panóptico las mujeres permanecen bajo su control. Es por esta razón que las mujeres viven sus cuerpos como si fueran vistos por otro, “un Otro patriarcal anónimo.”

Desde Bourdieu (2000), la dominación masculina vuelve a las mujeres objetos simbólicos que ven trocado el ser por el ser percibidas. Esta dominación coloca a las mujeres en un estado permanente de dependencia simbólica que para el autor es al mismo tiempo y se refleja en la inseguridad corporal. Afirma Bourdieu que las mujeres “existen fundamentalmente por y para la mirada de los demás, es decir, en cuanto que objetos acogedores, atractivos, disponibles. Se espera de ellas que sean “femeninas”, es decir, sonrientes, simpáticas, atentas, sumisas, discretas, contenidas, por no decir difuminadas”. De esta manera, la supuesta “feminidad” se vuelve una forma de complacencia que tiene como referente las expectativas masculinas (p 86), aunque habría que anotar que estas pueden cumplirse inclusive a través de la mirada de otras mujeres.

La perspectiva de Irigaray (1982, p 25) es similar. Ella afirma que la mujer forma parte de una economía escópica dominante, en la cual a ella se le asigna un rol pasivo. La mujer es el objeto hermoso para mirar. Esto se relaciona con lo expuesto por Iris Young (2005), para quien las desigualdades y la socialización de los roles de género se construyen, en gran parte, debido a la

objetificación de las mujeres. Según la teoría de la objetificación (DeFrancisco et al., 2013, p 84), cuando una persona es la receptora frecuente de una mirada que ve en ella solamente un objeto sexual que existe para el placer de quien mira, esta persona-receptora termina por internalizar esta mirada o punto de vista de su propio cuerpo, convirtiéndose el atractivo físico y sexual en el punto central de su persona.

Stevens y Ostberg (2012, p 392) analizan esta objetificación tomando en cuenta los medios de comunicación masiva. De acuerdo con las autoras, como consumidores estamos siendo bombardeados por miles de mensajes comerciales diariamente. Aun cuando no consumamos los productos que se anuncian, la publicidad nos presenta una especie de mapa de cómo vivir “la buena vida” lo que incluye, entre otras cosas, imágenes de cómo debería verse una mujer o un hombre “real”. Las maneras en las que se representa al hombre y a la mujer no son solo distintas, sino además, muchas veces, opuestas entre sí. El bombardeo es tal que estas representaciones terminan por parecer naturales y auto-evidentes.

Erving Goffman (1979) nota esto a través de la manera en la que la postura corporal es meticulosamente planeada en la publicidad. Él estudia la publicidad para analizar el uso de ciertas convenciones en determinadas puestas en escena de uno u otro género; sin embargo, él reconoce que las convenciones no son exclusivas de este ámbito, sino que todas las personas realizamos estas acciones en nuestra propia puesta en escena en la vida diaria, aunque no de manera coreografiada e intencional, como en los anuncios publicitarios.

Stevens y Ostberg (2012, p 397) afirman que la publicidad contemporánea es útil para notar un quiebre con representaciones pasadas. Gracias al “giro al cuerpo” de la posmodernidad (el cual dejó de ver al consumidor como un ser racional para empezar a verlo como un sujeto con deseos de tener experiencias subjetivas en un espacio de “libre elección”), el mercado ahora ofrece un escenario para todo tipo de representaciones de hombres y mujeres, que **sacuden** las ideas tradicionales de lo masculino y lo femenino, de hombres y mujeres, de objetos sexuales y sujetos sexuales, de la mente y el cuerpo en el consumo y de los roles de género en la cultura del consumidor.

Es importante destacar que la palabra escogida por las autoras es “sacuden” (*shake* en el original), no “transforman”, lo que revela el poco potencial subversivo de los mensajes. A pesar de esto, es posible notar un cambio en los estereotipos de género. Por ejemplo, además de hombres y mujeres que ven a mujeres, como las mismas autoras lo exponen (Stevens & Ostberg, 2012, p 402),

ha habido cambios en la representación del cuerpo masculino que permiten que hoy en día los hombres miren a otros hombres, ya sea por placer o para compararse. Esto hace que los hombres estén cada vez más conscientes de sus cuerpos y, como consecuencia, poco satisfechos si estos no cumplen con los ideales culturales.

En el caso de la representación de las mujeres, también ha habido cambios. Lisa Wade (2008) sintetiza el análisis de la portada de la revista *National Geographic* de agosto de 1999 (ver Figura 2) que hace la periodista Radhika Parameswaran. De acuerdo con la periodista, la revista utiliza los cuerpos de las mujeres como mapas detallados que quienes leen pueden usar para rastrear el paso de las culturas no-Occidentales de la tradición a la modernidad global. Si bien el análisis está hecho para hablar sobre tradición-modernidad, el uso del cuerpo de las dos mujeres es muy interesante. Parameswaran (citado en Wade, 2008) escribe:

En contraste con la suave pasividad y el cuerpo algo flojo y avanzado en años que signa la tradición, la confianza atrevida, una actitud juguetona y femenina y un cuerpo firme y andrógino registran la modernidad cosmopolita. [...]. Ella está vestida de negro, en un traje entero tallado al cuerpo, brillante, de PVC, con el cierre abierto hasta el centro del pecho para mostrar sus pequeños, casi planos senos, mientras sus pies están dentro de unas botas negras muy puntiagudas. Desdeñando la mirada que la mujer mayor le dirige, ella mira desafiantemente a la cámara y reclama su espacio personal con una confianza arrogante. Sus piernas, a diferencia de las de la mujer mayor, están separadas y sus rodillas apuntan en direcciones opuestas. Su brazo derecho está “en jarras”, mientras su palma izquierda agarra su cadera en un gesto masculino fuerte.

La imagen es de gran riqueza, pues permite ver cambios en los roles de género. Podría pensarse que realmente ha habido quiebres, pues la mujer que aquí se muestra como “moderna” es osada y confiada.

Desafortunadamente, la manera en que se representa a las mujeres a lo largo del tiempo no parece haber sufrido muchos cambios (Catterall, Maclaran & Stevens, 2005), pues si algo deja claro la imagen es que, como lo afirma DeFrancisco et al. (2013, p 97), la cultura sigue regulando la sexualidad de las mujeres al regular la belleza. Lo que es más, como lo explican las autoras (DeFrancisco et al.), las normas culturales que demandan que la mujer se adorne para ser sexualmente atractiva para el hombre, llevan la sexualidad al dominio público, haciéndola no solo concreta y externa sino además objeto de inspección, definición, monitoreo y control.



Pero si al mismo tiempo es posible ver en la imagen un giro de la mujer sumisa a una que es masculina, osada, poderosa, aunque siempre sujeta a su carnalidad, ¿cuánto se han trastocado los estereotipos de género más tradicionales?, ¿podría salir en la portada de National Geographic un hombre femenino signando la (pos)modernidad? La respuesta más probable es que no. Esto se puede explicar si vemos, por un momento, el ejercicio de poder en la sociedad patriarcal como un vector de quien subordina (hombre/masculino) al subordinado (mujer/femenina): dado que el ejercicio va del hombre a la mujer, con frecuencia los intentos femeninos por buscar el poder tendrían que masculinizarse. Es por esta razón que un hombre femenino es un hombre que camina en dirección descendente en el vector del poder, identificándose con la persona subordinada. En palabras sencillas: la masculinidad es más valorada que la femineidad (Michelman & Kaiser, 2000, p 122).<sup>4</sup>



*Figura 2. Comparación entre el cuerpo de la tradición y el cuerpo moderno.*

Fuente: National Geographic; agosto, 1999.

<sup>4</sup> En la dicotomía establecida entre hombre-mujer y masculino-femenino, según la cual el hombre/masculino es superior, es un insulto llamar afeminado a un hombre, pues esto quiere decir que se asemeja a una mujer y que, por ende, no es tan valioso como un hombre “de verdad”.

Así, y trayendo a colación lo expuesto en el subapartado anterior sobre el pensamiento binario (jerarquización entre A y no-A), es posible entender por qué el estereotipo no solamente dicta que los hombres sean masculinos, sino además que no sean femeninos. Para ello no basta entonces con ser fuerte, independiente, heterosexual y agresivo, sino que no se debe llorar, expresar emociones, interesarse en profesiones femeninas (secretaria, maestra de preescolar), maquillarse o mostrar cualquier cualidad femenina que pueda hacer parecer que hubo pérdida de control (Kilmartin, 1994).

Como lo expone Goffman (1963, p 128) solo hay un hombre completo, capaz de no sonrojarse, en Estados Unidos: es el hombre joven, casado, blanco, urbano, del Norte, heterosexual, protestante, padre, con estudios de educación superior, empleado a tiempo completo, de buena complexión, peso y altura y con una marca reciente en algún deporte. Aquel hombre que no logre cumplir con alguno de estos puntos es probable que se vea a sí mismo (por lo menos durante instantes) como desvalorizado, incompleto e inferior.

Al respecto, sin embargo, en DeFrancisco et al. (2013, p 87) se presenta un ejemplo interesante. Es el caso de un par de ocasiones en que G.W. Bush fue captado llorando en público. El hecho de ver al Presidente de los Estados Unidos llorando fue motivo de noticia (por ejemplo, DeFrancisco et al. menciona que Times Magazine hizo una lista –apologética, diría yo- de los momentos en que esto sucedió). A este caso se añan los numerosos políticos hombres que fueron vistos llorando después de los ataques del 11 de setiembre de 2001 a las Torres Gemelas. En ambos casos, las lágrimas no fueron prueba de debilidad, sino de su humanidad.

Frente a estos casos, en DeFrancisco et al. (2013, 86) se expone el de la congresista Patricia Schroeder, quien fue atacada por llorar frente a las cámaras al retirarse de la contienda presidencial estadounidense en 1987. Sus críticos le achacaron el haber reforzado precisamente el estereotipo de la mujer llorona que no tiene lugar en el mundo de la política. Por esto, las autoras (DeFrancisco et al., 2013, 86) preguntan, ¿qué hubiera pasado si una mujer, candidata a la presidencia, hubiera llorado por los ataques de 9/11?, ¿sería esto visto como prueba de humanidad o como falta de control emocional?

Aquí no es que se contradiga el estereotipo; todo lo contrario. La mujer fue tachada de “emocional” (una constante), mientras que el hombre fue caracterizado como “humano” (una característica profunda que salió a la superficie corporal de manera excepcional). Puesto que para

hacer política no se puede ser emocional, el llanto de la mujer lo que hace es probar que ella no pertenece en el mundo de lo público, sino en el de lo privado, justificando así el dominio masculino en este primer ámbito.

Esta es la misma dinámica que está detrás de los famosos *pant-suits* (la versión femenina del traje de saco y corbata masculinos) de la también candidata a la presidencia estadounidense, Hillary Clinton, de quien se percibía que con su escogencia de guardarropa “intentaba presentarse como uno de los hombres (en la política) con el fin de ser percibida como igualmente calificada” (Lisaliberatore, 2013, párrafo 2).

Para Ann C. McGinley (McGinley, 2009, p 717), Clinton le restó importancia a su femineidad, a la vez que dio énfasis a su dureza, para compensar el hecho de ser una mujer en la política y así ganarse el respeto por su competencia y su experiencia. Tanta fue su necesidad que después de haber aceptado una invitación para posar en la portada de la revista de modas Vogue, cambió de opinión y rechazó la invitación argumentando que temía mostrarse muy femenina. Ante esto, la editora de la revista, Anna Wintour, escribió en la Carta de la editora de febrero de 2008 (Wintour, 2008, p 54): “La noción de que una mujer contemporánea debe verse hombruna para poder ser tomada en serio como una buscadora de poder francamente causa consternación. ¿Cómo llegó a esto nuestra cultura?”.

Lo anterior permite ver algo que es importante para este estudio. Como dice McGinley (2009, p 218), este ejemplo permite demostrar la restricción a la que se enfrentan las mujeres cuando aparecen en público. Su autoridad o habilidad es evaluada, parcialmente, con base en su atuendo.

No hay que ir muy lejos. Afirma Laura Chinchilla en una entrevista, cuando aún era Presidenta de la República:

Recuerdo cuando en algún momento un empresario me dijo: ‘¿qué pasa presidenta, que hace tiempo no sabemos de usted?’ y le dije: ‘diay, ¿qué pasa?, que me estoy ocupando de las cosas, ¿qué voy a estar haciendo?’. Y responde: ‘diay, como hace días no la vemos, creímos que estaba en el salón haciéndose las uñas’. Y yo nunca he ido a hacerme las uñas, me las arreglo sola. [...]. Algo que he comentado con mujeres que han ocupado puestos políticos importantes y en otras áreas, es que a las mujeres se nos mira, pero no se nos escucha. A veces la gente está más pendiente de cómo luce uno, si el vestido tiene el porte

adecuado, si se logró el balance con el maquillaje y si el cabello está bien arreglado. (Vizcaíno, 2013)

Como lo afirman Susan Michelman y Susan Kaiser (Michelman y Kaiser, 2000, p 123), hay consecuencias severas para aquellas personas que transgreden el balance de poder y los límites de la apariencia asignada a los géneros. El Presidente de los Estados Unidos de América puede llorar; pero si usa una enagua, a menos que lo haga mientras toca la gaita, se arriesga a ser atacado por atreverse a ser un cuerpo liminal, ambiguo. Esta conclusión es muy importante para efectos del trabajo de campo.

La cuestión del arreglo personal es muy interesante. DeFrancisco et al. (2013, p 91) afirman que las personas creen que la manera en la que se arreglan o acicalan es solamente una expresión individual basada en una decisión personal. Pero dado que, como ya se explicó, aquí se adopta una perspectiva materialista del feminismo, es posible afirmar que esta práctica está influenciada por las normas culturales de la sociedad en que se da, así como por el género y la clase social. Los trajes de Clinton y los comentarios de Chinchilla así lo confirman.

A pesar de esto, es posible también coincidir con lo expuesto por Eileen Boris (2010, p 169), quien comenta que la moda es un terreno donde se pueden tanto reforzar como retar las restricciones impuestas por la dominación hegemónica. Un ejemplo de esto es la opinión expresada por Barbara Winkler (Boris, p 170), directora del área de Estudios de la Mujer de la Universidad del Sur de Oregon, compartida con Boris por medio de un correo electrónico. Para Winkler su cuerpo es un lienzo que le permite expresar su amor por el color y la forma, diciendo al mundo “esta soy yo”, sobre todo si esta expresión subvierte de alguna manera las normas, haciéndola sentirse como una guerrera cultural. Así, McGinley (2009, p 170) concluye que la construcción de una “mujer” a través del vestido ofrece terrores, pero también posibilidades creativas. El comentario podría ampliarse para que abarque también a los hombres, aunque hay que poner en una balanza los criterios que ven a la mujer como prenda del hombre (por ejemplo, lo expuesto por Irigaray (1982) y similares en la sección anterior), y lo aquí planteado sobre la reformulación del mercado del cuerpo-objeto del hombre.

De todas maneras, en este punto ya es evidente cómo los cuerpos de las mujeres son tratados de manera distinta que los de los hombres, algo que refuerza de manera circular las diferencias entre los sexos/géneros. Entonces se tiene, por ejemplo, que la ropa que sigue de cerca los contornos del cuerpo es diseñada sobre todo para mujeres. A esto se aúna el que los cuerpos de

las mujeres sean cubiertos con joyas, diversos tipos de zapatos, carteras, cosméticos y peinados que casi parecen dar la idea de que en estado natural estos cuerpos son inaceptables. Pero esta no es solamente una preocupación de las mujeres. Los hombres forman parte, cada vez más, de esta dinámica; ahora ellos sienten presión por mejorar la condición de su cabello, su bronceado y sus abdominales. Pero si bien existen algunos productos en el mercado que pueden ser usados tanto por mujeres como por hombres, en muchos casos es posible diferenciarlos según el género (por ejemplo, es cuestión de ver los colores del empaque de un desodorante) (DeFrancisco et al., 2013, p 91). Esto indica que, aunque ellos hayan sido “incluidos” en la dinámica, siempre se establece una diferenciación.

Bartky (1990) expone el tema de la diferenciación desde otra perspectiva, más cercana a lo apuntado por Goffman (1979) y Mauss (1979). Ella afirma que las diferencias entre los sexos son notables en “los gestos, las posturas, los movimientos y en todo el comportamiento corporal en general” (Bartky, p 140). Para la autora las mujeres se mueven y vivencian su espacialidad de manera más restringida que los hombres. Para respaldar esto hace uso del trabajo de Iris Young, quien nota una constricción en la postura de las mujeres, así como un ‘moverse’ que por lo general se da de manera inhibida.

Young (2005, p 43) afirma que la mujer desarrolla una timidez corporal que aumenta con la edad, que le indica que debe tener cuidado de no golpearse, de no ensuciarse y de no arruinar su ropa. Pero no es solamente un no-poder-hacer; es también un mandato que produce acciones: caminar como una mujer, inclinar la cabeza como una mujer y pararse y sentarse como una mujer. En resumen, serían las técnicas del cuerpo propias de la mujer las cuales, eso sí, varían según la clase y otras variables como la etnia o la ya mencionada edad.

Para Bartky (1990, p 140) el espacio de la mujer no es un espacio en el cual ella pueda realizarse de manera libre, sino que más bien es un cerco que la delimita. Así, la mujer con demasiada libertad corporal es también propensa a ser vista como una mujer con demasiada libertad moral. Quizás esto puede contribuir a explicar la interpretación de “disponibilidad sexual” que hacen algunos hombres de algunas mujeres en un bar, de acuerdo con lo estudiado en los Antecedentes de estudio (por ejemplo, Durheim, Rautenbach, Nicholson y Dixon, [2013]).

Pero continuando con el tema central de Bartky (1990) ella expone que los rostros y cuerpos femeninos están adiestrados para expresar deferencia. Si las mujeres se ven observadas por hombres, estas desvían o bajan la vista pues la autoridad de quien ve no es propia de una mujer

“buena”, sino osada. Para ella este lenguaje habla de manera elocuente sobre el estatus subordinado en la jerarquía de los géneros, y si el mismo fuera empleado por un hombre en una jerarquía masculina, sería interpretado como un lenguaje de subordinación.

Siguiendo esta idea, se sabe que personas que difieren en su estatus social se comportan de manera diferente entre sí (Hall, 2001). En DeFrancisco et al. (2013, p 86) se afirma que las personas en posiciones subordinadas, como algunas mujeres, tienden a poner más atención a su postura corporal. A esto se aúna el que haya expectativas con respecto a la expresividad o el apoyo que deben dar las mujeres a otras personas, algo que se evidencia en el hecho de que las mujeres asienten con la cabeza y se inclinan hacia la persona a la cual escuchan más veces de lo que lo hacen los hombres.

A esto se puede sumar el hecho de que, en la economía del tacto, los hombres tocan a las mujeres con mucha mayor frecuencia que a la inversa y de que en la economía de las sonrisas hay evidencia empírica de que las mujeres dan más de lo que reciben. Esto quiere decir que ellas en general sonríen más (Hess, Adams Jr. & Kleck, 2005; LaFrance, Hetch & Levy Paluck, 2003). LaFrance y Hecht (2000) enfatizan que los individuos con mayor poder tienen más libertad para decidir si sonríen o no en una situación dada. Así, parece ser que las personas en posiciones de menor estatus sonríen más por obligación que por expresar placer (Hetch & LaFrance, 1998). Por lo tanto, no solo es si las mujeres sonríen más o no, sino que las razones para sonreír son distintas de las de los hombres.

Con respecto al movimiento corporal, Bartky (1990) también hace algunas anotaciones. Para ella, la mujer tiene que combinar de manera equilibrada constreñimiento, gracia y un cierto grado de erotismo que, eso sí, debe ser modesto. A manera de ejemplo, ella menciona que la mujer debe mantener el estómago sumido, exhibir el busto y, durante la marcha, caminar con un movimiento que combine una rotación provocadora de las caderas sin excederse en la exhibición.

Entonces, y haciendo una pausa para analizar lo repasado hasta aquí, es posible notar que en la sociedad patriarcal se construyen “cuerpos dóciles” sujetos a una regulación perpetua y exhaustiva: “una regulación del tamaño y contorno del cuerpo, de sus apetitos, de sus posturas, sus gestos y, en general, de su comportamiento en el espacio y la apariencia de cada una de sus partes visibles.” (Bartky, 1990, p 149). En contraposición, es posible pensar que los hombres no experimentan sus cuerpos de esta manera. Dado que los hombres son más bien vistos como fuertes, independientes, heterosexuales, rudos, agresivos, físicos y competitivos, se les ve activos,

disfrutando de actividades masculinas como los deportes o el beber licor, tomando riesgos físicos, ganando dinero e iniciando el contacto o la actividad sexual (Sait & Booley, 2003, p 6). Esto se refleja en la manera como se presentan y se mueven en el espacio: un movimiento libre y agresivo que a la vez debe demostrar confianza y seguridad en la propia masculinidad y heterosexualidad (lo que indica que obviamente se hace referencia a un hombre heterosexual).

Sin embargo, dado que no todos los cuerpos son iguales, hay elementos de compensación. Un fenómeno interesante que Emily Friedrich (2013, p 6) estudia es el de la tecnología como accesorio masculino. Para la autora, las tecnologías, sobre todo las caras, han puesto en marcha nuevas maneras de in-corporar la masculinidad, pues permiten a aquellos cuerpos que no logran sobresalir por su pericia física acceder a métodos artificiales para hacerlo. La tecnología funciona como un sustituto de los imperativos físicos. Una posible explicación es que se accede a la tecnología a través del dinero, que es una "faceta" o "fachada" del poder. Así, nos dice Friedrich, los beneficios de la modernidad han sido incorporados a la dinámica de los géneros, creando nuevas variaciones para los estereotipos.

Esta modernidad también está bien representada en la síntesis que Martínez Barreiro (2004, p 134) hace de lo expuesto por Bartky (1990), en la cual distingue tres técnicas corporales que producen un cuerpo más femenino, pero que son usadas cada vez más por hombres lo que implica tener en cuenta el interés capitalista por los cuerpos. Primero, las técnicas que buscan normar el tamaño y la configuración del cuerpo; entre ellas están las dietas y la cirugía estética. Segundo, las técnicas que buscan que el cuerpo se exprese de manera "femenina" a través del movimiento, de los gestos, de la mirada. Tercero, las técnicas que ven al cuerpo como una superficie a la cual decorar, como el uso de maquillaje, joyas o la práctica de la depilación.

Estas técnicas son posibles de explicar desde Foucault y su perspectiva del poder (Foucault, 1992, p 46). Para ello es necesario concebir al cuerpo como inmerso en un campo político, atravesado por los discursos sociales. En *Vigilar y castigar*, Foucault (1999, p 142) afirma que esto es posible gracias a un sinnúmero de técnicas minuciosas, ínfimas, pero cuya importancia radica en el hecho de que de alguna manera definen un modo de adscripción política y detallada del cuerpo, una microfísica del poder que desde el siglo XVII no ha dejado de "invadir dominios más amplios, como si tendieran a cubrir el cuerpo social entero."

Sin embargo, se debe recordar que allí donde haya poder, habrá resistencia. Por ejemplo, Lisa Jacobson (2010, p 179) toma la tercera técnica expuesta por Martínez Barreiro (2004) -ropa y

accesorios- e intenta delimitarla de manera distinta. La autora es consciente de que la manera "femenina" de vestir ha sido el blanco de las críticas de muchas feministas por mucho tiempo. Estas han criticado el mundo de la moda por contribuir a constreñir el movimiento físico de las mujeres y a hacer que estas sean vistas (y se vean a sí mismas) como objetos sexuales, convenciéndolas de invertir más en su apariencia superficial que en su desarrollo intelectual. Para Jacobson, bajo esta retórica que aparenta ser liberadora se esconde más bien una campaña igual de siniestra en la que las feministas buscan controlar a otras mujeres, restando credibilidad a las credenciales feministas que puedan tener quienes disfruten de la moda. En este sentido, habría congruencia con McGinley (2009, p 170) sobre la posibilidad creativa que ofrece el vestido.

Sin embargo, Catterall, Maclaran y Stevens (2005, p 490) hacen una crítica interesante a esta postura, la cual ellas catalogan como "postfeminista". Para las autoras, ha habido un desvío de los temas del feminismo de la segunda ola, los cuales buscaban un cambio político a través de una postura anti-capitalista y anti-mercado. Hay una tendencia ahora a hacer "feminismos de mercado" que ven a la industrialización y el sistema de mercado como grandes contribuyentes para el crecimiento del feminismo. Dentro de esta nueva tendencia, las ideas feministas son popularizadas y, más bien, mercadeadas como productos; se han cooptado las luchas y se han empacado para hacer parecer que la libertad, la elección y las oportunidades son deseos, estilos de vida, emociones e imágenes que pueden ser obtenidos por medio del consumo.

La noción de "posmodernismo liberador", continúan las autoras (Catterall, Maclaran & Stevens, 2005, p 496), propone un consumidor que encuentra en el mercado maneras multifacéticas de autoexpresarse, en lugar de una seducción ante la cual se sucumbe. Entonces, por un lado, es positivo el poder pensar en un consumidor creativo que logra apropiarse de los signos y símbolos del mercado para acomodarlos a sus propios fines. Sin embargo, el peligro es que se piense que la libertad personal solo es posible por medios económicos, como si la libertad de consumir fuera la libertad como tal, total. Es un peligro, primero porque se anulan las posibilidades de actuar de manera subversiva fuera del mercado. Segundo, porque esta construcción de identidades o alteridades sería posible solo para un número reducido de personas con ciertas características económicas, lo que a su vez se traduce no solo en restricciones por clase, sino por raza o etnia; y tercero –según Catterall, Maclaran y Stevens (p 494)- porque al enfocarse en la satisfacción individual, este postfeminismo reprime la crítica colectiva situando la responsabilidad en un consumidor individual; aquí la solidaridad ha sido sustituida por una teorización posmoderna vacía



de contenido moral. Para Angela McRobbie (2009) es más peligroso aún; se trata de crear ideas “modernas” sobre las mujeres, especialmente las más jóvenes, para que al diseminarlas (las ideas) de manera agresiva haya certeza de que no re-emergerá un nuevo movimiento de mujeres.

A pesar de esto, Michelman y Kaiser (2000, p 123) opinan que para pensar en nuevas posibilidades para las relaciones de género necesariamente se debe incluir el cómo la gente le da sentido a su vida cotidiana, en el entendido de que hacerlo de manera creativa y crítica requiere la mezcla de política y estética. Las autoras recuerdan que la palabra *fashion* está relacionada, etimológicamente con las palabras latinas *facere* (hacer) y *factio* (relacionada con la idea de facciones políticas). Así, la política y la estética se entrecruzan en el proceso de dar sentido a la cotidianeidad, en este caso a través de la ropa y los elementos a ella relacionados.

Es evidente que el panorama es complejo. Las posibilidades subversivas que ofrecen los cuerpos dependen de identificar el ejercicio del poder y esto no es tarea fácil. Siguiendo a Foucault, estas prácticas que pueden ser consideradas disciplinarias funcionan como micropoderes que no solamente están “en los propios agentes de socialización (familia, escuela, medios de comunicación), sino en todas partes y en ninguna a la vez” (Martínez Barreiro, 2004, p 134). Aquí es pertinente retomar la idea de naturalización: para Martínez Barreiro, la ausencia de una estructura formal o institución crea la impresión de que la producción de la feminidad es natural y su acentuación es voluntaria. Sin embargo, se debe evitar la postura terrible que ve a la mujer solamente como superficie- o cuerpo-víctima que no es capaz de escoger la “feminidad”, sino que es receptora pasiva de los dictámenes sociales. Se debe recordar de nuevo que esa “superficie” es realmente un sujeto-agente, capaz de ejercer también poder y resistencia. Lo mismo aplica para los hombres.

Además, reconociendo todo lo que hasta ahora se ha dicho sobre las técnicas del cuerpo, los cánones de belleza, lo que el cuerpo es capaz de comunicar, las normas que se quisieran romper y la habilidad de cooptación del mercado, se puede caer en el error de asumir que todos los cuerpos son iguales. Ésta es precisamente una de las críticas que algunas feministas han hecho a la concepción foucaultina del cuerpo atravesado por el poder (Piedra, 2004, p 136), y dado que este es uno de los anudamientos presentes en este escrito, es necesario posicionarse frente a esta idea.

Quizás se deba aclarar que Foucault en su obra realmente no hace distinción entre los cuerpos de hombres y los de mujeres; en este sentido trata al cuerpo como si fuera uno. En palabras de Sandra Lee Bartky (1990, p 138), Foucault habla como si las experiencias corporales no difirieran entre

hombres y mujeres y como si estos y estas tuvieran la misma relación con las instituciones de la vida moderna. Ante esto la autora se pregunta por el relato de las prácticas disciplinarias que dan origen a los cuerpos dóciles de las mujeres, prácticas que, aunque someten tanto a hombres como a mujeres, no pueden ser pensadas como teniendo los mismos efectos sobre ambos pues hay “disciplinas que producen una modalidad de incorporación que es peculiarmente femenina. [Por esta razón, no se deben] ignorar las formas de sujeción que engendra el cuerpo femenino [pues esto] es perpetuar el silencio y la impotencia de aquellas sobre quienes se han impuesto estas disciplinas.”

De todas maneras, tampoco se puede pensar que estas técnicas no afectan de manera negativa a los hombres. Primero, porque como afirman Sait y Booley (2003, p 4), en muchas ocasiones el poder de los hombres se da por sentado y no se cuestiona, pero no todos los hombres son igualmente *poderosos*. Segundo, porque los hombres son también víctimas de este poder que les insta a hacer sus propias construcciones de género con las cuales pueden querer diferir. Esto es importante reconocerlo en el contexto de las luchas de género.

Ahora bien, y volviendo a la crítica que Bartky (1990) hace a Foucault, no todos los cuerpos de todas las mujeres son iguales (tampoco los cuerpos de los hombres, evidentemente). Los efectos del poder no son idénticos para todos los (las) sujetos; no todas las personas tienen la capacidad para actuar o decidir de la misma manera. Para Rosi Braidotti (Herrera, 2011, párrafo 5) es un asunto de entender que aunque todos estemos contruidos como hombres o mujeres como efecto de ciertas condiciones simbólicas, semióticas y materiales que nos separan en categorías binarias, hay un más allá de este sesgo dualista cuyo sustento se encuentra en la diferencia sexual. Nos atraviesan además otros factores de clasificación que pertenecen al campo de la alteridad, a todas las posibles “otredades” (pobre, inmigrante, mujer, lesbiana...) que conforman el polo negativo del poder, de lo que es considerado “normal” por parte del sistema, a través de las normas y las instituciones.

Y si bien, como ya se ha aclarado, el poder en la interacción se manifiesta parcialmente a través del cuerpo (lo que permite ver no solo lo que es típicamente femenino y/o masculino, sino el hecho mismo de que lo femenino está de alguna manera subordinado a lo masculino) no se debe olvidar que –de acuerdo con Braidotti (Mandel, 2010; Introducción)- el sujeto “mujer” no es una esencia monolítica definida y acabada, sino que más bien es el lugar de conjunción de múltiples experiencias que son complejas y hasta contradictorias; un lugar definido por variables superpuestas como la clase, la etnia, la edad, la orientación sexual y el estilo de vida, entre otras. Y es precisamente porque

ni mujer ni hombre son una definición ya dada, que es posible pensar en el cuerpo como lo hace Claudia Mandel (2010, p 20), como “un espacio desde el cual se pueden socavar los bordes o límites patriarcales: de género, de clase, de raza.” El cuerpo como lo no discursivo, dice Jessica Alfaro (2005, p 107), como posibilidad de un sinnúmero de puntos que fugan hacia efectos diversos, donde no necesariamente se sabe lo que se actúa y “donde vale la pena mirar para abrir llaves hacia lo inteligible, hacia las palabras y su entrada en lo social circulante.”

Es importante cerrar, entonces, resaltando la relevancia que tiene el cuerpo para los ejercicios de poder y resistencia, pues el poder tiene en los cuerpos uno de sus principales loci. Como lo dice Foucault (1992, p 46), el poder se ha introducido en el cuerpo y a través de este se expone. Pero dado que los cuerpos se sitúan necesariamente en el espacio y el tiempo, su relación con ambos elementos es crucial. Así, los estilos del cuerpo y sus transformaciones –entendidos estos como productos culturales, situados en un momento histórico y una cultura determinadas- tendrán una especial relación con la idea del espacio, sobre todo el urbano. Es esta relación la que se explora en el siguiente apartado.

### **c. Espacio**

Como ya se mencionó, las transformaciones en la producción de los cuerpos tienen correlatos que, en relación dialéctica, se nutren de y nutren a otros elementos; esta es la razón por la que se analiza a continuación el elemento “espacio”. Como se mencionó en la introducción a esta reflexión teórica, el espacio –en su relación con el género y el poder- se analizará en dos niveles. En el nivel macro se hará referencia principalmente al espacio urbano, por ser lo urbano aquello que conforma la cultura moderna (Brunner, 1991). El nivel micro hace referencia a un cambio de escala contenido en la ciudad misma; se refiere ya específicamente a los bares como lugares donde los cuerpos antes analizados, atravesados por los ejercicios de poder, en este caso por el género, interactúan y producen a su vez espacios. Así, se considera el espacio como elemento estructurante, pero también como lo estructurado.

Para explicar esta relación se hará un recorrido por la ciudad, pensada como un espacio politizado usando como base a Doreen Massey (1994) y Henri Lefebvre (1991), el cual se buscará leer en clave de género usando aportes como los análisis que de la ciudad o la figura del flâneur hacen Green y Singleton (2006) o Collie (2013), que consideran el espacio público diseñado desde y para el hombre. También se considerará la perspectiva de Elizabeth Grosz (1999) para quien lo

urbano ofrece el contexto para la construcción de la corporalidad, y a partir de allí se hará el cambio de escala mencionado para pensar en las disposiciones corporales que se generan en un bar, ejemplificadas en el uso de la ropa, la construcción de vibra, el cruce de miradas o las distancias entre los cuerpos expuestas por ejemplo por Löw (2006), Durheim, Rautenbach, Nicholson y Dixon (2013) o Grazian (2008).

Para empezar, se puede pensar en las posibles definiciones de espacio que existen. Doreen Massey (1994, p 1) expone algunas que pueden venir a la mente, como aquellas referidas al reino de los muertos, el caso de la simultaneidad y la multiplicidad, los sistemas sincrónicos de los estructuralistas o la representación de 'n' dimensiones del espacio de la identidad. Como sea que se entienda, dice la autora (p 249) es un hecho que el espacio "está en la agenda estos días" (Massey, p 249); y esto es así desde hace ya algunos años.

Martina Löw (2006, p 120), al considerar la posición de Massey, resalta los conceptos de yuxtaposición y coexistencia; a través de ellos es posible entender que el espacio es una posibilidad de pluralidades y de relaciones recíprocas que se traslapan, lo que permite una apertura para la definición de formaciones futuras. Esto aplica, dice Löw, tanto para un territorio nacional como para los microespacios de la vida cotidiana.

Es precisamente por esta razón que es necesario realizar una definición del espacio que permita entenderlo como atravesado por lo político, pues como Massey (1994, p 250) afirma, entre las múltiples definiciones de espacio que podemos encontrar actualmente, hay algunas que lo despojan de la posibilidad de política, que lo de-politizan. Así, con la autora (Massey, pp 2, 265), hacemos aquí un intento de formular el espacio en términos de relaciones sociales. De esta manera el espacio ya no es más una superficie plana, pues las relaciones sociales son dinámicas, y es gracias a esta conceptualización que se puede pensar en el espacio como atravesado por una compleja red de poder y símbolos.

Aunado a esto, y tomando como segundo punto de partida a Lefebvre (1991, p 26), se dirá no solamente que el espacio debe ser formulado en términos de relaciones sociales, sino además que la relación no es de lugar-contenido. El mismo no es un contenedor neutral de las relaciones sociales; el espacio (social) es un producto (social), por lo que el espacio producido sirve también como herramienta del pensamiento y de la acción.

Christian Schmid (2008, p 28) considera que para para entender esta tesis tan fundamental en Lefebvre es necesario romper con la idea del espacio pensado como una realidad material

independiente, existente en sí misma. Desde Lefebvre el espacio en sí mismo nunca podría servir como un punto de arranque epistemológico, pues este es una producción cuya conceptualización surge de un concepto relacional de tiempo y espacio, donde el espacio es simultaneidad, el orden sincrónico de la realidad social, y el tiempo es el orden diacrónico que es, por ende, el proceso histórico de la producción social. Central para esta conceptualización desde el materialismo de Lefebvre, continúa Schmid (p 29) son los seres humanos en su corporalidad y sensualidad, con su sensibilidad, imaginación, pensamiento e ideologías; estos son seres humanos que se relacionan entre sí a través de sus actividades y sus prácticas.

Así, dado que el espacio es el resultado de un proceso de producción concreto, entonces además de ser un medio de producción, es un medio de control, por ende, de dominación y poder (Lefebvre, 1991, p 26, 73). Además, el espacio social no es algo imaginado o ideal; es el resultado de acciones pasadas y es lo que permite que ocurran nuevas acciones y se prohíban otras. Es decir, que en el espacio se reflejan los procesos históricos de una sociedad y esta configuración territorial histórica influye, a su vez y por un proceso dialéctico, en la producción del espacio. Así, “el espacio implica, contiene, reproduce y encubre las relaciones sociales” (Olivares Ferreto, 2006; p 39). Es por lo anterior que, desde Lefebvre, pensar en el espacio como algo no solamente neutral sino homogéneo permite la legitimación de la dominación. Pensar el espacio en términos de relaciones sociales que se producen y producen espacio, dice Martina Löw (2006, p 120) apunta a la existencia posible de sistemas de relevancia espacial que, a su vez, abren nuestros ojos a determinados ordenamientos jerárquicos y estructuraciones sociales. Esto permite pensar en exclusiones de género y de clase, específicas de una cultura. Aquí se puede entonces revelar el carácter político del espacio, y ya podemos empezar a imaginar los posibles vínculos que se establecen con el género y los cuerpos.

El espacio más relevante, para efectos de este estudio y por el impacto que desde los Antecedentes históricos ha sido posible evidenciar, es el espacio urbano. De acuerdo con lo planteado por Liz Bondi y Hazel Christie (2002, p 293), en las ciudades es posible notar la configuración por género de las prácticas sociales, porque estas muestran la huella espacial de la posición diferenciada de las mujeres en las estructuras de poder y en la división sexual del trabajo. Es aquí que se manifiestan de manera más evidente las complejas interacciones de las relaciones de poder y el despliegue de las instituciones sociales que sustentan determinadas formas de relaciones de género. Por ejemplo, es en la ciudad que el régimen de trabajo asalariado está diseñado

pensando en el trabajo productivo como masculino y el trabajo reproductivo como femenino y alejado de lo público, no incluyendo por ejemplo horarios flexibles tanto para hombres como para mujeres, espacios para el cuidado de los hijos y otro tipo de elementos que permitirían que hombres y mujeres negociasen producción y reproducción (Requena, 2014).

En este sentido, y de acuerdo con Friga Haugg (2006), todas las prácticas en la sociedad están determinadas por relaciones de género, es decir que tienen un subtexto de género, por lo que deben ser puestas en una clave de dominación que debe incluirse para comprender la sociedad. El espacio, en este caso, es una de esas prácticas; una dentro de la cual podemos reconocer distintas identidades de género y desde donde podemos analizar distintas lógicas que a la vez que se imponen en estas identidades, las crean (Bondi & Christie, 2002, p 293).

Así, es evidente que “hay una profunda conexión entre el espacio y el lugar y el género y la construcción de las relaciones de género.” (Massey, 1994, p 2). Es decir que los espacios son atravesados por el género de maneras diversas para cada época y cultura, lo que implica que esta condición “generizada” del espacio al mismo tiempo refleja y tiene efectos sobre las formas en que se construye y se entiende el género en cada sociedad (Massey, p 186).

Green y Singleton (2006, p 8) especifican esta relación. Ellas creen que el “espacio público” en las sociedades occidentales es un espacio para el disfrute del hombre, blanco, heterosexual. Es este quien ejerce control sobre otros grupos al dirigirse a estos con su mirada. Natalie Collie (2013, p 4) expone la misma idea pero tomando la figura del *flâneur* como punto de partida. Para la autora, el *flâneur* es un hombre, de clase media, cuya posición privilegiada le permite ser el sujeto, no el objeto, de la mirada. Su género, su clase, le permiten disfrutar del espectáculo de la ciudad al tiempo que puede resguardarse de la mirada de los curiosos, no ser víctima de ellos. Esta lectura tiene mucha relación con lo analizado en la sección sobre Género y poder, donde se rescata la dicotomía sujeto-objeto expuesta por Bourdieu (2000).

Ahora bien, es importante matizar estas ideas y abordar esta “masculinización” del espacio de Green y Singleton (2006) y Collie (2013), con cautela. Esta perspectiva hace distinciones de clase y de etnia que son específicas para una latitud, algo que quizás no sucede de la misma manera en un entorno como la ciudad de San José. Es decir, esta es una definición localizada en el Norte, que no toma en cuenta las posibles variaciones culturales de esa mirada. Inclusive, no toma en cuenta los cambios acaecidos en las últimas décadas (y ya mencionados en apartados anteriores) según los cuales el hombre también es sujeto de la mirada y la ciudad se ha transformado, albergando una

serie de nodos semi-privados, como los grandes centros comerciales de nuestra Área Metropolitana, por ejemplo. Aquí quizás el error ha sido, precisamente, pensar en el espacio solo como contenedor de la acción.

A pesar de esto, como lo apunta Martina Löw (2006, p 129), es cierto que el proceso de vincular objetos juntos para que estos formen espacios está fuertemente basado en la mirada. Y si bien, como lo dice la misma autora (Löw, p 127) a manera de juego: los hombres heterosexuales miran a las mujeres, las mujeres miran a quienes tienen una discapacidad, los hombres heterosexuales a los hombres homosexuales, las mujeres a otras mujeres y los hombres negros u homosexuales miran alrededor para protegerse de las miradas, al final lo que se describe es una dinámica en la que la posición cultural de quien observa está codificada como masculina, y la de quien es observada es codificada como femenina. Así, lo más importante de estas definiciones, y lo que aquí será fundamental, es la idea de que el espacio no es construido-experimentado de la misma manera por todas las personas. Hay condiciones de edad, clase, género y etnia, por mencionar quizás las más importantes, que harán de un espacio como una ciudad un lugar diferente según se crucen de manera diversa estas condiciones.

Green y Singleton (2006, p 6) ejemplifican estas distintas experiencias cuando hablan de las conductas que deben adoptar las mujeres en su relación con la ciudad. Por ejemplo, algunas mujeres caminarán solamente por las rutas más concurridas y evitarán el acceso a ciertos lugares durante horas de la noche para evitar ser víctimas de agresión o asalto sexual. Claro está, aquí no se puede olvidar que de la clase social dependerá el acceso que las mujeres tengan a otros espacios percibidos como “más seguros” (nuevamente, siendo los centros comerciales un buen ejemplo).

Pero utilizando como base para el análisis esta idea de la relación de las mujeres con la ciudad, se vuelve importante reflexionar sobre si esto responde a cuestiones del diseño o urbano o si hay algo más allá. Green y Singleton (2006, p 4) lo aclaran muy bien, y su aclaración está acorde con las posturas tanto de Löw como de Lefebvre ya expuestas: no es el diseño del espacio mismo lo que genera vínculos distintos, sino precisamente las relaciones sociales, las cuales logran que el espacio se produzca como excluyente. Sin dejar de lado esta idea, es posible volver a lo planteado por Collie (2013, p 4) quien al realizar su contraste entre el hombre observador (*flâneur*) y la imposibilidad conceptual de una “mujer-observadora” (*flaneusse*) en la ciudad, hace un interesante análisis del lenguaje. La autora menciona cómo, tradicionalmente, a una mujer que se pasea por la calle se le llama “mujer de la calle” (*street walker*, en el original en inglés), una especie de mujer que

es a la vez espectáculo y decadencia. Para Collie (Ibíd.) la mujer históricamente ha sido representada como un síntoma de desorden, un problema; la interrupción en la ciudad. Para Massey (1994, p 258) esta representación va más allá; realmente atraviesa la dicotomía tiempo-espacio.

Al respecto, Martina Löw (2006, p 125) retoma la obra del antropólogo del siglo XIX Karl Schmidt, quien al estudiar la relación entre las dicotomías hombre-mujer y tiempo-espacio, encuentra que el hombre aparece como una encarnación del tiempo, el proceso encarnado del devenir, mientras que la mujer es el espacio, el *ser*. Schmidt expone la dicotomía en sus diversos elementos: activo y pasivo, mente y cuerpo, cerebro y corazón, individuo y especie, positivo y negativo. Doreen Massey (1994, p 258) profundiza en este tema y encuentra que según esta dicotomía, ahí donde el tiempo sea dinamismo, dislocación e Historia y el espacio sea pensado como un elemento estático, este último será feminizado, y por ende, denigrado. Para Löw (2006, p 126) esto ha generado una asociación entre los espacios que se miran y los cuerpos femeninos, asociación que encuentra su cristalización más popular en los concursos que coronan a reinas de belleza como representantes de un espacio nacional. Sin embargo, Massey (p 258) encuentra también la idea inversa; ahí donde el espacio sea caos y el tiempo sea orden, el espacio será también pensado como femenino y, por ende, amenazante.

Sin embargo, hay algo importante en esta concepción de una mujer como “amenazante” y es que lleva implícita una idea de resistencia o libertad pues lo que la mujer amenaza es el orden establecido, sea este moral o estético. Ella puede ser percibida como capaz de trastocar el ejercicio del poder. Massey (1994, p 258) lo explica desde la ciudad, refiriéndose a la misma como un espacio donde se puede escapar de la rigidez de los controles patriarcales, donde la vigilancia es menos estricta y donde la mujer forma parte de la licencia sexual caótica percibida como “tan urbana”. Es posible profundizar sobre este tema en el siguiente subapartado sobre ‘ocio’.

Aquí es importante detenerse en la elaboración teórica para hacer una aclaración, basada en la postura de Massey (1994, p 259). Ella insta a reconocer que de lo que se habla no es de una “esencia” masculina en la concepción del espacio (lo cual se extrapola a la mirada y la relación sujeto-objeto); esto no es posible pues no existen esencias “masculinas” o “femeninas”. Más bien, se trata de entender cómo la dicotomización de ciertos elementos, como el tiempo y el espacio, puede reflejar la masculinidad y la femineidad de la sociedad sexista en la que vivimos. Marion Roberts (1998, p 1) nos recuerda que la teoría contemporánea ha intentado mirar más allá de lo binario, retando y haciendo críticas al uso de los dualismos como una herramienta analítica. Así, al



usar estas categorías no se trata de esencializar las esferas o los espacios, sino de problematizar su dicotomización.

Teniendo esto claro, podemos pasar a hacer más explícita la relación entre espacio y cuerpo. Por ejemplo, Elizabeth Grosz hace un análisis del espacio –específicamente el urbano- en su relación con el cuerpo. Para ella la ciudad regula y produce el cuerpo sexuado. Según Grosz (1999, p 242), el entorno construido ofrece el contexto para la mayoría de las formas contemporáneas del cuerpo, incluidas las rurales dado que lo rural es la materia prima del desarrollo urbano. La forma y las normas urbanas tienen efecto sobre aquellos elementos que contribuyen a construir la corporalidad y la subjetividad, y es a través de estas y de las imágenes, los sistemas de representación, los medios masivos y las artes, que el cuerpo se satura culturalmente y es tomado, transformado y en su representación es reexplorado, contestado y reinscrito. A su vez, dice Grosz (p 242), la ciudad está sujeta a ser transformada y reinscrita por los cambios en las necesidades demográficas, económicas y psicológicas del cuerpo.

Ejemplos sencillos de esta relación hay muchos. Mencionaré tres casos brevemente: Flowers, Marriot y Hart (2000) quienes sugieren que en Glasgow, Escocia, existen distintas culturas sexuales, en la “escena” gay, asociadas a distintos lugares. Es más, algunas conductas sexuales son entendidas en términos del lugar donde se dan; para los autores, tres establecimientos son muy importantes en este sentido: los bares, los baños públicos y los parques públicos. Aquí la actividad sexual se ve afectada, es entendida y es constreñida directamente por el lugar donde se da. Otro ejemplo es presentado por Löw (2006) quien en su artículo analiza el estudio de Jean-Claude Kauffman “Cuerpos de mujeres-Miradas de hombres” el cual busca comprender la manera en que se muestran y cómo organizan el espacio los senos desnudos de las mujeres en la playa, de la cual el autor escribe: “La playa cree ser un lugar libre, pero de hecho el mínimo gesto, la mirada más breve, son monitoreados” (Kauffman, 1996; citado en Löw, p 121). Como último ejemplo mencionaré el curioso estudio de Spencer Cahill y sus estudiantes (Cahill et al., 1985) quienes desde la perspectiva dramaturgica goffmaniana analizan los comportamientos de las personas en un baño público. En este espacio “tras-bastidores” llegan a conclusiones interesantes. Una está relacionada con la asociación que se hace entre baño público y manos sucias. Esta asociación motiva a las personas a mostrar su respeto por sí mismos y por los otros a través del lavado de las manos. Esta necesidad de “mostrar respeto” hace que los lavatorios se ubiquen en la región abierta, compartida de los baños públicos, permitiendo así a las otras personas ser testigos de este ritual reparador.

En estos ejemplos concretos es posible ver cómo en los distintos espacios se producen y reflejan la forma y los intereses del cuerpo en una relación de realimentación en la que estos se producen mutuamente. Esto es así para un baño, para una fábrica, para una ciudad global y, obviamente, para un bar, donde -según Gary McDonogh (1992, p 19)- espacio, poder y género se encuentran para definir tanto lo “apropiado” como las culturas y estilos de resistencia frente a esta definición.

Löw (2006, p 120), basándose en los planteamientos de Merleau-Ponty, apunta que aquello que percibimos con nuestros cuerpos no son solamente cosas sino además espacios, intersticios entre esas cosas. De esta manera, para la autora es posible decir que el cuerpo vive una doble existencia pues no es solamente el medio de percepción, sino que es en sí mismo un objeto situado y, como tal, es parte de un montaje que lo estiliza según su género y su etnia, entre otros. Por ejemplo, es desde este cuerpo que las mujeres prefieren hombres más altos que ellas o que tanto hombres como mujeres disfrutan de la satisfacción de caminar y notar que un par de cabezas se voltearon tras de sí, según lo relatado por Grazian (2008, p 191, 197) sobre las interacciones intergénero que se desarrollan en una salida nocturna.

Otro ejemplo de la relación entre el espacio y el cuerpo son ciertas prácticas corporales, como el vestir, que se deben contextualizar, es decir, que uno no viste igual sin importar el espacio. Así, para ir a un bar hay ciertos códigos de vestimenta que debemos cumplir, los cuales indican que el vestir “forma parte del orden microsocioal [...] y [que] cuando nos vestimos hemos de tener presentes las normas implícitas” (Martínez Barreiro, 2004, 135). Otro de los elementos que Ana Martínez Barreiro (2004, p 136) menciona es la distancia entre los cuerpos en el espacio, algo que está también culturalmente regulado. Durante una interacción habrá distancias íntimas (compartidas con quienes se puede tener contacto corporal), distancias sociales (una distancia que se sostiene entre personas más o menos conocidas) y distancias públicas (la distancia que separa a alguien de una audiencia). Sin embargo, si a simple vista estas distancias parecen consecuencia de una acción voluntaria, se debe analizar el fenómeno con mayor detalle. Una revisión de trabajos sobre proxémica<sup>5</sup> de género indica que el comportamiento proxémico se organiza alrededor del

---

<sup>5</sup> El estudio del espacio personal, de las distancias que rodean y separan a las personas (DeFrancisco et al., 2013, p 88).

status (DeFrancisco, Palczwski & McGeough, 2013, p 88), lo que continúa ubicando al poder en el centro mismo de la acción, en el núcleo de la producción de los espacios y los cuerpos.

Como dice Löw (2006, p 128), al percibir, al ubicar y al experimentar, creamos espacios. Los producimos estableciendo barreras, ya sean simbólicas o materiales, y esperando que otras personas perciban tanto las barreras como las propias ubicaciones. Y si las barreras son cruzadas por miradas o por tactos no solicitados, por la invasión o por la fricción entre espacios que no coexisten en armonía, entonces hay una pugna entre poderes y resistencias. No es coincidencia que en los conciertos de música punk las mujeres —que son aproximadamente el 35% de la audiencia— permanezcan paradas en la periferia, rodeando el área central desde donde se mira el concierto, para evitar así formar parte del *slam*<sup>6</sup>, especie de baile tan común en los conciertos cuyo público son preponderantemente hombres (Grazian, 2008, p 187). Lo mismo ocurre cuando Grazian (p 222) habla del caso de Pedro, un joven heterosexual quien va con su amigo Joe a un bar gay. Cuando Joe le pide a Pedro que bailen al ritmo de 'Milkshake' (una canción de Rhythm & Blues sexualmente sugerente), Pedro comenta:

Mientras estábamos bailando, me preguntaba si estaba bailando de manera distinta. Traté de imitar a Joe para que la gente no pensara que no pertenecía. Cuando me sentí suficientemente cómodo, empecé a mirar alrededor. Me di cuenta de que estaba en una pista de baile solo con hombres. Para hacer las cosas peores, había dos hombres sin camisa bailando a mi alrededor. Sentí pánico. No sabía qué hacer. Joe se me acercó y me dijo que me relajara, que no iban a intentar nada.

Para Durheim, Rautenbach, Nicholson y Dixon (2013, p 56) este sentimiento de “desubicación” que Pedro parece experimentar en el ejemplo no se refiere solamente a la presencia física de otras personas en el lugar; no es solo la transgresión de una barrera personal. También se trata de poder participar de la vida del lugar, la “vibra”, para así poder acceder a formas deseables de subjetividad. La vibra estaría definida, tomando como base a Durheim, Rautenbach, Nicholson y Dixon (p 50 y 51), como una fuerza colectiva, un sentimiento, un ritmo, una construcción que da cuenta de lo fluido y móvil que es el afecto; un fenómeno potente que conecta a las personas con

---

<sup>6</sup> También conocido como *mosh*, es un tipo de baile que más parece una riña, una pelea a puñetazos. Es un vórtex de cuerpos sudorosos que involucra a múltiples participantes en un choque agresivo entre sí en un área conocida como el “mosh pit”, ubicada casi siempre frente a la tarima, en conciertos de música punk, heavy metal o de géneros similares (Palmer, 2005, pp 147, 154).

los otros y con los lugares donde se encuentran. Es un concepto que la gente usa para dar cuenta de su participación (o falta de ella) en situaciones concretas (la vibra de un bar, la vibra de un concierto). Es un puente que vincula lo individual del pensar-sentir (cómo se siente una persona) con lo social de los estados afectivos (qué se podría decir del estado de ánimo colectivo en un lugar).

En un bar lo anterior se refleja, de alguna manera, en ciertas dinámicas de exclusión. Según los autores (Durheim, Rautenbach, Nicholson & Dixon, 2013, p 50), estas dinámicas de exclusión pueden ser, más bien, uno de los rasgos más llamativos de un bar: el que sea un entorno musical semiprivado que regula quién logra entrar y quién no, lo que genera sentimientos de membresía que obran para constituir formas de subjetividad que hacen accesibles ciertos estados afectivos y que median la participación de la persona en la vida social.

A esto contribuyen las características del lugar, es decir el diseño del espacio, el cual logra constituir un “ambiente” que tiene la capacidad de inducir un estado emocional que, por ser ocio, debe ser positivo. Esta “vibra” se genera gracias a la interacción entre el diseño (el mobiliario, las personas del servicio, la música) y la manera en que este es colectivamente usado para producir una situación social afectiva que, aunque no se materializa todas las noches de la misma forma, se repite de manera familiar como si fuera la misma fiesta semana tras semana. (Durheim, Rautenbach, Nicholson & Dixon, 2013, p 49). Para ello, los bares se valen de elementos como humo, espejos y/o patrones de iluminación para generar un aura ya sea sofisticada, sexualizada o positiva, aprovechando a su vez estas distracciones para, ¡por qué no!, ocultar materiales de construcción de mala calidad o hasta violaciones al código de salud (Grazian, 2008, p 227).

Al mismo tiempo, dice Grazian (2008, p 198, 199), si bien los bares garantizan que la vibra sea más o menos la misma todas las noches, por otro lado, deben luchar por ocultar el pequeño secreto de la vida nocturna, que es que las salidas de noche son todas bastante parecidas entre sí en su monotonía; casi nunca pasa nada extraordinario. ¡Cómo podría ser diferente!, si se va a los mismos lugares, con la misma gente se toman las mismas rutas para llegar allí, y se viste la misma ropa. Este rasgo predecible es un dilema para los jóvenes consumidores, quienes parecen buscar en la salida nocturna escapar por un momento de lo mundano.

Por todo lo anterior es posible ver el espacio como piedra angular del quién se es, pues a través del cuerpo se puede empezar respondiendo esto a partir del dónde se está (Rani, 2003). Esto es posible analizarlo en los barrios latinos en Los Angeles, California, en las comunidades cerradas de Escazú o en un bar en los alrededores de la Universidad de Costa Rica. En todos estos espacios la

cultura urbana implica el desarrollo, la interacción y la manipulación de sistemas de categorización de espacio, clase y género que pueden ser conflictivos entre sí (McDonogh, 1992, p 19). Es teniendo esto en mente que a continuación, se analizará cómo opera la intersección de esta cultura urbana con el género en ese espacio-tiempo tan particular que es el ocio.

#### **d. Ocio**

En relación con el espacio y el género, el ocio es un 'tiempo' conflictivo. En este subapartado se pretende dar cuenta de esta conflictividad, reflexionando sobre el vínculo entre el espacio urbano, como ligado a la transformación del capitalismo industrial al capitalismo post-industrial, a la división sexual del trabajo y a la regulación de los cuerpos, y la posibilidad de hombres y mujeres de disfrutar del tiempo "libre". Para ello se empezará por definir en términos generales qué es ocio para pasar a analizarlo desde una perspectiva marxista que incorpore la clase y el género como productores de desigualdad en la experiencia de ocio. Se termina exponiendo que el ocio es tanto un espacio de resistencia como de reproducción de prácticas de dominación, de acuerdo con distintos planteamientos.

Se puede empezar indicando que el ocio es un "tiempo", uno que existe por, y se define en primera instancia en función de otro tiempo, el del trabajo. El ocio es ese espacio que supone la liberación de las obligaciones laborales. Sin embargo, para algunos autores es preciso diferenciar el ocio del simple tiempo de descanso. El ocio implicaría la existencia de prácticas diversas fuera del tiempo de trabajo que deben cumplir con algunas características positivas como que sean compartidas como un interés común por varias personas (Santamarina, 2005, p 29), que se cuente con tiempo libre para poder dedicarlo a esta actividad, que la realización sea voluntaria y que se disponga de cierta actitud psicológica que indique que en ella se pretende encontrar diversión, descanso y desarrollo (Dumazedier, 1971; citado en Mantecón, 2008).

Con base en lo anterior, es claro que no todo el tiempo que queda al margen del trabajo remunerado es ocio. Alejandro Mantecón (2008, p 45) sistematiza los planteamientos de Roger Sue sobre el ocio y afirma que este debe ser tiempo que cumple con funciones psicosociológicas (descanso, diversión y desarrollo), sociales (sociabilidad, simbólica o de pertenencia y terapéutica) y económicas (tiende a ser reducido a una actividad de consumo).

Sin embargo, más allá de estas conceptualizaciones del ocio centradas más en las ventajas, en este estudio se parte de una premisa: este tiempo existe porque el sistema necesita que la clase

trabajadora descanse y se recupere para que regrese al trabajo con suficientes fuerzas para continuar produciendo de manera eficaz. Es decir, hay un fundamento racional-utilitario del tiempo libre según el cual –en palabras de Carmen Romo Parra (Romo Parra, 2003, p 776)- aunque el papel de este como regenerador físico-psíquico no sea desdeñable, el que sea un tiempo para descansar y regenerar revela el valor dominante que tiene el trabajo. Esto, a su vez, revela el carácter ideológico de la funcionalidad político-económica del tiempo libre.

De acuerdo con Jean Baudrillard (2009, p 193) el hecho mismo de que estas dos modalidades de tiempo (trabajo y ocio) se dividan de manera funcional “hace del ocio la ideología misma del trabajo alienado”. Es por esto que se puede decir que separar el tiempo en uno de trabajo y uno de ocio, según lo cual el ocio “inaugura la esfera trascendente de la libertad, es un mito [...] El reposo, la distensión, la evasión, la distracción probablemente sean «necesidades», pero no definen por sí mismas la exigencia propia del ocio que es el consumo del *tiempo*.” (Baudrillard, p 190).

Pero además el ocio es pieza fundamental del ciclo producción-consumo. En el tiempo de ocio no solamente se descansa, sino que se debe consumir. Lefebvre (2006, p 45) afirma que la cantidad de tiempo libre (el cual puede ser utilizado para actividades de ocio) se ve condicionado por el consumo y esto puede darse en un doble sentido. En un primer sentido, si se toma en cuenta que las economías desarrolladas necesitan del consumo como motor, es necesario tener tiempo libre para consumir y para gastar y utilizar aquello que se ha comprado. En el sentido opuesto, consumir implica que se debe tener disponibilidad económica creciente y esto solo puede conseguirse ya sea no disminuyendo o aumentando el tiempo de trabajo. Así, entre estos dos factores se establece una dialéctica reguladora.

Dice Baudrillard (2009, p 196) que es un hecho que no existe la necesidad del ocio, sin embargo, a las personas se nos exhorta a demostrar que disponemos de tiempo libre en relación con el trabajo productivo. Es de este modo que “en última instancia, el ocio se justifica en la lógica de la distinción y de la producción de valor”.

Esto es así desde hace mucho tiempo. Por ejemplo, Thorstein Veblen (2004) en su libro “La teoría de la clase ociosa” muestra la coincidencia entre la aparición, el “origen y [la] naturaleza de una clase ociosa convencional [y] los comienzos de la propiedad individual como derecho convencional o pretensión considerada como equitativa” (Veblen, p 25). Se reitera cómo hay distinción entre las tareas propias de las clases sociales, incluido aquí el ocio y no solamente el trabajo. Esto se aceleró sobre todo en las últimas décadas del siglo XX (Romo Parra, 2003, p 775)

cuando la “sociedad del trabajo” sufrió una crisis que transformó las normas y los modos de vida asociados a la esfera productiva dando espacio a nuevos valores sociales cuyo desenvolvimiento dependía ahora del tiempo libre.

David Harvey (1990) explica esta transformación del espacio-tiempo desde el capitalismo fordista hasta lo que se ha dado en llamar la posmodernidad propia del capitalismo flexible. El vínculo que aquí es necesario hacer con este apartado sobre el ocio es que:

1. Las características que podríamos llamar “objetivas” del espacio-tiempo no se pueden entender independientes de los procesos materiales, es decir, de estas transformaciones.
2. Al analizar la historia de las concepciones del espacio-tiempo y los usos ideológicos que se dan a estos conceptos, se puede entender la historia del cambio social. Particularmente en el modo de producción capitalista la importante intersección entre dinero, tiempo y espacio forma lo que Harvey (1990, p 226) llama un nexo sustancial de poder social que se ha transformado de fines del siglo pasado al presente.

Con base en esto Harvey (1990) identifica una transformación en las prácticas tanto políticas como económicas del siglo pasado que, aunque es paulatina, tiene un punto de inflexión importante en 1972 el cual es acentuado por la crisis del petróleo de 1973. Esta transformación tiene como base sociedades modernas (occidentales) con una concepción lineal del progreso, que creen en verdades absolutas y en el planeamiento racional de los órdenes sociales (p 9) bajo condiciones estandarizadas de conocimiento y producción (p 35). Estas son sociedades cuyos sentimientos modernos empezaron como un afán romántico asociado a grandes narrativas y con un propósito de creación de síntesis de totalización, pero que cambiaron por algo que, aunque dice ser el producto de la deconstrucción de estas ideas modernas, poca certeza se tiene de qué las puede haber reemplazado (p 42). Se sabe, eso sí, que esta nueva concepción de lo (pos)moderno se relaciona con el poder corporativo y el imperialismo cultural (p 37), pero además con descentramiento, indeterminismo, individualismo, neo-conservativismo, estética (por sobre la ética), reproducción, pastiche, ficción y *laissez-faire* (p 340)<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Harvey (1990) siempre anota que él no pretende hacer polarizaciones simples a partir de relaciones complejas (como la ética y la estética, o la paranoia y la esquizofrenia) para contrastar modernidad y posmodernidad, sin

Lo anterior tiene consecuencias importantes para el *self*. Por ejemplo, en un mundo en el que –por el ya mencionado principio de deconstrucción- la cadena de significantes se rompe, y donde ahora la experiencia es una serie de “presentes puros y sin relación con el tiempo” (Harvey, 1990, p 53), no hay espacio por ejemplo para la alienación en el sentido marxista, pues esta presupone un sentido del sí mismo coherente en lugar de fragmentado. Por supuesto, la segunda gran consecuencia es que en este “estado” de las cosas no hay espacio aparente (o no hay necesidad) para la emancipación pues no hay posibilidad de forjar o construir futuros sociales alternativos (p 54) dado que no hay continuidad histórica ni memoria.

Paralela a la pérdida de la temporalidad está la pérdida de la profundidad (parafraseando a Jameson) (Harvey, 1990, p 58). Esta, y la preocupación por la instantaneidad, han producido un surgimiento de producciones culturales que se han valido de los medios tecnológicos para ser posibles. Ejemplo de esto es la televisión y su discurso totalizador, donde se presentan logros artísticos del pasado como un collage de fenómenos simultáneos y de igual importancia, divorciados de la historia material y la geografía.

Tomando en consideración lo ya dicho, y sobre todo que para Harvey (1990, p 226) entre dinero, tiempo y espacio se forma un nexo sustancial de poder social, es posible entender que para el capitalismo sea tan importante la idea de un tiempo homogéneo y universal para controlar la tasa de ganancia, las tasas de interés, el valor del salario por hora y otras magnitudes<sup>8</sup> (Harvey, p 252). Con el paso del fordismo al capitalismo flexible esta homogeneidad no varió, pero sí varió el tiempo de rotación del capital que se aceleró, y con él el tiempo de consumo. Dos desarrollos en el ámbito del consumo probaron ser de importancia (p 285):

1. La movilización de la moda en mercados masivos (ya no de élite). Esto ofreció un medio para acelerar la velocidad a la que se consumen ropa, accesorios o decoración, así como los estilos de vida asociados a estos, los cuales tienen que ver con actividades recreativas como el ocio o los deportes, lo que también ha producido un énfasis reiterado en las cualidades efímeras de la vida moderna. Esta nueva temporalidad en la estructura de los sistemas de valores tanto públicos como personales ha generado el quiebre de los consensos y la

---

embargo, las tablas que presenta a lo largo de “La condición de la posmodernidad” son muy útiles para efectos de comprender el cambio en las dinámicas de un momento a otro en el modelo capitalista.

<sup>8</sup> Dice Baudrillard (2009, p 187): “El viejo adagio donde antes se concentraba toda la reivindicación de justicia social, según el cual «todos los hombres son iguales ante el tiempo y ante la muerte», sobrevive hoy en el mito, cuidadosamente mantenido, de que todos somos iguales en el ocio.



diversificación de esos valores en la sociedad (Harvey, 1990, p 286). Esto podría ser tanto positivo como negativo para un sistema cuyos valores han sido por mucho tiempo heteronormativos y falocéntricos, pero eso es precisamente lo que se busca analizar aquí<sup>9</sup>.

2. El cambio del consumo de bienes al consumo de servicios, que incluyen el entretenimiento (bares, turismo, museos...). Además, hay una mezcla con la necesidad de portar símbolos de riqueza, de estatus, de fama y de poder, así como de clase, que aunque también fueron importantes en la sociedad burguesa, nunca lo han sido tanto o han sido tan posibles como hoy, debido a su producción masiva.

Es así que se torna central la producción de necesidades y deseos para mantener a flote la demanda en los mercados de consumo, a la vez que ha permitido un acercamiento entre la cultura popular y la llamada “alta cultura”, alguna vez aislada y reservada para las élites. Siguiendo a Jameson (1984) para Harvey (1990) la posmodernidad sería entonces no solamente la lógica cultural del capitalismo tardío, sino además una nueva era donde la producción de la cultura se ha visto integrada en la producción general de *commodities*.

Al analizar lo expuesto por Harvey (1990) es posible comprender que el tiempo libre y las actividades de ocio ahora estén ligados a un tiempo destinado a que la población pueda consumir productos, de manera que se asegure la continuación del ciclo producción-consumo. Se consumen experiencias, vivencias y se pagan grandes sumas de dinero para obtener momentos de satisfacción personal, de evasión y expansión (González Molina, 2008, pp. 11, 15). Esto se logra imponiendo “en la sociedad de consumo moderna la estrategia del proceso de creación continua de deseos que nunca llegan a estar satisfechos completamente; es lo que Lefebvre ha denominado la obsolescencia de la necesidad (López de Ayala, 2004, p 167).

---

<sup>9</sup> Harvey (1990, p 305) se plantea una pregunta muy importante en su libro, la cual es fundamental tanto para estudios como el presente como para revisarla una y otra vez en el quehacer sociológico. Él pregunta: si la producción estética ha sido tan comodificada y por ende se ha visto subsumida bajo la economía política de la producción cultural, ¿cómo podemos hacer que el círculo deje de cerrarse en una estetización producida y, por consiguiente, demasiado fácilmente manipulable, de una política mediatizada globalmente? Cabría agregar a la pregunta, ¿cómo entendemos las luchas de poder en este círculo, tanto aquellas relativas a las fuerzas de producción, como a las casi siempre implícitas fuerzas relativas al trabajo de la reproducción (es decir, a la división sexual del trabajo)?

Para Bauman (2007) esto genera el “fetichismo de la subjetividad” (tomando como base el fetichismo de la mercancía de Marx). Este se basa en un consumidor supremo quien es libre porque tiene la posibilidad de elegir entre múltiples opciones en el mercado. Lo que el fetichismo de la subjetividad oculta son las relaciones de compraventa detrás de la construcción de la subjetividad, relaciones que moldean identidades *ad hoc* en una especie de “compro, luego existo... como sujeto”. En este panorama el consumo parece haber desplazado al trabajo como la actividad socioeconómica más importante. De hecho, tan importante es para la definición no solamente del *self* sino además de ciertas categorías sociales, que los pobres hoy no son quienes no tienen trabajo, sino quienes no consumen. Es decir, que el consumo permite inclusión; por ende, quien no logre consumir queda excluido, no pertenece. Muy importante acotar, eso sí, que el querer consumir - aunque no se pueda- produce exclusión, pues la inclusión es solamente simbólica.

Es así que el ocio se ha configurado también como un negocio. Este negocio ha producido una cultura que necesita de servicios y lugares específicamente prefigurados para ello, así como de propuestas para distintos grupos de edades, géneros y de acuerdo con ciclos temporales como el ciclo semanal, el mensual, las temporadas del año, las vacaciones o las fiestas religiosas, por ejemplo, creándose así múltiples tipologías de mercancías (Santamarina, 2005, p 29).

Aunado a lo anterior, con el crecimiento de la tecnología y la resultante disminución del rol de la industria pesada en las áreas urbanas, éstas últimas se han transformado en centros de servicios y consumo en los cuales las actividades de ocio requieren más y más espacio (Sørensen, en prensa; p 4). Hoy en día el espacio urbano, que está fuertemente ligado al capital, produce numerosos espacios privados que son usados como puntos de encuentro y como nuevos hitos de la ciudad (Perahia, 2007). Así, la construcción y el uso de los espacios públicos y privados de ocio también refleja dinámicas de poder diferenciado. Restaría aclarar que, como parte del entramado urbano, los bares no son la excepción. En algunas ciudades se ha tejido un acuerdo entre gobiernos y la industria del ocio y de las bebidas alcohólicas para promover un supuesto renacimiento urbano que atrae tanto a personas como a negocios a los centros de las ciudades. Para ello se promueve la concentración y la expansión de establecimientos donde se vende licor (Holloway, Valentine & Jayne, 2009, p 821)<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> Un ejemplo muy reciente en San José es el caso del llamado Paseo Gastronómico La Luz en Barrio Escalante, en Calle 33 entre Avenidas Central y 13.

Algo importante de entender en relación con esta promoción de la 'vida nocturna', es que en tanto depende en gran medida del consumo de licor en establecimientos especializados (bares) durante las noches, depende también de los significados que se asocian a este consumo, significados cuyo fomento surge tanto desde lo público como desde lo privado. Es desde esta noción de 'vida nocturna' que se le da sentido a la idea de la salida del fin de semana como el evento "reparador" después de una jornada o semana laboral; esta es quizás la noción más básica de la cual dependen estos establecimientos. Ya se había visto en lo reportado en Antecedentes (Niland, Lyons, Goodwin & Hutton, 2013; Holloway, Valentine & Jayne, 2009) que estos discursos son bastante homogéneos, y en ello no hay nada de azaroso. Recordando, de manera sintética, la gente bebe sobre todo porque es una actividad social y de diversión, asociada al placer de relajarse y sentir la música, que produce cierto grado de desinhibición, aunque se debe recordar que lo anterior está atravesado por particularidades de clase y género que producen desigualdades.

Desde una perspectiva marxista del ocio, Betsy Wearing (1998, capítulo 2) hace un importante ejercicio de síntesis para reflexionar sobre estos dos elementos: la clase y el género. En el caso de la desigualdad material, Wearing se vale del trabajo de Rojek (1985) titulado "Capitalismo y teoría del ocio". De él retoma el ocio como sumergido en las ideologías y las relaciones materiales de poder del capitalismo. Esto se refleja en las cuatro tendencias seguidas por el ocio: a la privatización, la comercialización, la individuación y la pacificación.

La privatización se evidencia en el surgimiento del hogar como el lugar privilegiado para el ocio. Actividades como ver televisión, leer en un cuarto silencioso o beber en la propia casa tienen prioridad sobre las actividades colectivas, que quedan relegadas a un segundo plano. La comercialización tiene que ver con el uso, ya mencionado, de bienes y servicios en la cultura de ocio para dinamizar la economía. La individuación se refiere al disfraz (al fetichismo de la subjetividad) que presenta los bienes de ocio producidos en masa (desde tiquetes de conciertos hasta equipo audiovisual o ropa de lujo) como opciones únicas, hechas a la medida, moldeadas para satisfacer los afanes de libertad y elección individual, personal. Finalmente, la pacificación se refiere al uso del ocio como el escape seguro para emociones consideradas intensas.

El punto importante de estas cuatro tendencias, a partir de Wearing (1998, p 28), es que permiten ver el ocio como ligado a sistemas de legitimación que regulan las conductas posibles; es decir, son la traducción simbólica de los ejercicios de poder en el ámbito material. La verdad que aquí se revela detrás del ocio es que este no promueve relaciones de libertad, sino relaciones de

poder cuyas dinámicas reflejan la históricamente estructurada economía de los placeres en la sociedad. Esto hace que ciertas formas de actividades placenteras sean legitimadas como ocio y otras no, lo que se presenta como base para ciertas desigualdades cuyo origen es material (por ejemplo, ver peleas de gallos no es legitimado como ocio, pero ver corridas de toros, sí).

Con respecto a la desigualdad por género, esta es analizada en contraste con la visión funcionalista del ocio. Para ello, Wearing (1998, p 27) hace uso del trabajo de otros autores para extraer algunos puntos que exponen cómo la visión funcionalista, que es la más generalizada y que piensa en el tiempo de ocio como tiempo de descanso o relajación, es sexista. Los puntos serían los siguientes:

1. Se asume que el trabajo es pagado. Muchas mujeres trabajan en el hogar sin remuneración alguna, o trabajan sin completar toda una jornada laboral, por lo que no pueden disfrutar del ocio.
2. El ocio es visto como una recompensa frente al trabajo. Dado que el trabajo del hogar no es considerado trabajo (por lo mismo, no es pagado), no requiere ni logra que quien lo realice acceda a esta recompensa.
3. Algunas actividades que los hombres consideran ocio (como cocinar) son trabajo para las mujeres. Esto permite que los hombres tengan tiempo para el ocio.
4. El abanico de opciones de ocio de las mujeres está limitado en gran medida a la subordinación a los hombres y su "tiempo libre". Las mujeres son construidas como el ocio de los hombres.
5. La idea de libertad individual tiene más importancia y posibilidad de ser para los hombres, pues las mujeres tienen limitaciones en los lugares que pueden frecuentar libremente.

Una diferencia entre los géneros que es muy importante también (y que está relacionada con el punto 5 y al mismo tiempo con la promoción de la 'vida nocturna' ya comentada) es la de los estándares morales aplicados a unas y otros. Por ejemplo, a pesar de que, como lo dicen Holloway, Valentine y Jayne (2009, p 822), las mujeres tienden a tomar menos que los hombres y tienen menos probabilidades de verse involucradas en accidentes o violencia asociada con el alcohol, estas se enfrentan a juicios morales más duros. Lo anterior está ligado obviamente a las ideas tradicionales de femineidad –íntimamente relacionadas con lo discutido sobre el cuerpo– según las cuales las salidas nocturnas y el beber licor son actividades masculinas. Esto genera una necesidad de control que se visibiliza, por ejemplo, en los mensajes que advierten sobre los peligros que el alcohol

representa para las mujeres, en términos de cómo se ven, de su fertilidad, de la salud de sus hijos (durante el embarazo) y de ser víctimas de violencia masculina. Todos estos elementos son cristalizaciones de la microfísica de poder conceptualizada por Foucault ya revisada en apartados anteriores, pues son manifestaciones de normas positivas que no prohíben, sino que construyen ideas de los roles de la mujer y su lugar en las relaciones sociales (cuál es el ideal de mujer, a qué debe aspirar, cuáles son sus espacios, de qué debe protegerse y por qué razones podría ser culpabilizada, entre otros).

Sin embargo, sería un error pensar que estas concepciones no se han visto transformadas. Por ejemplo, ya es bien sabido que las mujeres aumentaron su participación en el mercado laboral. Henderson (1996, p 145) afirma que el que las mujeres ahora participen de manera más activa en el mercado laboral puede presentar algunas ventajas. Sin embargo, la principal desventaja, en términos del ocio, es que, siguiendo la división sexual del trabajo, las mujeres continúan estando a cargo de la mayor parte del trabajo en el hogar y del cuidado de los hijos. Esto, que Clarke y Critcher (1985, p 176) llaman “la división sexual del ocio” produce una inferioridad cualitativa y cuantitativa en el ocio de las mujeres, el cual está en claro contraste con los roles de madre y esposa, porque para que estos roles puedan ser cumplidos la mujer debe sacrificar el tiempo de ocio.

Por otro lado, y siempre siguiendo a Henderson (1996, p 145) para adoptar una perspectiva crítica, se asume que el ocio siempre es positivo; sin embargo, este también puede ser negativo pues aunque haya contextos de ocio que pueden contribuir con el empoderamiento de las mujeres, también hay espacios donde estas pueden ser victimizadas. Al respecto, y siempre analizando la ‘vida nocturna’, es posible ver prácticas heterosexuales de privilegios de género que si bien parecieran dar la bienvenida a las mujeres a los bares, son más bien una manera de garantizarse su presencia con fines de mercado. Ejemplos son la entrada libre, los tragos gratis, los *ladies nights*<sup>11</sup>, el acceso prioritario y la ubicación de las mujeres en un centro visible (una tarima, por ejemplo). Todo esto opera como una ingeniería de los afectos (Durheim, Rautenbach, Nicholson & Dixon, 2013) desde la cual la mujer es producida como objeto de consumo del hombre y, claro está, esto no es empoderador.

---

<sup>11</sup> Los *ladies nights* son eventos organizados por bares, principalmente, en los cuales el cobro de la entrada o el precio de la bebida dentro del local es menor para las mujeres que para los hombres (o a estas no se les cobra del todo). El objetivo detrás de esta idea es conseguir mayor afluencia de mujeres que, a su vez, promueva que los hombres se acerquen al bar y consuman. En algunos países esto es visto como una práctica sexista, por lo que está prohibida (Wickham, 2004).

Además, hay un elemento importante que Cara Aitchison (1998, p 25) menciona como una particularidad en el ocio de las mujeres y que está relacionado con los espacios y los cuerpos: este es controlado socialmente a través de la regulación del acceso de las mujeres a los espacios públicos y de su comportamiento en estos lugares.

Es claro que esta no es una dinámica fija; Aitchison (p 29) nos recuerda que el espacio, incluyendo los espacios de ocio, están siempre en transición como resultado de las varias luchas de poder y resistencia entre los diversos actores involucrados: quienes diseñan el espacio, quienes lo usan y quienes median esta relación. En palabras de Doreen Massey (1994, p 190), se están construyendo nuevos roles y relaciones de género constantemente, y esto está relacionado con el crecimiento económico de las ciudades y los cambios culturales que en ella se dan (Scraton & Watson, 1998, p 125, 126).

Sin embargo, aunque la dinámica no es fija, otros autores también visibilizan restricciones en el ocio de las mujeres. Green y Singleton (2006, p 4), por ejemplo, mencionan varias muestras de la desigualdad de oportunidades de ocio para hombres y mujeres, a saber, el miedo de la mujer a ser violentada, la existencia de lugares donde la mujer no puede ir (para ambos casos la ciudad de noche es un buen ejemplo) y la existencia de ideas que vinculan sexualidad, vestido y ocio en términos de evitar comportamientos o vestidos inadecuados que atenten contra lo que puede ser la conducta “femenina y respetable” de una mujer en público<sup>12</sup>.

Sheila Scraton y Beccy Watson (Scraton & Watson, 1998) apuntan el mismo fenómeno, considerando un problema de restricción de libertades el que una mujer tenga miedo de salir de noche por razones muy distintas a las del miedo que puede sentir el hombre. Sin embargo, las mismas autoras hacen dos salvedades. Primero, reconocen que hay pluralidad de significados dados al ocio, los cuales dependen de diversos factores estructurales, como la etnia o la clase social. Es por esto último, dicen (Scraton & Watson, p 125), que ya no basta con discutir el “ocio femenino” como una experiencia o categoría universal que no reconozca las diferencias y la complejidad de las relaciones de poder. Yo agregaría, que no basta con pensar solo en el “ocio femenino” cuando se piensa en estudios de género, pues estos deben ayudar a entender también las experiencias de ocio de los hombres. El segundo punto es el que presenta la posibilidad de la resistencia. Las autoras

---

<sup>12</sup> Hay un lamentable dicho popular que denota precisamente esta división; este que dice que una mujer debe ser una “dama” en la calle, pero una “puta” en la cama.

(Scraton & Watson, p 125) indican que en ocasiones las mujeres negocian las restricciones desarrollando estrategias adaptativas como pedir un aventón o salir siempre acompañadas.

Aquí hace falta detenerse porque surge de nuevo una pregunta, ya planteada en Antecedentes, con respecto a la resistencia. Parece ser que las experiencias de ocio de las mujeres –quizás como otras tantas experiencias en la vida- están atravesadas por la preocupación de un ataque sexual. Hay obstáculos alrededor de la construcción genérica del espacio y del tiempo; preocupaciones que parecen “resolverse” con estrategias como no salir solas, a oscuras o vestidas de manera “provocativa”. Pero, y siguiendo a Wesely y Gaarder (2004) ¿cómo permiten estas adaptaciones a las mujeres crear nuevos significados para sí mismas?; ¿no contribuyen ellas con estas acciones más bien a reificar los conceptos femeninos tradicionales de peligro, seguridad y miedo?

Wearing (1998, p 67) propone más bien elementos como el baile como prácticas que pueden ser contestatarias, pues dado que el mismo depende de una visión heterosexual en la que el hombre “lidera”, entonces puede ser erosionado por las mujeres, quienes en lugar de subordinar su sexualidad, la reconocen. Por otro lado, la autora (Wearing, p 93) también propone los deportes como espacios de ocio donde se pueden contestar las visiones más tradicionales de la masculinidad, donde estas se pueden recombinar con visiones afirmativas de la femineidad.

Estas posibilidades contestatarias son imprescindibles sobre todo si la imagen del ocio nocturno o de la economía nocturna que tenemos es la presentada por Grazian (2008, p 232, 233) para quien en estos entornos hombres y mujeres ponen en escena continuamente un estatus de género y sexo tradicionales:

Más que un disfraz, el logro de una identidad nocturna “generizada” demanda la adhesión a una muestra disciplinada del propio cuerpo en movimiento, una presentación ardua del yo en la cual la mujer debe evitar mascar chicle o tropezarse en sus tacones imposiblemente altos, mientras continuamente se mueve a través de una sucesión de fachadas goffmanianas; mientras que los hombres se enfrentan a una tarea similar, en su laboriosidad, de poner en escena rudeza física y confianza masculina cuando se ven confrontados por un parroquiano agresivamente ebrio. Al hacerlo, los jóvenes hombres y mujeres no solo experimentan con un conjunto de estilos de moda, sino además gestos no verbales estudiados, modos improvisados de hablar, normas de atención y civilidad y las poco observadas pero siempre presentes señales faciales que componen la personalidad y el ser social de un individuo.

Contrastando con esta descripción, el ocio puede también ser considerado como un espacio con el potencial para resistir las posturas y roles de género más tradicionales (Weighill, 2002; Scraton & Watson, 1998). Lo que, es más, permite conceptualizar los significados de libertad para hombres y mujeres, de manera que se logre un importante empoderamiento individual, pero sobre todo que se logre de alguna manera organizar la acción colectiva para el cambio (Henderson & Hickerson, 2007, pp 592, 606). En palabras de Green y Singleton (2006, p 4), se trata de buscar en los nuevos estilos de vida y el ocio algún espacio contestatario en el que las identidades se formen, reformen y negocien.

Aquí, sin embargo, existe la necesidad de retomar el valor de la estructura. Como lo exponen Scraton y Watson (1998, p 135), si bien es importante reconocer las identidades múltiples y las respuestas individuales a los contextos históricos y localizados, es necesario incorporar para el estudio del ocio las explicaciones estructurales, porque a pesar de que estas no permiten una comprensión completa del fenómeno, tampoco lo hacen las explicaciones cuyo centro está en la heterogeneidad. “La diferencia”, dicen las autoras, puede ser central para un estudio pero no puede ser una diferencia que no considere las relaciones de poder. Por esta razón se hace hincapié en la incorporación de los mecanismos macro de exclusión que continuamente se reproducen y se refuerzan. Es precisamente esta perspectiva en la que se fundamenta la hipótesis de esta investigación, que intuyó que aunque las experiencias de ocio podían variar de persona a persona, la lectura desde el poder –visto en las relaciones de género y de clase- arrojaría resultados similares para estas experiencias que se explican gracias a lo estructural.

En esta línea, Wearing (1998, p 32), basándose en el pensamiento de Walby en “Teorizando el patriarcado”, considera que ya no puede hablarse del patriarcado como un sistema que oprime a todas las mujeres como iguales. Se ha hecho necesario proponer nuevas estructuras que articulen distintas formas de patriarcado para diferentes grupos. Walby propone seis: el trabajo pagado, el trabajo en el hogar, la sexualidad, la cultura, la violencia y el Estado.

Así, la noción de ocio como sitio para la resistencia, pero a la vez para la reproducción de prácticas de dominación, permite entender que el ocio no es solamente ese espacio en el cual se escogen libremente actividades aparentemente inofensivas, sino que realmente es un espacio con fuertes implicaciones políticas relacionadas con el poder y la ideología (Shaw, 2005, p 12). Las implicaciones del mismo con el género y lo que ya a este se ha asociado (la transversalidad del cuerpo y su relación con el espacio-tiempo) son relevantes y pueden permitir comprender el



siguiente apartado, el cual pretende construir un concepto que pareciera más bien perteneciente al sentido común: un bar. Se notará que este, lejos de ser un espacio simple u homogéneo, es un producto histórico complejo, que como resultado de los intereses económicos urbanos, desarrolla dinámicas internas particulares que le permiten venderse como el espacio de ocio urbano por excelencia.

#### **e. Bares, clases sociales y estilos culturales**

Se puede afirmar ya, gracias al recorrido teórico realizado y al aporte de los Antecedentes históricos, que es posible leer distintas prácticas sociales en clave de género. El ocio no es la excepción, sobre todo si se le considera inmerso en la dinámica urbana, la cual tiene una clara connotación de ejercicios diferenciados de poder según el género, de lo cual da cuenta principalmente pero no exclusivamente la división sexual del trabajo. Así, recordando que las relaciones de género son relaciones de poder, que estas usan como uno de sus sustentos más importantes al cuerpo y su control, y que este está íntimamente relacionado –como producto y productor- con la idea de cuerpo generada en la ciudad (cuerpos jóvenes, cuerpos productivos, cuerpos bellos...), se puede proceder a hablar de ese lugar de ocio nocturno que es el objeto de esta investigación: el bar. Para ello el mismo será pensado como un “tercer lugar” (Oldenburg, 1999) cuyo vínculo más importante es el que se crea entre el consumo de alcohol y la socialización el cual tendrá características individuales que dependerán de su clientela, su decoración, los precios asignados a bebidas y comida y la música que se escuche, que juntos pueden dar cuenta de la clase (entendida desde Bourdieu, [1990]) y el estilo cultural del mismo el cual está relacionado con el consumo de identidades en los jóvenes (Arce, 2008; Chatterton & Hollands, 2002).

¿Qué es un bar? Se sabe que un bar está asociado al consumo del alcohol, y que este se considera un acto social. También es sabido que este acto está sujeto a una gran variedad de reglas y normas con respecto a quién toma, qué toma, dónde lo hace y con quién lo hace. Es decir, que beber alcohol no es algo que sucede en cualquier lugar de cualquier manera, pues la mayoría de las culturas tienen ambientes específicos, destinados a la bebida comunal. Lo curioso es que aun cuando es posible encontrar literatura que aborde el tema de recintos donde se consume licor como pubs, cantinas, bares o clubes, no ha sido posible encontrar una conceptualización de lo que es un bar, quizás porque su definición se asume como clara o poco ambigua. A pesar de esto, o precisamente por este vacío, se hará en esta sección un esfuerzo sintético por definir un bar, para

proceder a fundamentar teóricamente los elementos que permiten la escogencia de los bares que se utilizarán en este estudio.

Para empezar, es posible decir que en el lugar donde se bebe alcohol se manifiestan los significados culturales y los roles que se le asignan al alcohol (SIRC, 1998, p 26). Entonces se entiende que donde el consumo de alcohol sea culturalmente permitido habrá espacios distintivos, públicos, donde esto se llevará a cabo. Así, y derivado de lo anterior, el espacio donde se bebe usualmente es especial; representa una esfera separada de existencia, con sus propias reglas, costumbres y quizás hasta valores (SIRC, p 26). Como lo afirman Colotelo, Marza, Mosneagu, Munteanu & Preda (s.f.), esa forma particular de espacio-tiempo que es un bar/pub, está igualmente regulada por un conjunto de leyes, comportamientos y relaciones que no siempre son explícitas o visibles. Su función primordial parece ser el permitir y facilitar la interacción y los vínculos sociales, aunque esta interacción pueda resultar también en conflictos de distinta índole.

Pero si bien queda claro que mucha de la actividad en un bar gira en torno al beber alcohol, se debe rescatar la idea de que la clientela está adquiriendo más que un producto, sea éste una bebida o comida. Se está adquiriendo también una experiencia o atmósfera que está asociada con el deseo y con la creación y expresión de una identidad y un estilo de vida. Entonces lo importante no es tanto aquello que se consume como los significados ligados a esos productos (Watson, 2002, citada en Share, 2003: 6). Esto está en estrecha relación con lo que el autor Ray Oldenburg (1999) define como la sinergia de estos establecimientos, un concepto que depende de lo que él mismo define como "terceros lugares".

Siguiendo un poco la línea del "capital social" de Putnam y Wilkinson (Share, 2003), Oldenburg (1999) plantea que los terceros lugares son espacios que no son ni la casa ni el lugar de trabajo; es decir, son un lugar que se sitúa entre lo público y lo privado. Son espacios de encuentro que permiten que las personas se involucren en la vida pública informal, con consecuentes beneficios psicológicos, sociales y hasta políticos. Los terceros lugares pueden ser múltiples, desde cafés hasta salones de belleza, pasando por tabernas y cantinas. La idea es que en estos lugares haya beneficios para las personas en tanto éstas pueden involucrarse en situaciones de interacción social. Estos beneficios serían (Oldenburg, p 43, 55): de novedad (algo que es bastante posible en sociedades urbanizadas y burocratizadas, dice el autor), de perspectiva (es decir, de salud mental), por cumplir con la función de un tónico espiritual (para lo cual el autor retoma a Simmel, y presenta tres palabras que podrían definir este beneficio: alegría, vivacidad y alivio) y del estar con los amigos en

grupo (es decir, la ventaja de involucrarse de manera regular con grupos de amigos, en lugar de hacerlo de manera individual).

La descripción anterior es la de un “tercer lugar” cualquiera. Específicamente, para Oldenburg (1999, p 167) los establecimientos con licencia para vender licor tienen un potencial particular: la sinergia que se forma entre hablar y beber licor<sup>13</sup>. Para el autor, es esta sinergia la que ha sostenido estos espacios a lo largo del tiempo. Si bien, los establecimientos donde se puede beber licor pueden combinar el consumo de alcohol con otras actividades como apuestas, la búsqueda de sexo a cambio de dinero, el entretenimiento en tarimas, etc., es en la sinergia del beber en conjunto con la conversación lo que los convierte en lugares especiales para la interacción; prueba de ello es que beber alcohol se haría de manera mucho más barata en la privacidad del hogar, pero se hace en un establecimiento de este tipo porque lo que se busca es la compañía. ¿Pero puede esto referirse a la compañía de cualquier persona? No. En términos de inclusión/exclusión, dentro de un bar la población tiende a ser más o menos homogénea (en términos de variables como ingresos económicos, por ejemplo). Esto significa que en la entrada al recinto hay barreras —que pueden ser desde simbólicas hasta reales, como un hombre que impide el paso— que filtran a las personas y que signan distinciones de estatus (Rivera, 2010). Share (2003) comparte este punto de vista (en su caso, con respecto a los pubs irlandeses) y asegura que en la práctica muchos de estos lugares están estructurados por género, clase y hasta etnia.

Entonces, hasta aquí se puede afirmar que lo que estos establecimientos tienen en común es que son recintos semi-públicos, dedicados específicamente —aunque no exclusivamente— al consumo de alcohol, que funcionan como esferas de ocio con reglas y costumbres propias, que permiten y/o promueven la sociabilidad y que, como espacios de ocio, buscan generar una experiencia de disfrute, en compañía de otras personas (amigos, en el mejor de los casos) probablemente similares pues estos recintos no son ampliamente inclusivos, teniendo ellos barreras simbólicas o reales para el ingreso de cierto tipo de clientela.

En este punto se debe hacer el mismo ejercicio realizado en otros momentos de este escrito, i.e. incorporar el análisis desde la estructura. Esto es necesario porque se puede caer en dos errores; primero, el pensar que los recintos de venta de alcohol, estos “terceros lugares”, existen con el

---

<sup>13</sup> Como el economista Tibor Scitovsky afirmó alguna vez, “A half-pint of beer is to talk as bed is to making love— one can do without but does better with”, que en español se leería como “Media *pinta* de cerveza es a hablar, lo que la cama es a hacer el amor—se puede sin ella, pero con ella es mejor”.

objetivo de promover la sociabilidad, y no con el fin de generar ganancias. Segundo, y relacionado con lo anterior, se puede llegar a pensar que los mismos operan como espacios aislados de las dinámicas de la ciudad y que dependen solamente de las elecciones personales o de negocios de quienes les administran.

Con respecto a esto, Chatterton y Hollands (2002) consideran que la economía nocturna – los bares o clubes- tiene un papel relevante y fácilmente identificable en la renovación de la economía urbana material y simbólica. Por ejemplo, bajo el modelo fordista la economía nocturna era cuidadosamente regulada al controlarse las horas de apertura y cierre de estos recintos, esto con el fin de asegurar que el ocio de la clase trabajadora no interfiriera con su productividad. Sin embargo, esto se ha transformado. Ahora el ocio es más regulado corporativamente que estatalmente, pues está centrado más en el consumo que en la producción. Chatterton y Hollands lo exponen a partir de Harvey, quien afirma que el Estado pasó de administrar y planear a asistir al sector privado (algo que se ve claramente en el afán de los gobiernos de atraer capital multinacional al país). Así, los cambios acaecidos en las ciudades, gracias a las transformaciones económicas, actúan como telón de fondo para entender la transformación cultural de las vidas de las personas jóvenes y sus espacios de ocio.

Un elemento ejemplifica bien esta transformación y debe ser recordado. Hasta hace algunas décadas, los establecimientos de venta de licor eran considerados un dominio masculino. Ahora las mujeres no tienen impedimentos reales para acceder a estos recintos y se ha dado una feminización de los espacios de consumo alcohólico (Share, 2003). A pesar de esto, algunos establecimientos, como algunas cantinas costarricenses, están pensados para parroquianos masculinos y producen barreras simbólicas (las miradas indiscretas) o reales (solo haya orinales) que excluyen a las mujeres. El bar, por su parte, ha logrado incorporar a las mujeres no solamente como parte de su clientela frecuente sino, y además en algunos casos, como “gancho” para incorporar un mayor número de clientes masculinos (tal es la lógica con la que operan los “ladies nights”). Entonces es obvio que el bar ha respondido a las transformaciones en las dinámicas económicas y de género, y que al hacerlo es capaz de producir también transformaciones en lo que hombres y mujeres piensan de su tiempo de ocio. Pero entonces cabría preguntarse, sabiendo que los bares en general cumplen con los criterios que hasta aquí se han definido, ¿qué hace que se vaya a un bar y no a otro? ¿Qué elementos pueden ser útiles para clasificar distintos tipos de bares?

Un primer elemento sería el público o la clientela del bar. Estudiantes, burócratas, bohemios u homosexuales; cada grupo es capaz de participar de un bar distinto, por lo que es necesario tomar en cuenta esta categoría como variable de inclusión/exclusión de bares en la muestra. Si a esto aunamos la variable “precio de las bebidas”, por ejemplo, o “tipo de música”, se empieza a tener un panorama más completo tanto de la identidad del bar como de la clientela que lo frecuenta. Entonces se pueden hacer síntesis: hay algo que el precio de las bebidas, la música o el lugar de procedencia de los clientes puede contribuir a entender, y esto es la clase. El porqué de esta relación entre estas variables y la clase es algo que se puede entender por medio de Bourdieu (2002).

La clase puede definirse como los “conjuntos de agentes que ocupan posiciones semejantes y que, situados en condiciones semejantes y sometidos a condicionamientos semejantes, tienen todas las probabilidades de tener disposiciones e intereses semejantes y de producir, por lo tanto, prácticas y tomas de posición semejantes.” (Bourdieu, 1990; p 284). Es importante rescatar que desde esta perspectiva las disposiciones y conductas que convertirían a estos agentes en un verdadero grupo existen solo como “probabilidades”, por lo cual no son clases reales sino clases probables, clases en el papel.

Para Bourdieu (2002) la clase social no se define solamente por una propiedad aun cuando esta sea tan determinante como el capital, ni por la mezcla de propiedades como el sexo, la edad, el origen social o étnico o el nivel educativo, relacionados como causa y efecto. Las clases se definen, por un lado, “por la estructura de las relaciones entre todas las propiedades pertinentes, que confiere su propio valor a cada una de ellas y a los efectos que ejerce sobre las prácticas” (p 104). Por otro lado, una clase (o fracción de clase) tampoco puede ser definida solamente por la posición que tiene en las relaciones de producción, sino que se deben tomar en cuenta ciertas características auxiliares que “a título de exigencias tácitas, pueden funcionar como principios de selección o de exclusión reales, sin estar nunca formalmente enunciadas” (Bourdieu, p 100). En otras palabras, existen ciertos criterios ocultos tras criterios oficiales que hacen las veces de caretas (por ejemplo, cuando se exige una titulación determinada para realmente exigir determinado origen social) que permiten establecer una diferenciación, una distinción.

La clase constituye un espacio con relativa autonomía cuya estructura está definida por la distribución del capital económico y cultural entre sus miembros. Cada clase y cada fracción dentro de una clase se caracterizarán por una determinada configuración de esta distribución a la que

corresponderá cierto estilo de vida. Esto plantea "el gusto" como central para su comprensión, y este se expone de manera simbólica a través de las formas de consumo.

Estilos de vida, gustos y consumo están ligados a la clase porque, continúa Bourdieu (2002), los bienes que se consumen son realmente signos ya sea de distinción o de vulgaridad. Lo consumido depende del gusto, que es una competencia práctica de distribuciones que hace posible intuir la probabilidad de que algo suceda y, por ende, convenga a un individuo que ocupa determinada posición en el espacio social. El gusto opera de cierto modo orientando socialmente el 'sentido de lugar de cada quien', guiando a quienes ocupan un espacio social dado hacia aquellas posiciones sociales que se ajustan a sus propiedades, y hacia las prácticas o bienes que convienen a quienes ocupan esa posición. Esto implica la anticipación práctica del significado y valor sociales probables que se dará a la práctica u objeto elegido, dados tanto su distribución en el espacio social como el conocimiento práctico que los otros agentes tienen de la correspondencia que existe entre los bienes y los grupos. Es así que el gusto, esa propensión y capacidad de apropiarse ya sea simbólicamente o materialmente de ciertas prácticas u objetos clasificados y clasificadores, es la fórmula generativa del estilo de vida. Este último sería un conjunto unitario de preferencias distintivas que expresan la misma intención en la lógica específica de cada uno de los subespacios simbólicos (la ropa, el mobiliario, el lenguaje o la hexis corporal). Así, a las diferentes posiciones en el espacio social corresponden diferentes estilos de vida que traducen simbólicamente 'con los otros' las diferencias inscritas de manera objetiva en las condiciones de existencia. Es decir, existe una relación entre la clase y el gusto -llevado a la práctica en el consumo y expresado en el estilo de vida- que permite distinguir las diferencias entre las prácticas de los sujetos de acuerdo a su posición en el espacio social. Esto significa que a diferentes clases y, por ende, gustos, corresponderán diferentes prácticas y consumos, por ejemplo (y para efectos de este trabajo) de ocio.

En relación con el gusto, el consumo implica -siempre según Bourdieu (2002)- un trabajo de apropiación que, dicho en otras palabras, es un trabajo de producción del producto consumido; es una labor de desciframiento y localización para dar valor a lo consumido, un proceso de comunicación que además de la decodificación o desciframiento implica el conocimiento profundo de un código. En este sentido, continúa Bourdieu en su obra "La distinción" (2002, p 483) una clase se define tanto por su ser-percibida como por su ser; tanto por su consumo el cual no requiere ser conspicuo para ser simbólico, como por su posición en las relaciones de producción, aun cuando pueda afirmarse que el consumo depende de estas últimas.

De la definición de clase de Bourdieu es importante rescatar varios elementos. Primero, se puede afirmar junto con Castón (1996, p 88), que aquí la clase articula el plano objetivo (las condiciones externas de existencia) con el plano subjetivo (las disposiciones interiorizadas o actitudes morales de los agentes). Esta articulación es importante pues no reduce la oposición de clases a la dimensión objetiva de oposición entre grupos que se definen por sus condiciones materiales y por el lugar que ocupan en relación con otros grupos sociales. La oposición de clases es además un fenómeno que tiene en cuenta “las distinciones simbólicas, que redoblan las oposiciones precedentes, conservando con respecto a ellas una cierta autonomía. [Esto se refleja, por ejemplo, en] la manera diferente de vestirse, los gustos artísticos, los hábitos lingüísticos, los diversos tipos de consumo, etcétera.” (Castón, p 88). Es en este sentido que la clase se puede hacer operativa en indicadores como las bebidas que se consumen (y su precio), la comida gustada, la música que se escucha y la decoración del bar al que se va a pasar tiempo de ocio. Algo importante al respecto es que, como afirma María Cruz López de Ayala (López de Ayala, 2004, p 171) a partir de Bourdieu, en la construcción de las clases sociales se dará “un proceso dinámico de luchas simbólicas en las que los agentes [defenderán] los criterios de clasificación que les [favorezcan]”.

Un punto adicional a este primer elemento es que el hecho de que la clase no pueda ser reducida solamente a propiedades materiales tiene connotaciones importantes para el cuerpo. Este puede ser tomado -dice Bourdieu (2002) como cualquier otro objeto del mundo físico porque sus propiedades -peso o altura, por ejemplo, pero también sexo o color de la piel- cuando son apreciadas por agentes equipados con los esquemas de percepción social necesarios, en relación con otras propiedades de la misma clase, funcionan como una propiedad simbólica.

Sin embargo, quizás uno de los elementos más importantes de esta conceptualización de clase es que los sujetos sociales que son estructurados por la clase también la estructuran. Es decir que los agentes sociales producen ellos mismos no solamente actos clasificables sino también actos de clasificación, que a su vez son clasificados. Al referirse a este elemento Bourdieu (2002) hace una crítica a quienes creen que están produciendo una teoría materialista del conocimiento, pero hacen de este un registro pasivo, abandonando el aspecto activo del conocimiento al idealismo, tal y como lo planteara Marx en las Tesis a Feuerbach. El conocimiento, especialmente el que se refiere al mundo social, es un acto de construcción que implementa esquemas de pensamiento y de expresión. Entre las condiciones de existencia y las prácticas o representaciones interviene siempre la actividad estructurante de los agentes quienes “lejos de reaccionar mecánicamente a unos

estímulos mecánicos responden a los llamamientos o a las amenazas de un mundo cuyo sentido ellos mismos han contribuido a producir” (Bourdieu, p 478). Aquí es importante aclarar que esta actividad estructurante no se fundamenta en un sistema de formas o categorías universales, sino en un sistema de “*esquemas incorporados* que, constituidos en el curso de la historia colectiva, son *adquiridos* en el curso de la historia individual, y funcionan en la práctica y para la práctica (y no para unos fines de puro conocimiento” (Bourdieu, p 478).

Finalmente, es necesario destacar que las oposiciones que se pueden vislumbrar en eso que Bourdieu (2002, p 480) llama esta “mitología social” son ideológicamente eficaces porque refieren, de manera más o menos discreta, a aquellas oposiciones más fundamentales en el orden social:

la que, inscrita en la división del trabajo, se establece entre dominantes y dominados, y la que fundada en la división del trabajo de dominación, enfrenta, en el seno de la clase dominante dos principios de dominación, dos poderes, dominante y dominado, temporal y espiritual, material, intelectual, etcétera. (Bourdieu, p 480)

Estas oposiciones, continúa Bourdieu (2002), relacionadas a la distribución de los capitales económico y cultural, se pueden mapear en un espacio social simbólico que permite presentar una especie de hoja de balance de un momento dado de aquello que se ha ganado en batallas anteriores y que, por lo tanto, puede ser invertido en futuras batallas. Se expresa aquí entonces el estado de las relaciones de poder entre las clases y sus luchas. Así, desde esta postura bourdesiana la división en clases es una construcción analítica con buen fundamento en la realidad, que representa la distribución del poder en la sociedad (Inda & Duek, 2005, pp 6 y 10).

Ahora bien, la clase se complejiza al relacionársela con otros criterios como la edad de la clientela. Recordando lo planteado en los Antecedentes históricos en relación con la creación del fenómeno juventud, de acuerdo con Pallarés y Cembranos (2001, p 35), los bares en las noches son el “lugar preferido para escenificar las diferencias generacionales en el acceso a espacios de participación y poder”. Es decir, que hay dinámicas de inclusión/exclusión que es importante tomar en cuenta. Las mismas, además, están relacionadas con un vínculo existente entre la juventud y ciertas manifestaciones culturales que desde la Academia se han llamado “subculturas”, pero que para efectos de este trabajo se conceptualizarán como “estilos culturales”<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> Se hace la diferenciación entre ambos conceptos pues desde la Academia se ha impregnado de cargas ideológicas al término “subcultura”, el cual se piensa muchas veces como un fenómeno de resistencia y de rechazo al “orden establecido”. A pesar de que quizás en sus orígenes muchas de las subculturas eran realmente



El principal rasgo que define a los estilos culturales es que se refieren a grupos de jóvenes que

se apropian de los objetos provenientes del mercado [...], donde este expropia e incorpora lo producido por ellos, lo cual los unifica como un producto de los mass media. A esto se lo denomina una relación dialéctica entre el joven y la industria del mercado. (Arce, 2008; Apartado 1.2)

La relevancia de la intersección entre jóvenes y estilos culturales es que, en gran medida, los jóvenes con estilos culturales particulares expresan las experiencias sociales de manera colectiva por medio de la construcción de estilos de vida distintivos (la ropa que usan o la música que escuchan) que ubicarán principalmente en el tiempo libre (Arce, 2008; Apartado 3). Parte de ese tiempo libre puede implicar la salida a bares, donde existe la posibilidad de hacer eso que Chatterton y Hollands (2002) mencionan sobre la juventud, que es el hecho de que es más probable que desarrollen sus identidades alrededor del consumo de *commodities*, experiencias y estilos de vida que alrededor de su relación con la producción económica en sí. Es decir, que juventud y estilos culturales dependen fuertemente del consumo, y en la vida nocturna esto implica una relación de recepción de esta actividad regulada y producida económicamente que es el ocio, al mismo tiempo que una participación activa en la misma.

Esto se relaciona con lo presentado por Jo Lindsay (2006), que permite una mejor comprensión de la clase en Bourdieu, a propósito de la relación entre el consumo y las posiciones de los agentes. Para Lindsay la clase social es un elemento que, si bien cada vez es más difícil de definir y observar pues sus fronteras son fluidas, se puede pensar como formas de desigualdad social que operan alrededor de criterios como las ocupaciones, los niveles de educación y el ingreso. La clase involucra dos conjuntos de relaciones interconectadas: las materiales y las culturales. Las primeras se refieren a la producción y los recursos laborales y económicos, y las segundas se vinculan al consumo, al capital cultural y a las prácticas discursivas.

Si se piensa en la relación entre bares y clase social, por ejemplo, Lindsay (2006) considera que se pueden hacer diferenciaciones de los bares por clase y para ello toma en cuenta –sin definirlo

---

de resistencia (como aquellos grupos surgidos de la segunda posguerra en Europa, como los punks) (Arce, 2008; Apartado 1.2), no se puede decir que esta condición se mantenga o explique todos los grupos juveniles similares en la actualidad.

de esta manera- el estilo cultural de cada recinto, pues hace referencia al consumo de *commodities* como manera de agrupar jóvenes. Es entonces que el autor identifica dos tipos de bares que para efectos de este estudio han sido de mucha utilidad: el local comercial y el local de nicho, locales cuya distinción está estrechamente relacionada con la clase social.

De acuerdo con Lindsay (2006) el local comercial está dirigido a una clientela muy diversa, incluyendo la juventud de clase trabajadora, mientras que el local de nicho se dirige más a una clase media con mayor capital cultural. Aunque el local de nicho puede variar entre muchos estilos culturales, se caracteriza por tener una estética alternativa, artística o de buen gusto. Su meta son consumidores conocedores de gustos cultivados. Su presencia en las calles es sutil, con fachadas o entradas discretas, dependiendo de esta manera del mercadeo “de boca en boca”. Aquí se promueve la música no comercial y a artistas y DJ independientes. Por el otro lado, los locales comerciales también son muy diversos pero su oferta de experiencias de socialización es más predecible. Sus fachadas son fácilmente identificables desde la calle y buscan atraer a multitudes variadas que pueden incluir a trabajadores manuales, personas del sector de servicios, estudiantes y la clase trabajadora, junto con personas de la clase media. La música que se escucha en estos bares es popular y comercial y se pueden encontrar promociones de bebidas que instan a emborracharse, llamando así la atención de una clientela más joven y de menor condición socioeconómica.

Es posible ver entonces que el tipo de bar, ya sea de nicho o comercial, se relaciona con la clase social, la edad y los estilos culturales de su clientela. Mediados por la economía nocturna estos elementos se verán vinculados por la necesidad de socialización, por la idea promovida por actores públicos y privados de la salida nocturna como momento de esparcimiento, y por el consumo. Todos estos elementos darán como resultado bares particulares, con determinados precios, menú, público meta o decoración que los colocará en una clase u otra.

Es así que este ejercicio de conceptualización que aquí concluye funcionó como la base teórica que permitió encontrar bares que pudieron ser contrastados con el fin de analizar puntos de encuentro y desencuentro en la interpretación que de su experiencia de ocio hacen los hombres y las mujeres que los visitan, y las posibilidades de resistencia a la normativa de género que en ellos se puede encontrar.

## VI. Estrategia metodológica

### a. Selección de los bares

En el presente estudio se buscó dar respuesta a la pregunta de investigación: ¿Cómo es configurado por y contribuye a configurar las relaciones de género –en tanto relaciones de poder- el bar como espacio de ocio nocturno? Para realizar este análisis se buscaron bares que pudieran ser contrastados con base en ciertos elementos expuestos en la reflexión teórica (Capítulo V) como la decoración y la música -elementos que juntos forman algo que puede llamarse “estilo cultural” (Arce, 2008)- y la clase social de sus parroquianos (en términos de Bourdieu [1990]).

A partir de esos elementos y gracias a datos obtenidos en primeras visitas a distintos lugares, se pudo construir una lista de criterios a tomar en cuenta para seleccionar los dos bares. Estos criterios fueron:

- Edad: la transformación estructural de la juventud ya repasada en los antecedentes históricos del objeto de estudio, que muestran a la juventud como una fase extendida del ciclo vital (Chatterton & Hollands, 2002), ha resultado en que el entretenimiento nocturno se piense como muy importante para la construcción de la identidad joven. Los antecedentes de investigación respaldan esta idea, pues en ellos se presenta la salida nocturna como un evento social importante para las personas jóvenes (Benson & Archer, 2002). Por esta relación estrecha entre bares y jóvenes se hizo el análisis en bares dirigidos a clientela joven, entendida esta como un grupo cuya edad de inicio es clara (no se puede entrar a un bar con menos de 18 años), pero cuya edad de transición a la adultez está medida más en términos de roles (la maternidad y paternidad, por ejemplo) y de consumo de cultura juvenil, que de años.
- Clase: como se apreció en la reflexión teórica, la concepción de clase se refiere a agentes con posiciones, condiciones y condicionamientos semejantes, con probabilidad de tener disposiciones e intereses semejantes y, por tanto, con probabilidad de producir prácticas y tomas de posición semejantes (Bourdieu, 1990). Son clases probables que no dependen estrictamente de oposiciones de acuerdo con las condiciones materiales y para las que se han tomado en cuenta sus distinciones principalmente simbólicas, en tanto la clase –según Lindsay (2006)- vincula lo material con lo cultural. Esto último permitió operacionalizarlas, en los bares analizados, a partir de elementos que

permitieron pensar que dentro de un bar había gente con determinados gustos y capacidad adquisitiva que, sin embargo, eran solamente una probabilidad. Elementos importantes para esta operacionalización fueron el costo tanto de las bebidas como de la comida, el tipo de bebidas y comida que se ofrece en el menú, la música que se escucha, el público al que los dueños buscaron dirigirse al crear el bar y las características físicas del lugar, lo que incluye tanto su infraestructura como su decoración.

Estilo cultural: se refiere a una categoría estrechamente relacionada con el consumo – pero no limitada a este- que implica que grupos (en este caso de jóvenes) tengan experiencias colectivas particulares referidas a estilos de vida y gustos que permiten hacer una distinción con respecto a otros grupos de jóvenes (Arce, 2008). Estos estilos culturales son importantes para la construcción de la identidad juvenil y toman como espacio importante el ocio. En este sentido se analizaron –nuevamente a manera de operacionalización- las actividades de entretenimiento que los bares proponían, el tipo de población al que estas actividades estaban dirigidas y nuevamente la música del bar.

Es a partir de los puntos expuestos anteriormente, y tomando en cuenta el problema de investigación y los aspectos teóricos que se profundizaron en el apartado respectivo, que se seleccionaron dos bares: Brixton y Calle U<sup>15</sup>. Sus características iniciales son presentadas en el siguiente cuadro (ver Figura 3) que permite exponer el carácter contrastable que en un principio se encontró entre ambos espacios. Es importante indicar que este cuadro sufrió variaciones a lo largo del período en que se llevó a cabo el trabajo de campo, y estas variaciones serán presentadas y estudiadas en el capítulo VII: “Resultados de investigación”. Por el momento, la siguiente figura respalda la escogencia de las unidades donde se llevó a cabo el análisis:

Bar	Brixton	Calle U
Bebida más popular	Cerveza nacional	Cerveza nacional
Precio de esa bebida	1000- 1500 colones una botella	1100 colones por botella, 1800 colones dos cervezas

<sup>15</sup> Ambos son nombres ficticios.

<b>Actividad especial durante la semana</b>	Ladies' night los martes: los hombres pagan 3000 colones para entrar y no reciben nada gratis; las mujeres entran gratis y toman tragos gratis (vodka con jugo de naranja o cuba libre, por ejemplo). Después de las 11:00 pm los hombres deben pagar 4000 colones de entrada.	Ladies' night los lunes: los hombres pagan 2000 colones para entrar al segundo piso donde el precio de las cervezas nacionales es de 500 colones. Las mujeres entran gratis y pagan lo mismo que los hombres (500 colones) por la cerveza nacional.
<b>Comida en el menú</b>	Fish & chips, loli-pops de cordero, hamburguesas (de cangrejo y jengibre o de hongos portobello), mejillones y otras recetas especiales (arroz al jazmín, aguacate con salsa de mango...), con precios en el rango de 3900 a 6300 colones.	Pizza, nachos, fajitas, burritos, chalupas, hamburguesas tradicionales, con precios en el rango de 1500 a 2500 colones.
<b>Decoración</b>	Suntuosa: anteriormente era una mansión. Su decoración incluye un retrato "aristocrático" de Syd Vicious, difunto miembro de la banda de punk británico Sex Pistols, ubicado al lado de la escalinata. También hay uno de María Antonieta (la reina francesa) "vandalizado" intencionalmente con pintura en spray; una barra que previamente era el mostrador en un banco inglés de principios del siglo XX, una chimenea con piezas de arte clásico, sillones y sillas tapizadas y paredes cubiertas de tapices importados de Inglaterra. Las baterías de baños están decoradas siguiendo el lenguaje del resto del bar y hay un sillón tapizado a la entrada del baño de mujeres, para quien quiera esperar.	No suntuosa: es una edificación de tres niveles y medio construida específicamente para ser un bar. Las mesas son copias a escala grande de chapas de botellas de cerveza, las butacas o bancos altos son metálicos, de rejilla. Las vigas metálicas expuestas le dan una sensación de espacio "industrial". Hay doce televisores que transmiten siempre canales deportivos, en los tres niveles. El segundo y tercer nivel están en <i>mezzanine</i> y desde arriba (en las mesas al borde del mezzanine) se puede ver la barra del primer nivel y la gente que entra. Las baterías de baños son amplias y no cuentan con decoración, más que lo necesario (dispensadores de

	No tiene rótulo en la fachada ni nada que lo identifique como un bar.	jabones, espejo y secador de manos). En ellas hay dispensadores de condones. El bar cumple con la Ley 7600 (garantiza acceso, por medio de un elevador, a personas con discapacidad de movilidad). Su fachada le identifica como un bar pues tiene rótulo con el nombre del bar acompañado de luces de neón.
<b>Música</b>	Alternativa: indie, brit, post-punk, techno, dark-wave.	Reggaeton, reggaetón panameño, bachata, merengue y estos estilos mezclados con techno (techno-merengue, por ejemplo).
<b>Ocupaciones de sus clientes (público meta)</b>	El ámbito del diseño y las artes: diseñadores gráficos, diseñadores de modas, modelos, músicos y estudiantes de distintas universidades.	Sector servicios y estudiantes que además de trabajar en este sector asisten a universidades, principalmente privadas.
<b>Tipo de bar</b>	De nicho	Comercial
<b>Clase probable</b>	Media- media alta	Media-baja

Figura 3. Comparación entre ambos bares: Brixton Pub y Bar Calle U. Elaboración propia.

### b. Método etnográfico

Por medio del contraste entre bares se buscó responder a otras preguntas, además de la pregunta de investigación:

- ¿Cuáles son las experiencias del espacio de ocio que construyen los hombres y las mujeres que asisten a los bares analizados?
- ¿Cómo se da la interacción inter- e intra-género en los bares elegidos?
- ¿Es posible identificar prácticas de resistencia/reforzamiento a las ideologías dominantes sobre género y sexualidad, tanto en hombres como en mujeres?
- ¿Hay similitudes y/o diferencias entre bares, en términos de la experiencia y la interacción?, ¿en qué se basan estas similitudes/diferencias?

Ante estas preguntas se presenta una hipótesis central que indica que las experiencias de ocio en un bar serán presentadas como equivalentes para hombres y para mujeres, pues el ocio es promocionado como un espacio-tiempo homogéneo para todas las personas. A pesar de esta aparente homogeneidad estas experiencias dependerán de factores estructurales que moldean las relaciones de género, los cuales atravesarán esas vivencias generando diferencias para hombres y para mujeres. Esto quiere decir que a pesar de que las experiencias personales pueden ser muy diversas, será posible encontrar un factor común a ellas: la reproducción de las dinámicas de poder entre los géneros, factor que al tiempo que es configurado por los bares y su oferta de actividades, también es el principio que configura a los bares como espacios de ocio nocturno.

Estas preguntas, y su hipótesis, visibilizaron la necesidad de utilizar varios métodos para recabar información. Como se mencionó en los antecedentes de investigación, se consideró que se debían analizar tanto las opiniones personales de quienes participan en estos espacios, como otros detalles que permitieran comprender las configuraciones de género/sexo en ellos.

Así, para estudiar elementos como las ‘interacciones’ y las ‘prácticas’ –mencionadas en las preguntas de investigación- se tomaron como referencia varios elementos: la necesidad de analizar las pautas de interacción cara a cara, los temas de conversación, el lenguaje corporal, el conflicto entre personas y/o grupos y todo aquello que tuviera que ver con el comportamiento de las personas ante los demás, lo cual incluye la vestimenta y el arreglo personal, los modismos y el consumo de alcohol (qué, cómo y cuánto se consume) entre otros aspectos. Es decir, se analiza la presentación del self en la vida cotidiana [Goffman, 1997] y las técnicas corporales [Mauss, 1979; Crossley, 2005]).

Tomando en cuenta lo anterior, se eligió el método etnográfico para la recolección de datos. El mismo implicó sobre todo la técnica de observación participante, que permitió obtener información de la experiencia por medio del acercamiento a la gente justo donde la acción se lleva a cabo. Esto quiere decir que se visitaron los lugares en numerosas ocasiones, a lo largo de un año, para observar, tomar notas, establecer contactos y dialogar; es decir, para sumergirse en el entorno estudiado y pretender intelectualizarlo (Bernard, 2006, pp. 343, 344).

Siguiendo a Hernández, Fernández y Baptista (2003) se hizo antes una “familiarización” con los ambientes que se estudiaron. Esto quiere decir que se siguieron los siguientes consejos de acciones para realizar una mejor inmersión de campo: (1) Intentar obtener la mayor información posible del lugar antes de adentrarse en él, (2) acudir al lugar y observar su funcionamiento, (3)

conversar con algunos miembros del lugar para conocer mejor su funcionamiento cotidiano, (4) participar de alguna actividad para lograr rapport y (5) hablar con los miembros que fuera necesario para lograr el consentimiento hacia la participación.

Existió también una necesidad de caracterizar los espacios en sí, esto para poder realizar análisis tanto del bar como unidad individual como para poder hacer contrastación entre bares. Por esto, se consideraron elementos como la ubicación, la decoración, el menú, la historia y la clientela-meta.

Los tres primeros elementos fue fácil notarlos durante la observación. Estos designan, en palabras de Wildner (2005) quien retoma a Denise Lawrence y Sethá Low, el concepto de “entorno construido” que se refiere a los productos de las actividades constructivas humanas. Para los dos últimos puntos fueron necesarias entrevistas con informantes clave, entre ellos meseros y meseras, dueños, administradores, decoradores, disk jockeys (DJ) y personas a cargo de las redes sociales o de la promoción de eventos. Estos informantes contribuyeron con la construcción de eso que Wildner llama la “historiografía oficial”, a la cual están sujetas ciertas intenciones de significación que hacen que determinados referentes históricos o simbólicos sean resaltados o relegados a un segundo plano, generando lo que según la autora puede denominarse la “historización del espacio” (p. 206). Además, se tomó en cuenta los estilos de promoción o comercialización tanto del bar como de sus actividades, para con esto respaldar el “estilo cultural” del mismo y, con ello, identificar de mejor manera a los clientes a quienes el bar se dirige. A esto es importante aunar la información que ofrecieron algunos objetos como cierto material gráfico que complementó la información sobre la experiencia de estos espacios de ocio.

Todo lo anterior implicó necesariamente los registros de observación, que incluyeron no solamente notas sino también fotografías, grabaciones de audio y bocetos, sino además la visita a sus redes sociales. Además, dentro de las anotaciones escritas es importante tomar en cuenta que se realizaron de distintas clases (siguiendo lo planteado en Hernández, Fernández y Baptista [2003, p 460]):

- Anotaciones de la observación directa: son descripciones de lo que se está viendo, escuchando, oliendo, etc. Por lo general están ordenadas de manera cronológica y narran los hechos ocurridos.
- Anotaciones interpretativas: son comentarios personales sobre lo que acontece, sobre lo que se percibe.



- Anotaciones temáticas: son ideas, hipótesis, preguntas de investigación, especulaciones que se refieren a la teoría; pueden ser conclusiones preliminares también.
- Anotaciones personales: describen cómo se siente quien observa, cuáles son sus sensaciones.

Finalmente, para aquellos temas en los cuales se deseó profundizar, se diseñó una entrevista semi-estructurada. Esta se realizó con el fin de analizar con mayor detalle aspectos como las concepciones o significados de masculinidad y femineidad para los hombres y las mujeres que van al bar, posibles estereotipos con respecto a los bares del estudio (qué tipo de gente va, por ejemplo), o cuál es el motivo de la salida al bar, entre muchos otros temas abordados.

Para el contacto con las personas entrevistadas y los informantes clave a quienes se entrevistó se hizo uso de dos tipos de muestreo cualitativo (Hernández, Fernández & Baptista, 2003):

- Muestra de casos-tipo: tipo de muestra que se utiliza en estudios cualitativos donde el objetivo es obtener información rica y profunda, aunque no estandarizable. Se usa con éxito, además, en estudios con perspectiva fenomenológica que buscan analizar valores, ritos y/o significados de un grupo social particular. Para efectos del presente estudio, este muestreo fue óptimo para encontrar informantes como promotores de eventos, diseñadores del espacio interno de los bares, meseros y administradores.
- Muestra por redes (bola de nieve): en esta se identifican participantes clave a quienes se pregunta si conocen a otras personas que puedan contribuir ampliando los datos ya obtenidos, a quienes se contacta y se incluye también. En esta investigación, los informantes clave pudieron contribuir a identificar participantes de la experiencia del bar, a quienes se pudo hacer entrevistas de profundización.
- Muestra por conveniencia: en este estudio se utilizaron personas activas en las redes sociales de los bares, a quienes se contactó y se entrevistó. Algunas de estas personas contribuyeron, a su vez, a contactar a otras personas contribuyendo al muestreo por bola de nieve.

Es así que por medio del método etnográfico apoyado en observación participante, entrevistas y representaciones gráficas se logró estudiar las experiencias de ocio de hombres y mujeres en dos bares escogidos por su contrastabilidad en términos de su clientela que fue tipificada en términos de clase y de estilos culturales, partiendo de la teoría de género que permitió problematizar el tiempo de ocio propio del modelo actual de producción-consumo.

### c. Para el análisis de resultados

La estrategia metodológica antes descrita se desarrolló en un periodo de 1 año, como ya se mencionó, realizando observaciones y entrevistas informales (*in situ*) a personas participantes de las salidas nocturnas en uno y otro bar. Se entrevistó a profundidad a 14 personas (8 hombres y 6 mujeres) con edades entre los 18 y los 37 años de edad [ $M = 30,7$ ;  $DE = 6,53$ ]. Las entrevistas y las notas, memos y diarios de campo, fueron transcritos con un procesador de texto y analizados usando el software libre QCAmap.

Para el análisis de la información y la creación de datos se planteó un ejercicio en dos vías. Esto es así porque el análisis se realiza a partir de una síntesis de lo planteado por Mayring (2014) donde se describe la posibilidad de hacer análisis cualitativos deductivos y/o inductivos.

El análisis deductivo se refiere a la creación de categorías a partir de la teoría, mientras que el análisis inductivo se refiere a la creación de categorías a partir de los datos obtenidos gracias a la recolección de la información (Mayring, 2014). Para este estudio primero se partió de la definición de categorías obtenidas a partir la teoría que se consideraron necesarias de incluir para recabar y analizar la información. Es decir, en un primer momento la teoría arrojó las primeras categorías de indagación y estas fueron usadas como temas globales que contenían subcategorías que fueron usadas para diseñar la plantilla de observación y la entrevista semi-estructurada.

Después de este primer paso, que surgió de la necesidad de que la recogida de información y la creación del dato respondieran a la reflexión teórica, se hicieron algunas observaciones y entrevistas. La información obtenida generó códigos de análisis que transformaron las categorías originales. Así, hubo un ejercicio dialógico entre lo que la teoría planteó originalmente y lo que la observación y las entrevistas pudieron arrojar posteriormente. Este proceso deductivo-inductivo fue a la vez horizontal, en el sentido de la amplitud y la cobertura de los temas, y vertical en el sentido de las jerarquías pues se agregaron categorías nuevas, pero también se subordinaron unas a otras (en un ejercicio de categorización axial) en respuesta a los nuevos códigos que se agregaron.

Las entrevistas y las notas de campo fueron transcritas y codificadas línea por línea, no haciendo resúmenes de temas. Esto permitió a la vez que particularizar ideas, formar combinaciones y patrones, vinculándolos entre sí. El propósito de estas vinculaciones que ampliaron los códigos fue descubrir cómo se crean socialmente los significados, implicando esto un ejercicio tanto estructural

como hermenéutico (Hannerz, 2013, p 92). En un último momento los scripts y patrones resultantes de ambos bares se compararon entre sí.

Se puede decir, entonces, que el proceso de codificación fue de definición y de interpretación de eso que está pasando (“¿Qué está sucediendo aquí?” es la pregunta inicial de la etnografía según Goffman [1986, p 85]), sugiriendo tanto acción como contexto (Hannerz, 2013, p 91).

Es así que se plantearon una serie de categorías analíticas que serán las que se desarrollarán a continuación como apartados y sub-apartados del capítulo “**Resultados de investigación**”.

## VII. Resultados de investigación

Tomando como base todas las construcciones previas a este punto del estudio, a continuación, se exponen los resultados obtenidos a lo largo de alrededor de 1 año de investigación en los dos bares seleccionados. Más allá de resultados de investigación, esta sección intenta presentar una serie de historias y vivencias desde las cuales se puede articular conocimiento sobre la cultura del ocio, la participación en la cultura del ocio nocturno y las diferencias que se dan en estas experiencias para hombres y para mujeres de distintas clases sociales, en el entendido de que estas experiencias están ligadas a un contexto sociohistórico amplio que tiene impacto no solamente sobre su propia vivencia sino además sobre lo que cada bar plantea como ocio.

Este capítulo se divide en seis secciones. Cada sección está basada en cientos de páginas de diarios de campo y entrevistas. La sección I ofrece una breve introducción a la historiografía de ambos bares, para contextualizar de mejor manera los análisis posteriores. Las secciones II, III, IV, V y VI exponen aquellos temas obtenidos a partir de la intersección entre la teoría y la recolección de información y que contribuyen a responder las preguntas de investigación. Específicamente la sección II presenta la importancia que tiene el ocio nocturno como espacio de diversión y encuentro con amigos para las personas jóvenes participantes de estos espacios, pero también la importancia que tiene el ocio en relación con otros tiempos-espacios como el estudio o el empleo. Esta sección hace además un importante abordaje sobre el tema de la seguridad en la salida nocturna a un bar, tanto para hombres como para mujeres. La sección III aborda el tema de la clase social de las y los participantes de cada bar. Esto incluye la transición particular que se dio en el bar Brixton con respecto a su oferta y el público que empezó a convocar principalmente en el año 2014 y las clasificaciones y tipificaciones que las personas hacen de la clientela de su bar de referencia. La sección IV visibiliza al bar como un negocio a través del análisis de los eventos llamados ladies nights. La sección V presenta la puesta en escena de los géneros en ambos bares, esto en relación con varios aspectos centrales para esta puesta en escena o *performance*: la construcción del cuerpo, las dinámicas de “ligue” (para no llamarle “conquista” por sus implicaciones en los ejercicios de poder) y el lugar de la homosexualidad en un ocio que está dirigido sobre todo a personas heterosexuales. Finalmente, la sección VI analiza las representaciones de hombres y mujeres que ambos bares promueven a través de su arte y publicidad en redes sociales. Cada sección se acompaña al final de un resumen y su propia discusión.

En todos los casos que se presenten citas de o referencias a las entrevistas realizadas, y como medida ética para proteger la identidad de las y los participantes, para cada participante se usa solamente una letra del abecedario escogida de manera aleatoria. La letra es seguida por una H o una M en subíndice con el fin de identificar si la persona es hombre o mujer. El bar de referencia será mencionado en el texto mismo. La construcción discursiva de las personas entrevistadas se respetará en todos los casos en que se haga transcripción textual de la entrevista, por lo que de haber errores gramaticales o de pronunciación estos permanecerán como tales en el texto, sin ser corregidos. En los casos en que solamente se habló algunos minutos con alguien en un bar no se identificará a la persona con una letra, con el fin de distinguir el intercambio con esta persona de las entrevistas a profundidad.

Para el caso de las imágenes utilizadas, todas son tomadas del perfil comercial de Facebook de cada bar y no es posible dar crédito a su autoría pues el mismo bar no la menciona. Las imágenes no se indica que estén sujetas a derechos de autor; sin embargo, es importante explicitar que en este estudio estas publicaciones son utilizadas solamente con fines educativos de investigación y de ninguna manera se están usando con fines comerciales o que tengan efectos de mercado para ambos bares, tal y como se solicita explicar para justificar su uso.

## **a. Historiografía**

### **1. Bar Brixton**

Fundado por los ingleses TD<sub>H</sub> y NR<sub>H</sub> y ubicado en Los Yoses, al Este de la ciudad, el bar Brixton es relativamente nuevo. Ocupando una mansión que data de mediados del siglo XX, el bar no parece tener dentro de sus planes recordar sus inicios en Barrio Escalante, en un local más bien modesto el cual se debió abandonar debido a las constantes quejas de los vecinos quienes encontraban insoportable tanto el ruido a altas horas de la noche como el tener que vérselas con innumerables carros mal parqueados que producían una especie de caos etílico-vial.

El nacimiento del Brixton puede ser descrito como el resultado de mezclar una casualidad (ambos ingleses se conocieron en una fiesta en Escazú), con el miedo a la burocracia costarricense (ambos consideran que los extranjeros en Costa Rica ganan bajos salarios aun siendo profesionales) y con el nicho que los dueños identificaron en este negocio de la vida nocturna, donde según ellos faltaba en San José un bar que incorporara y personificara la rica cultura inglesa (Hek Vh, 2013).

El bar tiene como referente una ciudad en Inglaterra (homónima al verdadero nombre del bar). Esta ciudad -originalmente ciudad-dormitorio para los empleados de las industrias aledañas- con el pasar de los años entró en decadencia por el abandono de la actividad industrial. Poco a poco se convirtió en un distrito marginalizado que, sin embargo, fue transformado por una oleada de personas del medio del arte y la cultura. La nueva ola de inmigración generó un proceso de gentrificación que terminó por hacer del distrito un lugar residencial, cultural y comercial muy dinámico (Harris, 2012).

Con esto en mente, TD<sub>H</sub> y NR<sub>H</sub> decidieron llevar algo de esa cultura a Barrio Escalante. En el Brixton la idea original era escuchar música poco comercial. El objetivo era escuchar música *indie*<sup>16</sup>. Al bar no se iba a bailar; se iba a escuchar música inglesa: Morrissey, Joy Division o Depeche Mode. Eran comunes los tributos a artistas ingleses como el finado David Bowie o a bandas inglesas como The Clash o Siouxsie and the Banshees. El rostro de esta última vocalista daba la bienvenida desde la pared del fondo, al lado del de Pete Doherty y compartía espacio con un retrato de Winston Churchill quien, con un peinado mohicano, vigilaba el baño. Dark wave, new wave, punk, post-punk, mod, techno, brit-pop... Para los legos, un culto esotérico.

La clientela del Brixton era bastante homogénea y estaba compuesta en sus inicios por jóvenes pertenecientes a una clase media valle-centralina con acceso a la educación y la si no “alta”, por lo menos “media” cultura; sin duda con acceso a esta subcultura inglesa. Me dice un cliente leal del bar: “[Tenía] el arte que había hecho D<sub>H</sub> inspirado en Banksy<sup>17</sup> y en toda esta moda que le cuadró a todo el mundo de lo británico, lo punk rock”.

El Brixton era considerado por algunos como un bar de hipsters, esa “cultura” occidental de la que los mismos “brixtonianos” renegaban. Dice Mark Greif (2010a) en The New York Times, es ese grupo de personas que juegan a ser los inventores o los primeros en adoptar una novedad; para ellos es motivo de orgullo el saber o decidir qué es lo *cool* antes que el resto del mundo. Son, según el Hipster Handbook (Lanham, 2003, p 8) personas que poseen el gusto, las actitudes y las opiniones consideradas *cool* por quienes son *cool*. Según Ingrid Tolstad (2006, p 5, 6), son aquellas personas que tienen una preferencia por las modas irónicas de lo retro, la música y el cine independientes y

---

<sup>16</sup>Indie es la forma abreviada de decir “independent” (independiente). Se refiere a música que es producida y distribuida por disqueras pequeñas, independientes de los grandes sellos disqueros cuyos intereses se consideran comerciales y no artísticos.

<sup>17</sup> Famoso grafitero inglés.

cualquier otra forma de expresión que sea considerada como externa a la cultura dominante o de masas. La crítica generalizada y expuesta tanto en Tolstad (2006) como en Lanham (2003) y Greif (2010a, 2010b) es que aunque muchas de las personas alineadas a estas manifestaciones culturales se identifican con una posición opuesta a la cultura dominante, esto tiende a significar más un distanciamiento estético que una verdadera resistencia activa con contenido ético.

Este pequeño Brixton tenía un ambiente casi familiar para los clientes asiduos; clientes que, como ya se mencionó, colmaron la paciencia de los vecinos porque, continúa mi informante: *“no es que seamos un grupo muy problemático pero día [...] todo el mundo empieza a consumir drogas afuera, todo el mundo empieza a hacer lo que le da la gana”*.

Es así que los dueños son forzados a cerrar el pub y se empieza a pensar en grande. Tres o cuatro meses después de cerrar sus puertas en Barrio Escalante, en 2013 abre el Brixton en Los Yoses, en la mansión.

Aquí el Brixton es aún un bar peculiar. Su imagen gráfica fue diseñada con la ayuda de los artistas gráficos costarricenses conocidos como Salvador Ödrec y Boreal. El interior presenta una mezcla irreverente entre arte neoclásico y propuestas kitch. Cuadros de David Bowie e imágenes de Amy Winehouse se codean con copias del David de Miguel Ángel, papeles tapices con diseños de damascos traídos de Inglaterra y una barra que era parte del lobby de un viejo banco inglés, todo esto mezclado con algo del mobiliario original de la mansión.

En un principio el cambio de ubicación fue percibido por la clientela como algo positivo: *“Fue como un subidón de nivel porque habíamos pasado de la casita en la esquina a esa mansión”*, afirma H.H. Sin embargo, este nuevo espacio planteó nuevos desafíos.

En 2014 la enorme competencia de bares en la zona y los altos costos administrativos y de alquiler de la mansión obligaron a los dueños a diversificar su oferta, pues otros bares se estaban llevando a su clientela más *underground*<sup>18</sup>. La oferta se transforma para incluir ladies night, noches de hip hop, música en vivo y un cambio radical en el menú, que pasó a ser menos “inglés” y más “estándar”, sustituyendo los caros platos por entradas o bocas más comunes, como el choripán. Aún hoy quienes visitan el bar son personas en ese rango que Grazian (2008) clasificó como jóvenes-

---

<sup>18</sup> Lo underground o subterráneo habla de una cultura opuesta y confrontada a un “mainstream” (Thornton, 1995) o cultura convencional.

casi-adultos: hombres y mujeres entre los 20 y los 35 años de edad; sin embargo, es claro que hoy el Brixton no es ya lo mismo que era cuando se mudó a este recinto.

La población que hoy participa del Brixton es muy variopinta, pues varía según el día de la semana, y quienes originalmente eran clientes asiduos han emigrado a otros bares con ofertas estéticas más afines a sus gustos. A pesar de esto, el bar se sostiene como un fuerte competidor en la zona, principalmente gracias a sus populares ladies nights, que de boca en boca han convocado a poblaciones que, en un principio, los dueños nunca hubieran imaginado, pero esa fue precisamente la idea detrás de la diversificación; al fin de cuentas, es un negocio.

## **2. Bar Calle U**

El 16 de agosto de 2002 abre sus puertas el bar que cambiaría la manera en que se pensaba el ocio en la Calle de la Amargura en San Pedro. Frente a bares con una oferta más modesta por su escala e inversión, Calle U se plantea como un mega bar inicialmente de tres pisos, luego de tres y medio, que más que adaptar una vieja casa a la necesidad del negocio, diseña un espacio de tipo industrial para albergar masas de estudiantes en busca de licor y diversión.

En un inicio el bar fue pensado como un gran bar universitario, debido a su ubicación; sin embargo, con el pasar de los años la administración nota que realmente el estudiantado de la universidad pública no maneja la cantidad de dinero que en el bar se necesita para hacer del consumo de licor en este espacio tan grande un negocio rentable. Buscando identificar entonces una nueva clientela, Calle U encuentra un nicho de mercado entre jóvenes de 18 a 26 años con un gusto por la fiesta. Estos jóvenes -provenientes de barriadas como Los Cuadros, León XIII o San Sebastián, entre otras- pueden no asistir a la universidad, pero tienen empleos que no les piden un título como requisito, por ejemplo en el sector servicios. Estos empleos y sus ansias de fiesta son la combinación que el bar buscaba para hacer del negocio una actividad rentable. Es este, entonces, el grupo etario y socioeconómico que llena el vacío de demanda de mega bares en el área. *“Es el bar de la gente a la que le gusta pegarse la fiesta”*, me dice un veterano miembro del staff. Así, Calle U cambia el paisaje de “la Calle”, como le llaman a la Calle de la Amargura, al atraer a otra clientela más allá del estudiantado de las cercanías, clientela que además de beneficiar al negocio por su gusto por “la fiesta”, también plantea nuevos retos.



En el bar están conscientes de la fama que tiene “la Calle”<sup>19</sup>. Los problemas relacionados con venta de droga, que circula en grandes cantidades en toda la zona, están a la orden del día. Además, se conocen los vínculos entre esta venta, los capos en las barriadas y otras actividades de alta peligrosidad y niveles de violencia, como el sicariato. En el entendido de que esta situación tiene un impacto negativo en su imagen, el bar se ha dado a la tarea, los últimos años, de cambiarla. Es así que se han tomado medidas como imponer un código de vestimenta tanto para hombres como para mujeres. El objetivo ha sido eliminar la representación de Calle U como un bar de “ratas”, es decir, maleantes, por lo que se prohíbe el ingreso de hombres con abrigos grandes o camisas para “racing” (camisas usadas para motocross). De la misma manera, se ha limitado el ingreso de mujeres con ropa provocativa, principalmente pantalones muy cortos (shorts cortos, valga el pleonismo bilingüe) pues estos generan faltas de respeto a las mujeres ante las cuales la Administración se ve obligada a intervenir.

Esta estrategia surge de una idea del dueño de “limpiar el lugar”, pero en el corto plazo la limpieza le ha hecho daño al negocio. La clientela ha disminuido y no es sino hasta ahora, dos años después de que se proponen cambiar la imagen, que los números se han recuperado un poco. A pesar de esto, en el bar están satisfechos con la nueva cara pues no quieren verse asociados con cierto tipo de gente que, aun así, es imposible eliminar completamente: “*Ratas siempre va a haber; tampoco queremos ser clasistas*” me comenta un joven empleado del bar.

Más allá de la lucha por limpiar su imagen y de las representaciones que las personas tengan de este bar, Calle U se ha mantenido como un referente de las salidas nocturnas en “la Calle”. Una noche cualquiera, el lugar está lleno de gente gracias a sus promociones, principalmente el lunes del ladies night que es considerado por todas las personas involucradas, sean personal o clientela,

---

<sup>19</sup> Dicen algunas noticias de inicios de la década pasada: “De acuerdo con las pesquisas, el 13 de mayo gran cantidad de jóvenes se encontraba en *la calle de la Amargura* —que une la Universidad de Costa Rica con la vía principal de San Pedro— celebrando la última noche de la Semana Universitaria. Muchos de ellos se encontraban bajo los efectos del licor. El grupo, como ha pasado antes en esa zona, tenía tomada la vía, impidiendo el paso de vehículos. No obstante, algunos conductores se aventuraron. Los agentes presumen que la primera vez que el Hyundai pasó por esa calle, en este solo iba el sospechoso. Este regresó minutos más tarde acompañado por los otros tres hombres [...] Al parecer, fue uno de ellos quien disparó contra la multitud” (Vizcaino, 2000).

“En la “calle de La Amargura”, según las autoridades, son frecuentes las agresiones con arma de fuego y puñales, especialmente a la salida de los bares. También se han reportado asaltos a mano armada, casi siempre a avanzadas horas de la noche, según informes que manejan la Fuerza Pública y el OIJ”. (Aguilar, 2006, párrafo 8).

como una “loquera”. Además, el gusto por músicaailable hace de este espacio uno donde la gente pocas veces se sienta a tomar. A menos que haya un partido de fútbol importante, que agrega tensión, el ambiente de fiesta es multitudinario y a todo volumen.

Con reggaetón panameño o portorriqueño que pone a bailar hasta a los hombres y mujeres de la peluquería del frente, Calle U abre a partir de mediodía, de lunes a domingo. Su arquitectura fue detalladamente planeada por un reconocido arquitecto, por solicitud del dueño quien quería no solamente mejorar el espacio interno, sino además el paisaje urbano, interviniendo las aceras y otros elementos como la iluminación (TerraU1, 2011). Sus tres pisos y medio están, a manera de palcos, bordeando el perímetro del bar. Todos tienen como punto focal la barra: un espacio en el centro del primer nivel que permite 360° de servicio a la clientela. Desde la barra se puede mirar lo que pasa arriba en los palcos y viceversa. El arquitecto se basó en la idea de que las personas en un bar quieren ver y ser vistas, por esto les dio la oportunidad de hacerlo desde y hacia cualquier nivel.

Hamburguesas, papas fritas o nachos salen de la cocina varias veces por noche, pero sobre todo cerveza nacional. Un animador, que dejaron de convocar hace un par de meses también por asunto de imagen, reventaba los parlantes con ocurrencias de todo tipo todos los días de la semana. “Ahora solo viene los fines de semana”, me dice el Administrador.

Calle U se adapta y moldea su imagen, transformando con ello y sin quererlo, la dinámica de toda la Calle de la Amargura. El código de vestimenta de este bar ha obligado a los bares aledaños a aplicarlo también, pues lo que no entra a un bar se va al siguiente y esto ha generado problemas a sus vecinos. Para el bar de cierto modo la dinámica es positiva, está permitiendo recuperar “la Calle” como un lugar seguro para salir de noche. En el bar saben que lo que sea bueno para la clientela, será bueno también para el negocio.

## **b. La puesta en escena de la vida nocturna**

### ***1. El bar como espacio de libertad: diversión, amigos, alcohol y música***

Es un lunes por la noche, un día que –de acuerdo con mi sentido común– no puede ser menos idóneo para salir a un bar. Calle U está atestado de gente desde aproximadamente las 10 de la noche, como todos los lunes. ¿Qué les hace venir a un bar el primer día de la semana laboral y quedarse hasta las 2 o 3 de la madrugada del martes?

Una de las primeras reacciones que obtengo cuando hago entrevistas a la clientela de los dos bares seleccionados es que por lo general salen a un bar para divertirse. Esta respuesta

corroborar lo que intuitivamente y en un primer momento así parece al entrar a Calle U cualquier noche de la semana, lo mismo que al visitar el Brixton. Pero ¿qué es divertirse o para qué divertirse?, ¿cómo divertirse en un bar?

Caminando un poco entre la multitud es fácil notar un patrón que es corroborado en todas mis entrevistas: a las personas les gusta salir acompañadas. *“Todos tienden a venir en grupo, es muy, muy raro que venga una persona sola”*, me dice B<sub>H</sub> acerca de la gente que va al Brixton. *“[...] mis primos, primas, amigos de otros y ahí vienen, y nos vamos conociendo y ahí ya todos nos juntamos y es una loquera, es terrible lo que hacemos nosotros”* me comenta J<sub>M</sub> sobre sus salidas a Calle U, especialmente los lunes.

Los amigos son importantes por dos razones. Primero porque se disfruta pasar un buen rato con ellos. Se considera relevante compartir con el grupo de amigos lo que se hace esa noche en el bar, sea esto una buena conversación, el haber ubicado una *“muchacha guapa”* o *“la loquera”* del momento. Esto implica inclusive la oportunidad de conversar luego sobre lo que se hizo esa noche. Por ejemplo, al entrevistar a M<sub>M</sub> ella menciona lo importante que es hablar con su hermana sobre lo que se ha hecho la noche anterior: *“[...] al día siguiente nosotras como ‘woooow’, no lo superamos aún [...] yo estaba súper mareada, y ella me decía ‘Ay no hermanita, que gomón’ y yo ‘Ay sí, nos morimos’ (ríe)”*.

También se sale con los amigos y las amigas para cuidarse entre sí, para que alguien vigile a quienes consumieron más alcohol y para respaldar las incursiones y los intentos por contactar y conectar con personas del otro sexo; esto fue muy claro en las observaciones de campo donde los grupos de amigos constantemente están evaluando y comentando sobre las personas que fluyen a su alrededor.

Sin embargo, la compañía no incluye solamente a personas conocidas. Que haya gente en un bar es importante porque si no, es considerado aburrido. La gente contribuye a construir una vibra de fiesta y además se relaciona con el afán de ver a personas del sexo opuesto<sup>20</sup>.

Es así que salir a un bar es un evento social. Se comparte tanto con amigos como con gente desconocida. Se encuentra, eso sí, que conforme aumenta la edad, las salidas suelen tener una

---

<sup>20</sup> Se usará el concepto “sexo opuesto” cuando sea necesario pues fue la manera en que se mencionó en las entrevistas. Lo cito en el entendido de que refleja la visión de los sexos presente en los discursos de las personas entrevistadas. Después de la reflexión teórica queda claro que esta tesis no sustenta la existencia de solo dos sexos-géneros opuestos o complementarios.

connotación menos de diversión y más de relajación. Las cuatro personas mayores a 35 años entrevistadas comentaron cómo sus salidas están más asociadas a conversar, relajarse y distraerse que a divertirse. En ocasiones incluso se hace referencia a cómo en años anteriores (a los 20 años, por ejemplo o durante la época universitaria) sí se salía con la intención principal de divertirse: *“haciendo memoria, ese tipo de cosas a mí me llamaban la atención cuando yo estaba en la U”*, dice un cliente (hombre) del Brixton.

Es importante destacar que –en relación con la diversión y el distraerse y relajarse– se va un bar porque es una manera de desconectarse de la rutina diaria. En este sentido, el ocio en un bar permite escapar de un día pesado en el trabajo, de los muchos problemas en la casa, del aburrimiento en la casa pues no se estudia ni se trabaja, del jefe, de la mamá o del papá. Es así que este salir para divertirse se vuelve un espacio donde se pretende no pensar en todo eso que causa estrés y que además forma parte de un mundo percibido como estructurado el cual se rige por reglas: horarios, uniformes y demandas familiares de los padres o los hijos<sup>21</sup>.

El ocio se construye en los relatos como una especie de venganza frente a este mundo regulado. Principalmente para las personas menores de 35 años, el bar es un espacio que permite liberarse, experimentar y cruzar los límites de lo que se haría de día y en cualquier otro espacio: *“hay personas que se exceden en el alcohol y ya no saben ni lo que están haciendo ni lo que dicen”*; *“[Yo salgo] por divertirme y por salir del viaje tal vez por los problemas que uno tenga en la casa, pero también por diversión porque a mí me encanta salir y divertirme y hacer loco, más con mis amigos”*; *“tienes que experimentar si no, no te vas a dar cuenta de qué te gusta, tienes que experimentar y yo siento que el espacio nocturno da mucho que decir para eso”*; *“[se libera] tal vez tu lado malo [...] es como el momento donde tienes que atreverte a todo, o sea, hacer y mañana será otro día”*; *“yo no me voy a poner zapatos [en oposición a tenis] para ir a un bar, yo me los pongo para trabajar”*.

Aunado a esto, un elemento fue central en todas las entrevistas de quienes tienen un empleo. En todos estos casos se obtuvo que se sale para divertirse y para relajarse porque es una manera de desconectarse de la rutina diaria y esta, para quienes tienen empleo (10/14 partes de la muestra entrevistada) está directamente relacionada con su trabajo.

---

<sup>21</sup> De los entrevistados hombres, ninguno era padre de familia. De las mujeres dos eran madres solteras que tuvieron sus hijos a los 15 años y a los 18 años, teniendo ahora 18 y 23 años de edad respectivamente. Ambas son clientas de Terra U.

G<sub>H</sub> (Brixton): *a mí sí me pasa que cuando tengo una semana fea en el brete muchas veces estoy cansadísimo pero sí quiero un par [de cervezas], y ya tal vez el fin de semana es donde sí me enfiesto si ya pasó.*

M<sub>M</sub> (Calle U): *más que todo por tratar de olvidar cierto tipo de cosas laborales, yo trabajo en una tienda veterinaria, hay mucho estrés ahí, los jefes a uno lo presionan mucho, nunca se les queda bien con nada, entonces más que todo yo salgo para distraerme y conocer nuevas personas, no sé, algo que me saque del ambiente.*

Para estos efectos es central el consumo de alcohol. “Yo no entro a KFC para quedarme viendo, yo entro a KFC porque quiero pollo”, me dice W<sub>M</sub>, “entonces yo entro a un bar porque quiero licor”.

Todas las personas entrevistadas toman, si bien unas más que otras. En las observaciones en el campo también se corroboró la importancia del consumo de licor: tragos en los ladies nights, cerveza nacional y cerveza cruda servida en yardas (recipientes con capacidad de 5 litros) y consumo de todo tipo de ofertas: chiliguaros, tequilas, etc. Algunas personas toman porque disfrutan estar en estado de ebriedad, otras toman porque les relaja y otras porque la cerveza sabe bien, aunque no les gusta excederse.

Tomar cerveza es lo habitual, aunque esto no impide que se beban otras cosas, sobre todo si están en promoción. La preferencia por la cerveza es un dato bien sabido por los bares que diseñan promociones para el consumo de esta bebida: baldazos en Calle U, que son 6 cervezas por 4700 colones, cerveza a 1000 colones en Brixton o la ya conocida “birra” a 500 colones del ladies night de Calle U.

El alcohol desinhibe, divierte, motiva a “hacer loco” y da resaca, “la famosa goma”, me dice un muchacho en Calle U. Levantarse de goma es parte de la salida nocturna, es el remate final a una noche de exceso. Así lo corroboran los relatos de muchas de las personas entrevistadas. Por ejemplo:

J<sub>M</sub>: [...] *y al día siguiente ya amanecemos otra vez de goma y nos sacamos la goma y ahí seguimos.*

S<sub>H</sub>: *unos beben más que otros pero salen satisfechos, y al día siguiente la goma, ‘ay el gomón’, se acuerdan del gomón y se acuerdan de todo el chingue de la noche anterior.*

M<sub>M</sub>: *uno siempre dice ‘uy, no vuelvo a tomar’ y [...] un día es que le dura a uno el ‘ay, qué gomón’, ya a los días ‘ay, voy a comprarme un par de birras’ [ríe].*

Esta dinámica de sociabilidad, de escape y de consumo de licor se completa, de acuerdo con las conversaciones sostenidas, con buena música. En ambos bares música a todo volumen llena el espacio toda la noche; música, eso sí, acorde al estilo cultural de cada bar.

En Calle U es usual escuchar música latina. Reggaetón, bachata, salsa y merengue. Esta selección de ritmos —a veces mezclados con géneros electrónicos que les transforman por ejemplo en “electro-bachata” o “techno-merengue”—es importante para bailar, algo en lo que coincidieron todas las personas entrevistadas y que es fácil notar a primera vista en el bar. Se puede bailar con gente a quien se conoce, pero quizás más importante, se puede bailar con gente desconocida. Es parte de la dinámica para conocer personas.

Las mujeres bailan con hombres, pero también con otras mujeres. Los hombres no bailan entre ellos en pareja, pero pueden bailar en grupo cuando hay reggaetón. Igualmente, una pareja de hombres puede encerrar a una mujer, algo que vi en numerosas ocasiones. Esto último consiste en que dos hombres, frente a frente, tienen una mujer en medio de ellos, formando una especie de emparedado humano. Los hombres evitan al máximo el contacto entre ellos, aunque ocasionalmente pueden chocar la rodilla o el codo, pero tienen contacto completo, cuerpo a cuerpo, con la mujer que está entre ellos. En las entrevistas esto fue definido como “*repello*”.

También es común ver lo que las personas entrevistadas llamaron “perreo”, una manera de bailar que simula el acto sexual. En una ocasión tuve la oportunidad de mirar una larga sesión de este estilo de baile. Veo a tres mujeres de unos 20 o 25 años, cada una acompañada de lo que parecía ser su respectivo novio, ellos también de un rango de edad similar. Los seis salieron del área tumultuosa del bar, donde todas las personas bailaban reggaetón en masa. Los hombres se sentaron detrás de mi mesa, en fila, un hombre a la par del otro. Las tres mujeres bailaron para o con su pareja respectiva. Los hombres permanecieron sentados mientras ellas bailaron restregando sus nalgas (de ellas) por su zona genital (de ellos). Después de un rato los seis tomaron sus cervezas y pasaron a perderse en la multitud.

Ninguna de las mujeres entrevistadas identificó esto como un acto de empoderamiento femenino per se; sin embargo, de manera muy natural comentaron cómo fácilmente ponen límites a los acercamientos no deseados: *“cuando uno está bailando, que se le ponen a bailar a uno... digamos, repellando, si está guapo obviamente yo bailo con él, pero si está feo no”*.

Esto me consta. En una ocasión miro a una pareja de novios (mujer y hombre) que llega al bar con una joven quien parece amiga de la mujer. Al escuchar el reggaetón a todo volumen los tres

repellan. Un grupo de tres hombres jóvenes sentados al lado, en la barra, no ocultan que quieren bailar. Ellos llaman a la joven que acompaña a la pareja, pues en determinado momento ella termina bailando sola. Los tres jóvenes son, a mi parecer, muy agresivos al bailar y ella trata de pasarla bien al tiempo que parece hacer un esfuerzo por no dejar que se propasen. Ellos la tocan mucho, la abrazan; ella se quita mientras continúa bailando. De repente, uno de ellos la toma agresivamente y ella dice “Ah, nooo” y da media vuelta y se devuelve a su mesa. Parece que tanta insistencia tocó límite. Mientras tanto el reggaetón “Shortsito (sic) blanco” de Mr. Fox sigue sonando en los parlantes: “*Shortcito blanco, no e’ pa’ cochina; eso e’ pa’ pura guiales<sup>22</sup> finas*”.

En Calle U parte de la vibra de fiesta la pone un animador, o por lo menos la ponía hasta hace unos meses que decidieron relegarlo solamente a los fines de semana, como parte de la estrategia para limpiar la imagen que ya se explicó. Este personaje no para de hablar al micrófono. Toda la noche nos recuerda “*Hoy chiliguaros, dos por mil colones*”, o “*Mil quinientos la Pilsen gordita, más le rinde*”; también promociona al DJ: “*DJ Joss, la voz de la fiesta*” y corea muchas de las piezas que se escuchan.

Una noche, un poco cansada del “*Bailando la toqué, y ella se dejó, y aprovecho y ¡pam pam pam!*”<sup>23</sup> me acerco a él y le pregunto si no tiene reggaetón cantado por una mujer. Él no intenta en lo absoluto ocultar su molestia. Su cara se desfigura en un gesto de fastidio solo superado por mi contrariedad. Entonces replanteé la pregunta: “*¿No puede poner algo de Ivy Queen<sup>24</sup>?*” Me da un sí condescendiente y vuelve al micrófono. Todavía estoy esperando que ponga la canción.

Otra noche de fin de semana, en una mesa cercana a la mía, un grupo de cuatro muchachas celebra el cumpleaños de una de ellas. Ellas gritan y levantan sus manos cuando el animador grita al micrófono un saludo para la cumpleañera. Pero igualmente festejan, minutos después, cuando el animador dedica “*¡a todas las sucias!*” la pieza de reggaetón que se escucha. La asociación entre diversión, sexo y suciedad moral queda establecida.

---

<sup>22</sup> Guial, en inglés criollo (inglés de influencia antillana) significa chica. Proviene de “girl” en inglés. La canción, de alto contenido misógino, afirma durante casi 3 minutos que una mujer con mala higiene en la zona pública no debería usar pantalones cortos (shorts) de color blanco.

<sup>23</sup> Coro de “Pam pam” de los reggaetoneros portorriqueños Wisin y Yandel.

<sup>24</sup> “La Caballota”, como le dicen a esta reggaetonera portorriqueña, es reconocida dentro y fuera de las fronteras del reggaetón por ser una cantante combatiente contra las representaciones denigrantes de las mujeres propias de este género musical, incluyendo sus letras y sus videos (Báez, 2006). Su feminismo no le ha restado adeptos; es sumamente popular.

Viendo a la cumpleañera y a sus amigas bailar, reír muchísimo y beber mucho alcohol veo en acción la diversión en un bar. Ellas no parecen darse cuenta de que en la mesa a mi lado dos hombres y una mujer juzgan cómo están vestidas (*"Hubiera venido en tenis usted también"*, le dice sarcásticamente uno de los hombres a la mujer, burlándose de la vestimenta de una de ellas). Quizás sí se dan cuenta, pero no les importa, ¡bien por ellas! De lo que sí se dan cuenta es de un grupo de tres hombres jóvenes que están a dos mesas de distancia. Cuando ellos las miran es como si subieran el volumen a su diversión: más baile, más risa.

Algo particular de Calle U es que al tener más o menos diez televisores que casi siempre proyectan canales deportivos, sin importar el día, es un lugar frecuentado para ver partidos de fútbol. Si hay partidos el animador se calla, aunque se 'enciende' apenas termina el primer tiempo y durante todos los 15 minutos del descanso.

El fútbol es parte de la diversión en Calle U. Hay que ver cómo se llenan los clásicos Saprissa-La Liga o inclusive Boca Juniors-River Plate, de la liga argentina. ¡Ni qué hablar de los partidos de "La Sele"! Una noche lluviosa me voy al bar a ver uno de estos partidos. Conforme transcurre el juego es evidente que los hombres son más "expresivos" en relación con la situación del juego: ellos le gritan directamente al televisor y expresan abiertamente su enojo. Las mujeres no lo hacen. Cuando hay gol todas las personas gritan; algunos saltan. Los hombres se abrazan y se dan la mano. Una pareja (heterosexual) se besa. Emocionados por la posibilidad de gol, un hombre le dice a otro, con un tono nervioso *"¡Ay, playo!"*, siendo el "playo" aquí una manera amistosa de llamar a su amigo, extrañamente desprovista de su significado de "homosexual". Es curioso, ¿no?, que a ninguna mujer se le ocurriría en medio de la emoción del fútbol decirle a su amiga *"¡Ay, lesbiana!"*.

Los partidos de "la Sele", además de a lo anterior, dan pie a todo tipo de manifestaciones "patrióticas". En una ocasión en el entretiempo de un amistoso sonó una canción de un artista costarricense cuya letra dice: *"Aquí [en Costa Rica] no hay ejército ni terroristas, solo naturaleza pa' los turistas. Soy del país más lindo, donde el gringo quedó enamora'o, donde están las mujeres más lindas"*. Que las ticas aparentemente sean lindas, según el cantante y el animador, es razón para sentir orgullo generalizado. El animador, en medio de esta pieza, espeta *"Si no le gusta, tome pa'l*



*pinto*<sup>25</sup>. Así, parece ser que el ser costarricense implica resignarse a gustar de e identificarse con la Costa Rica pintada en esta canción.

En el Brixton, por su parte, no se ve fútbol. De hecho, ni siquiera hay televisores. Sin embargo, la diversión no está nada alejada de lo que se vive en Calle U. ¿Qué música se escucha en Brixton? Depende del día de la semana. Abierto martes, jueves, viernes y sábado, el bar presenta una oferta distinta para cada día. Eso sí, no cabe duda de que el hito de la semana que volvió al Brixton un bar reconocido entre fiesteros no-fanáticos de lo británico fue el ladies night de cada martes. ¡Hay que ver las multitudes haciendo fila para entrar! Este día la mansión se llena de “los otros”, esos que nunca hubieran puesto pie en el bar original, razón por la cual muchos “originales” huyen del lugar.

Hip-hop a todo volumen ambienta una fiesta que a primera vista no parece armonizar con la estampa napoleónica del punk Syd Vicious colgando en la escalinata. Mujeres a diestra y siniestra beben tragos gratis en un vaso que se les da a la entrada; hombres y mujeres de diversas clases siguen ingresando al bar por igual. Un par de muchachos veinteañeros se para por un momento en el centro de la pista, todavía no tan llena, y mira a su alrededor, como quien mide la situación en la que se encuentra. Después de algo más que un par de segundos, uno codea al otro y le dice con tono embarazado: “¡Ya mae, se ve demasiado lagarto<sup>26</sup>!”. Mientras tanto el bajo amenaza con reventar el equipo de sonido y en la pista hombres y mujeres desconocidos sudan codo a codo y se conocen sin problema. Mujeres viendo hacia la tarima del DJ bailan mientras los hombres prueban su suerte “*arrimando*”. Esta palabra logra describir lo que se ve todos los martes: un hombre que al ver a una muchacha bailando se le para detrás a bailar, acercando más allá de lo permitido por una burbuja personal tradicional sus genitales a las nalgas de ella. Genitales y nalgas de dos personas desconocidas. Si ella está de acuerdo se puede volver y continuar bailando; si ella no consiente se mueve de lugar o hace señas a sus amigas para solicitar un rescate. A pesar de este acuerdo tácito, los acercamientos no siempre son cómodos. Me dice C<sub>M</sub>:

*A veces cuando se acercan mucho uno se siente feo de la forma en que lo están tocando o se le están acercando o si usted está bailando con alguien que le pongan una mano en la cintura un poco feo o desagradable diay, uno se trata de quitar porque está inseguro.*

<sup>25</sup> Frase popular que de manera explícita diría “Tome el salchichón y los huevos para el gallo pinto”. Evidentemente se refiere al pene y los testículos y es una manera de callar a alguien, como indicando “si no le gusta X, le doy mis gónadas (masculinas) que sí le gustarán”.

<sup>26</sup> El lagarto es el hombre que está al acecho de las mujeres, como quien considera que todas son presas potenciales, pero finalmente se decide ir al ataque por una (o un par).

Esta imagen está enmarcada en los *beats* de una pieza del rapero californiano Too \$hort (así, con signo de dólar en lugar de “S”) o de la pieza “Tuesday” (Martes, en inglés) del rapero Chris Brown, quien corea *“I know your bitch she don't like waiting long, I hit it then pass her to Trigga”* haciendo referencia a cómo cuando termine de tener relaciones sexuales con una mujer (o perra) se la pasará a su amigo Trigga.

Palabras más, palabras menos, esta vibra de fiesta puede perfectamente ser la de cualquier otro día. Algunos de mis entrevistados reconocen que no se acercarán al bar un martes, pero confiesan ir cuando hay concierto. Es decir, jueves, viernes o sábado se va porque *“hay chivo”*. Patterns, Color Noise, Florian Droids y otras bandas representantes de la escena musical nacional convocan a cientos de fanáticos al bar. Ese día los lagartos duermen, aunque el alcohol sigue fluyendo y la música sigue uniendo a los parroquianos. Gritos, aplausos, sets de luces que parpadean y permiten apreciar por segundos caras sonrientes, bocas que cantan los coros, cabellos girando de izquierda a derecha y brazos arriba como quien quiere dejarse ir. Decenas de celulares grabando el evento presagian una que otra posibilidad de revivirlo en YouTube.

Esto podría no verse tan diferente a las noches de música electrónica, aunque en estas últimas no se coreen canciones. El zapateo incansable y las luces estroboscópicas distraen la atención de más de un par de pupilas dilatadas. H<sub>H</sub>: *“La gente que va a [las noches de música] electrónica no toma nada, es puras pastillas, puro MD<sup>27</sup>, puras botellas de agua, y se mandan durísimo”*.

Me dice B<sub>H</sub>:

*a mí me gusta mucho la música que ponen; no es lo mismo cuando ponen los de Nocturnal, cuando ponen los del Ivy Beats Family o cuando se pone como un poco de electrónica como jungle o psy o algo un poco más pesado versus cuando está Jalamelule que es chiqui-chiqui, es música latina en español; Jalamelule en estos momentos es como la moda.*

El auge de Jalamelule es muy interesante. Preguntando se me explica que tiene que ver con un fenómeno relacionado con el incorporar al gusto de clase media cierto tipo de música (por ejemplo, la música latina) precisamente porque se siente ajena. Es algo como la música plancha<sup>28</sup>.

<sup>27</sup>MDMA. Droga psicoactiva también conocida como éxtasis. Es una variedad de anfetamina que produce sensación de euforia y desinhibición.

<sup>28</sup> Se refiere a la música que escuchan las amas de casa o empleadas domésticas cuando planchan la ropa. Usualmente hace referencia a baladas en español que se escuchan en radioemisoras de corte popular.

Este tipo de música ejemplifica perfectamente cómo lo que consumen las clases populares es resemantizado como algo *'cool'* a partir de un giro kitsch. Es como me dice D<sub>H</sub>, staff del Brixton, *"Es agarrar música pola<sup>29</sup> y más bien verla como algo encantador"*, habiendo inclusive en esta última palabra un tono algo paternalista o condescendiente.

La música entonces viene acompañada de vibras diversas, aunque en Brixton puede haber hip hop el martes de ladies night y hip hop el jueves o el sábado. La variación en el público sería generada por los tragos gratis de los martes. Sin embargo, sea martes u otro día, una población fiel a este estilo musical es la población extranjera: *"hay mucha gringa"* -me dice un DJ de hip hop que no disfruta de los ladies night pero que pone este tipo de música uno que otro sábado- *"a los eventos de hip hop siempre va mucho gringo"*, enfatiza. Él mismo afirma luego, como haciendo una salvedad: *"Hay buen ambiente... el fin de semana"*.

## 2. Seguridad

El tema de la seguridad resultó ser más importante de lo que yo hubiera imaginado. Todas las personas entrevistadas lo mencionaron, sin importar el bar o el sexo-género. Se encontró que esta está relacionada con el número de personas dentro del bar, pero también con el tipo de personas que sean numerosas. Esta idea de multitud pende de un hilo que más bien -y contrario al volumen de la música- pareciera bastante delicado: *"hay lugares donde uno siente que se sofoca y no puede ni caminar entonces yo diría como término medio, ni muy lleno ni muy vacío"*, me dijo un cliente frecuente de Calle U.

Al hablar de la cantidad de gente en un bar tres factores parecieron ser importantes para explicar cómo algo que empezó siendo divertido puede terminar siendo molesto o peligroso si el bar está muy lleno: la posibilidad de tener una mirada más o menos panorámica de quiénes están en el bar; la posibilidad de circular de manera más o menos fluida sin invasiones al espacio personal; y la posibilidad de tener control sobre las propias pertenencias. Los tres factores están ligados a la seguridad personal principalmente de los hombres.

En los relatos de los hombres clientes de ambos bares se percibe que si en un bar lleno la cantidad de hombres supera de manera significativa la cantidad de mujeres, ese no es un bar seguro: *"cuando se siente esa inseguridad es que hay muchísimos más maes que viejas, pero así, en gran"*

---

<sup>29</sup> Pasada de moda y/o que no pasa el filtro de los criterios estéticos de las clases media-alta y alta.

proporción” o “un lugar de esos de bailar, como Castro’s, está llenísimo pero hay un porcentaje de mujeres mayor, uno no siente esa inseguridad”. En esta segunda afirmación -que menciona un bar en Barrio México- es interesante notar que el cliente del Brixton quiso expresar cómo hasta en un bar que para él es inherentemente inseguro, como Castro’s, si hay más mujeres que hombres no se siente la inseguridad. Este es uno de los tantos atisbos de las identidades de clase que construyen las clientelas de los bares, donde se asocia la clase social de la clientela con el nivel de inseguridad.

Son los hombres también quienes más se preocuparon por el espacio personal. Me da la impresión de que existe el riesgo de toparse con eso que un joven cliente de Calle U me dijo en una entrevista “*maes que no aguantan nada*”. Yo misma presencié en una ocasión lo que pensé que iba a estallar en un conflicto entre dos muchachos jóvenes una noche en Calle U. Dos muchachos caminando en dirección contraria chocan. Ambos continúan su camino, pero mientras el primero continúa caminando viendo al frente, el segundo camina mirando al otro, como quien espera una reacción. Al ver que nada sucede, él también continúa su camino viendo al frente.

Para mí fue obvio que el choque fue sin mala intención y fue ocasionado porque el lugar estaba lleno de gente. Lo interesante fue que me encontré pensando que al muchacho que se quedó mirando el choque no le importó como algo en sí (no es chocar el hombro lo que molesta), sino solo como algo que pudo haber provocado una reacción agresiva. Me contaba uno de los entrevistados que esto sucede a menudo. S<sub>H</sub>: “*a mí me ha pasado que uno anda ahí y me majan pero uno ve que no es a propósito entonces uno como que ‘Ay, me ensució la teni’ pero uno ve al otro compa ‘Sorry ahí, perrito’ o cosas así*”. Me dijo otro informante “*si llega otro y lo hace al propio, tampoco uno se va a poner ahí a buscar problemas; o sea, por una empujada uno no se va a salir matando*”. Esto es corroborado también por I<sub>H</sub>: “*Tal vez tratar de ignorar, es más seguro para evitar problemas, [uno] se hace el loco*”.

Fueron los hombres también quienes hablaron sobre la necesidad de tener control sobre sus propias pertenencias, principalmente celulares y billeteras. En un entorno lleno, y mayoritariamente de hombres, hay riesgo de asalto. A varios de los entrevistados ya les habían sacado el celular o la billetera del pantalón en distintos bares, por lo que de la experiencia se aprende. A<sub>H</sub>: “*Había una pelota de gente y pasé así (se voltea de lado como haciéndose más delgado) y cuando pasé me lo sacaron de la bolsa del pantalón, y tampoco era que estaba tapis*<sup>30</sup> *para no*

---

<sup>30</sup> Ebrio

*darle cuenta*". El hecho de que nuevamente surge la idea de que si un bar estuviera muy lleno de mujeres no se percibiría como inseguro nos remite a los valores asociados a cada uno de los sexos: el hombre es agresivo, aprovecha la ocasión; la mujer es pasiva, reservada.

En materia de seguridad, el binomio en el cual se asocia a los hombres con inseguridad los bares lo conocen bien. En la entrada a ambos bares hay personal de seguridad que requisa a profundidad a los hombres. A mí no me requisaron en ninguna ocasión; soy mujer.

En Calle U hay un proceso interesante en la entrada. Se da la cédula al hombre de seguridad (vale recalcar: el personal de seguridad no está compuesto de mujeres en ninguno de los dos bares). El hombre pasa la cédula por un aparato que la registra. En la entrada, al preguntar, se me indicó una vez que era para asegurar que la persona era mayor de edad. Dentro del bar se me explica que, además de que permite mapear la edad y sexo de la clientela, el aparato permite el control exacto de quién está dentro, en caso de que ocurra un altercado ya sea por drogas o por una gresca.

En Brixton la dinámica es solo un poco diferente. Hombres en la entrada también vigilan el ingreso. Los hombres requisan a los hombres, nunca a las mujeres. Un entrevistado cliente del Brixton me dio en una ocasión una explicación sobre las tácticas masculinas frente a una requisa:

*DH: si hay contacto visual, quien requisa no devuelve nunca el contacto visual, pero es más delicado al buscar armas o drogas; eso sí, él hace contacto con sus compañeros de puerta como alertando de una posible persona problemática. Si no hay contacto visual, la requisada puede ser más agresiva.*

La seguridad para las mujeres tiene una connotación distinta. Su sensación de riesgo o inseguridad está más bien relacionada con el miedo a un ataque sexual. Tanto hombres como mujeres consideran que en general un bar de noche no es un lugar seguro para las mujeres. Es más, todas las personas entrevistadas excepto dos (un hombre homosexual y un DJ, ambos del Brixton) consideraron que su bar respectivo no es un lugar seguro para las mujeres. Afirmaron ellas: *"yo siempre trato de salir con una persona mínimo"; "me da cosilla tal vez salir y que no se, que algo me suceda o que nadie sepa dónde estoy"; "no me siento cómoda tal vez sola en un bar de noche"; "más que todo lo que pienso es conocer a una persona y tal vez terminar en un lugar donde no quería o por la loquera y levantarme, entonces prefiero siempre andar con alguien que me tenga bajo su cuidado o más bien bajo su supervisión, que me vaya a garantizar que voy a estar bien y que nada me va a pasar"; "trato de no salir sola, aunque por ejemplo siempre yo se cuidarme muy bien sola,*

*pero cuando voy con mis amigas trato de vigilarlas un poco más; “[...] porque las chicas toman, porque no aguantan entonces yo agarro a una que está muy tomada y le doy y hago de todo”*, ejemplificando esta última mujer lo que según ella piensa la mayoría de los hombres en un bar.

Los hombres por su parte afirmaron: *“en la salida si agarran un taxi y lo ven solo, júrelo que lo van a asaltar y a una mujer hasta la pueden violar”; “la mujer mejor andar acompañadas de amigas y tal vez de amigos y no andar solas, porque uno ha visto tantos casos”; “yo siento que aunque las cosas han mejorado mucho todavía, uno va a un bar y la mujer tiene que soportar un mae borracho, un mae lagarto que les invada su espacio”*.

Analizando mi propia experiencia corroboro lo dicho por todas las personas entrevistadas. De todas las veces que he estado en un bar en mi vida, y que he estado en estos dos bares específicamente, las únicas veces que he estado sola ha sido para hacer mi trabajo de observación. Para cuando hice una de las entrevistas que más horror me causó, por suerte ya había decidido no hacer más trabajo de campo sin alguien que me acompañara; de repente el fantasma del ataque sexual en algún momento se hizo más vívido.

SQ: *¿es común que eso pase?*

M<sub>M</sub>: *claro, muy común*

Estas son las palabras de una entrevistada para Calle U de apenas 18 años. Lo peor fue escuchar los ejemplos:

*[...] era una chica que la invitaron a un trago, y le echaron la famosa yuburbina<sup>31</sup> que esto es como algo para las vacas que hace que la mujer se excite en gran aspecto, y esta chica estaba tan excitada que comenzó a quitarse toda la ropa, quedó desnuda, le robaron los calzones, todo el mundo la grababa.*

Perdón, ¿la famosa qué? El cuadro absolutamente grotesco que fue descrito luego en esta entrevista me asqueó: a esta chica en un bar josefino (ninguno de los dos bares aquí analizados) la drogaron, le robaron sus pertenencias –incluyendo su ropa interior– la filmaron con celulares (y compartieron el video a diestra y siniestra), la tocaron y nadie hizo nada por salvaguardar su dignidad o seguridad.

SQ: *¿y nadie llegó a decirle nada?, ¿las otras mujeres no la rescataron?*

---

<sup>31</sup> El nombre más cercano encontrado fue “yombina” o “yohimbina”. Esta es una droga así llamada porque se obtiene de árboles de la familia rubaceae (*pausinystalia yohimbe*). Este parece ser un producto usado para asistir la reproducción de animales de gran tamaño como equinos y vacunos, pero que es comercializada fácilmente como droga para la excitación sexual humana. Cuando es ingerida sin tener conocimiento o se sobrepasa la dosis “recomendada” (el entrecomillado es debido a que no se recomienda su ingesta en humanos), puede generar serios problemas de salud.

*M<sub>M</sub>: ¡nunca! más bien... o sea, ver que una mujer te cuide, jamás. A esta chica la grabaron, le ponían el teléfono súper cerca del área [genital].*

¡Pero esto es abuso sexual!, le dije yo ya saliéndome completamente del papel de científica social y más bien apelando a la sororidad. M<sub>M</sub> lo piensa unos segundos y me dice “Sí... bueno... .... entre comillas porque ella permitió que eso suceda”. Más adelante reitera: “La culpa es de ella por aceptar el trago”.

Esta muchacha que me cuenta esta historia es una joven de un barrio del Sur de San José realmente simpática, pero también realmente abierta. A los 25 minutos de entrevista me cuenta que ella fue violada a los 15 años. Es decir, ella misma es una sobreviviente de una violación. Como consecuencia de este ataque sexual ella tiene hoy un hijo de 3 años. Yo, en mi cabeza, no dejo de preguntarme amargamente si ella también se culpa a sí misma por esto.

La manera en la que algunas de las entrevistadas sugirieron que deberíamos, como mujeres, enfrentarnos a este peligro es evitándolo. Hay aquí una noción importante de poder: los ataques sexuales existen, son un hecho no cuestionable; lo que pareciera ser cuestionable es el actuar de las mujeres frente a ellos: ¿los evitamos, los propiciamos? Si el ataque se da es porque como mujeres no evitamos la situación riesgosa. En términos de ejercicios de poder, pareciera que lo que podemos hacer es anticipar el ataque, no cambiar la raíz que le hace existir.

Es importante además evaluar el rol del silencio como elemento poderoso. En el caso del mentado video obtuve la siguiente intervención por parte de M<sub>M</sub>, que reitera que la responsabilidad además de ser de la mujer, es completamente individual:

*Siempre hay que tratar, cuando hay un tipo de cosa así o problema o pleito, siempre ver los toros de largo porque te puedes ver involucrada o puedes salir perjudicada de cierto modo... no hay que tratar de... de influir en eso, ay no, porque lo que puede pasar es que te digan “Usted es una sapaza”<sup>32</sup>, vaya para allá”*

Queda claro que intervenir pondría en riesgo no solo la propia integridad, sino además la propia inclusión en un entorno que pareciera que por acuerdo tácito carece de límites. Inclusive quien confesó no pensar mucho en el abuso sexual en un bar admitió que el peligro es latente. Cuando pregunto a una despreocupada C<sub>M</sub> sobre si tendría miedo a que le echen algo en el trago, ella indica relajada que en Brixton los ladies nights la mujer debe andar con su vaso siempre, pues se lo dan en la entrada y ahí le sirven todos los tragos, por lo que no hay riesgo. Cuando le pregunto

<sup>32</sup> “Aguafiestas” que arruina la diversión por hacer “lo correcto”.

entonces si dejaría el vaso solo por un segundo, ella responde enfáticamente: *“¡Jamás! Si lo dejo, lo dejé y nunca más lo voy a agarrar. No sé si ha pasado en el Brixton, pero yo jamás lo dejaría, ni ahí ¡ni siquiera en un restaurante!”*.

### ***Resumen del apartado y discusión***

En las diferentes entrevistas y en las visitas al campo, en el caso de los dos bares estudiados, se corrobora lo que se concluye en distintos estudios (Parks & Scheidt, 2000; Holloway, Valentine & Jayne, 2009; Niland, Lyons, Goodwin & Hutton, 2013; De Visser, Smith, Abraham & Wheeler, 2012): las personas salen al bar de noche como una forma de entretenimiento. Esto incluye el compartir con amigos y amigas, algo importante para sus identidades sociales y personales, como lo concluyen García-Castro y Pérez (2010) y Oldenburg (1999), para quien el bar es un tercer lugar.

Las amistades son importantes no solamente porque se disfruta su compañía, sino además porque ayudan a cuidar al grupo, principalmente a aquellas personas que han bebido mucho licor, y respaldan a quienes hacen incursiones hacia grupos del sexo opuesto, algo que fue encontrado también por Grazian (2008) para algunos bares en Filadelfia.

En ambos bares también se corrobora lo dicho en otros estudios (Lindsay, 2006) donde se encuentra que la edad es una variable relevante porque entre mayor se es, menos se sale a divertirse y más se sale a relajarse. Para los dos bares se encontró que las personas con edades por encima de los 30 años buscan menos aglomeraciones y más un ambiente de conversación con el grupo de amistades que las personas veinteañeras o menores, quienes buscan más el ambiente de fiesta.

En los casos de las personas que tienen empleo, quienes salen para relajarse y desconectarse, se confirma lo indicado por Baudrillard (2009) quien afirma que el tiempo dominante es el tiempo de trabajo. Se puede concluir entonces que el ocio es percibido como un tiempo que por ser pensado como residual (no es el tiempo regulado del trabajo, los estudios o la familia) es un tiempo de liberación de estos espacios de rutina diaria. La relevancia de esta idea radica en que al considerárselo residual o de liberación se está dejando de lado la regulación a la que este tiempo de ocio somete a sus participantes, regulación que precisamente por ser ignorada es muy efectiva. Para ejemplificar esto vale mencionar que en ninguna de las entrevistas se estableció una relación entre trabajo/producción y descanso/consumo.



A pesar de no explicitarse esta relación con el empleo, el consumo de un elemento se definió como fundamental para esa liberación, desconexión o relajación: el alcohol. No se encontraron diferencias por sexo-género en lo visto en el campo y en lo reportado por las personas entrevistadas sobre qué y cuánto se consume. Es decir, tanto hombres como mujeres de manera indistinta beben ya sea para relajarse, para distraerse, para alejarse de lo negativo y desconectarse del estrés de la vida cotidiana o para emborracharse, tal y como se reporta en Holloway, Valentine y Jayne (2009) y Parks y Scheidt (2000).

Con respecto al consumo de licor de las mujeres, y al comparar lo analizado con los antecedentes históricos, se constata lo explicado por Holloway, Valentine y Jayne (2009): la emancipación en términos de ingreso, poder político y legal y libertad social ha permitido un aumento en el número de mujeres que beben alcohol en bares. Es además posible notar también, como lo indican los estudios revisados (Munné, 2005; Wilsnack, Wilsnack & Obot, 2005; Sánchez, Navarro & Valderrama, 2004; Nolen-Hoeksema, 2004; Wilsnack, Wilsnack, Kristjanson, Vogeltanz-Holm & Gmel, 2009), que el consumo de alcohol de hombres y mujeres se ha equiparado, aunque siguen siendo los hombres quienes más consumen. Este es el fundamento detrás de los ladies nights.

Algo importante, sin embargo, y en línea con Nolen-Hoeksema (2004) es que las mujeres siguen siendo objeto de mayores sanciones sociales por beber alcohol. Estas eventuales sanciones no fueron percibidas por las mujeres entrevistadas como algo problemático, aunque el exceso de licor sí fue visto como riesgoso tanto por hombres como por algunas mujeres. Igualmente, en línea con este estudio (Nolen-Hoeksema), se encontró que las personas y los bares no consideran que el consumo de licor de las mujeres esté relacionado con potenciales conductas agresivas, a diferencia de lo que se percibe del consumo de licor de los hombres.

Un tercer elemento (además del grupo social y el alcohol) fue considerado importante para completar lo que se imagina como la vibra de los bares. Este elemento es la música que aunque en términos de contenido es distinta en los dos bares estudiados, en términos de forma funciona de la misma manera. La música debe ser de un estilo con el cual las personas se identifiquen para que sea capaz de producir la vibra de diversión o relajación que se busca.

Lo anterior está en línea con lo expuesto por García-Castro y Pérez (2010), donde se encuentra que la música es importante para las personas jóvenes de dos clases sociales distintas; y lo concluido por Aguilar y Monge (2005, 2011) quienes encontraron que esta es un elemento diferenciador de los bares y su clientela. En el presente caso, para ambos bares, fue posible notar la

importancia de la música en el marco de la construcción identitaria, principalmente para la clientela del Brixton “original”, algo alineado al gusto visibilizado por medio del consumo capaz de diferenciar las clases sociales, según la teoría de la distinción de Bourdieu (2002).

En relación con la música, y en el caso de ambos bares (aunque para Brixton depende de la noche pues la oferta musical varía), el bailar también es un acto relevante asociado a la diversión. Aunque esto no sea igual para todas las personas pues no todas bailan, para quienes sí lo hacen esta actividad es central para disfrutar su salida al bar. Esto los bares lo saben bien y por ello dedican parte de su espacio a un lugar específico para el baile.

En Calle U y los martes en Brixton es común el “perreo” o “repello”, ya mencionado por Muñoz-Laboy, Weinstein y Parker (2007) quienes le definen como un tipo de baile que simula el acto sexual. Es importante destacar que se corrobora lo encontrado en estudios (Muñoz-Laboy, Weinstein & Parker; Boman, 2012; Rivera, 2009), que presentan al baile como un espacio donde hay resistencia pues este permite a las mujeres cierto grado de control al ellas evitar aquellos acercamientos no deseados. Hay entonces una connotación abiertamente sexual o hipersexualizada en esta manera de bailar, pero las mujeres están en posición de decidir con quiénes sostienen esta interacción. A pesar de esto, cuando se les pregunta sobre empoderamiento, a ninguna de ellas le parece que este control que tienen sobre su espacio personal sea una manifestación de este. Hay una postura naturalizada por parte de las mujeres que les hace razonar “si yo no quiero bailar con él, no bailo”. Esta naturalización de su poder de decisión es importante pues indica interiorización de este tipo de control.

Es pertinente, eso sí, en este perreo tomar en cuenta que, como dice Rivera (2009), se está de alguna manera induciendo a las mujeres a pensar que el control y el poder dependen solamente de sus cuerpos. Esto se complica si se sitúa el perreo en el contexto de la dicotomía mujer buena-mujer fácil propia del machismo latinoamericano (Rivera) pues esto mueve a las mujeres a estar vigilantes de que su baile no cruce la línea de lo que se considera vulgar.

Hay una relación importante también entre esto y el contenido de las letras de las canciones que se están bailando en ambos bares porque, como se pudo notar, este es altamente misógino<sup>33</sup>. Dado que son los hombres quienes dominan la producción e interpretación de canciones en la

---

<sup>33</sup> Cabe aclarar que, aunque ninguna de las personas entrevistadas hizo alusión a estas letras, en las observaciones muchas de las canciones eran coreadas por la multitud.

escena reggaetonera y del hip hop su dominio se puede escuchar en las canciones que reproducen las perspectivas masculinas de las relaciones sociales. Es por esta razón que, por ejemplo, en el reggaetón, el machismo está presente manifestándose a través del afán de dominación sobre otros hombres, la sexualidad y la violencia contra las mujeres (Boman, 2012). Es decir, las canciones transmiten un mensaje de dominación masculina sobre lo femenino o, mejor dicho, del hombre sobre la mujer y sobre otros hombres (Galluci, 2008), y es en el contexto de estas letras de reggaetón y rap que las mujeres están decidiendo sobre sus cuerpos y sobre con quién bailar y con quién no.

Así, al mismo tiempo que el perreo permite responder manteniendo el control del espacio personal de las mujeres, este se da de manera contradictoria sobre un trasfondo de alto contenido violento hacia ellas, relacionado con mensajes de “conquista” o que hacen alusión constante a su cuerpo (Galluci, 2008; Boman, 2012; Rivera, 2009). Aquí es importante empezar a notar cómo los cuerpos de las mujeres son construidos como objetos que se dominan o como “logros” masculinos.

En Calle U reitera esta cultura misógina el mentado animador quien no solamente refuerza los mensajes de las canciones coreando al micrófono las partes más abusivas o violentas, sino que además hace sus propios aportes con frases de alto contenido machista. Este animador vigoriza no solo la importancia del dominio masculino sobre los cuerpos femeninos, sino además la asociación entre el uso de estos cuerpos de mujeres a través de la vía sexual para la diversión de los hombres, algo que es abordado de manera contradictoria como “inmoral”, pero que precisamente por su inmoralidad es tomado como divertido. Este complejo fenómeno será posible verlo también en las publicaciones del bar en Facebook, algo que se analizará más adelante.

Estos imaginarios de los cuerpos de las mujeres, directamente relacionados con un afán de dominación, tienen que ver con una necesidad de comunicar a los otros hombres la potencia que se tiene. En este sentido, cuando se habla de vincularse con los cuerpos de las mujeres por medio de la violencia sexual (por ejemplo, cuando se canta “*Si sigues así voy a violarte, hey, así que no te pongas alzada*”<sup>34</sup>), siguiendo a Rita Segato (2003), poca relación existe con el deseo o el placer sexual. Lo que se busca es enviar un mensaje de potencia y dominación para los Otros que son importantes para los hombres, es decir, los otros hombres. Así, y siempre en línea con Segato, esta dominación sexual vendría siendo solamente un medio y no el fin en sí mismo, pues no se hace por

---

<sup>34</sup> Letra de la canción “Contra la pared” del reggaetonero colombiano Jiggy Drama.

placer sino para testimoniar y espectacularizar el poder, el dominio y la potencia propios de la masculinidad.

Es posible constatar, además, en relación con este dominio sobre los cuerpos de las mujeres, lo presentado por Löw (2006) sobre la relación que se establece entre los cuerpos femeninos y los territorios nacionales que encuentra su epítome en los certámenes de belleza que coronan a una “reina” nacional. Esta dominación sobre un cuerpo ahora geográfico, parte de la misma matriz de la masculinidad hegemónica y es vista aquí como un continuo en esta dominación. En el caso de la canción sobre el orgullo “tico” por tener lindas playas y las mujeres más bonitas, se evidencia esta relación y se pone el acento sobre su carácter masculino pues las mujeres bonitas son motivo de orgullo nacional, como un trofeo. Esa construcción de la identidad costarricense (celebrando el fútbol, por ejemplo) no es vivida de ninguna manera en el Brixton.

La dificultad para analizar la vibra del Brixton radica en que esta puede cambiar cada noche. Todos los días hay una vibra fiestera y de liberación, como la hay en Calle U, pero dado que cada noche cambia el estilo cultural propuesto, en ocasiones hay vibras más tranquilas, otras noches la música electrónica cambia el tono a la hipersexualización de los ladies night, y la clientela a veces es más íntima porque está compuesta por fieles seguidores de bandas nacionales.

Los días en que hay “chivo” en Brixton es posible ver que las bandas invitadas cantan, en su mayoría, en inglés. No se encontraron investigaciones que dieran cuenta de este fenómeno de colonización lingüística en otros bares o regiones. Sin embargo, se refuerza lo afirmado por Castón (1996) y Bourdieu (2002) sobre la oposición de clases, donde una distinción simbólica importante, además de la manera de vestirse o los gustos artísticos, son los hábitos lingüísticos. Por esta razón es posible esbozar la idea de que el uso del idioma inglés en la música del bar se puede considerar como un marcador o diferenciador de clase. En este caso la música se vería diferenciada principalmente de la música “latina” como salsa, merengue, bachata, cumbia y reggaetón, ritmos todos escuchados en Calle U.

Se encontró que el carácter “underground” de las bandas que tocan corrobora lo presentado por Jo Lindsay (2006) en el sentido de las distinciones de clase que se hacen entre un bar comercial—que correspondería a Calle U—y uno de nicho (Brixton). En el caso de este último tipo de bar el estilo cultural y la música se dirigen al consumo de una clase media con mayor capital cultural y subcultural (Thornton, 1995).

El capital subcultural es un concepto acuñado por Sara Thornton (1995), por supuesto usando como base a Bourdieu (2002). Este es usado para estudiar la subcultura de fiestas electrónicas o raves en Inglaterra y sus jerarquías. A esta cultura Thornton le llama la “cultura de clubes”, haciendo referencia al club nocturno o bar, subcultura que en su estudio permite a quienes participan del rave la construcción de un sí mismo “*underground*” y “*hip*”<sup>35</sup>.

La importancia de este concepto para efectos de comprender la escogencia de bandas que tocan en el Brixton radica en que, como en Thornton (1995), de alguna manera da la oportunidad a quienes participan de formar parte de una subcultura que les permite distinguirse de otras personas jóvenes al contar con cierto capital subcultural (exactamente como en los casos de las subculturas gótica y punk estudiados por Fuentes [2004]). Este capital está compuesto de artefactos y conocimiento considerados “hip” en una subcultura específica. Funciona como el capital cultural (Bourdieu, 2002), permitiéndole a quien lo tiene ser distinguido dentro de su subcultura, pero también considerarse relevante en el binario cultura alternativa versus cultura convencional. Por ello, la música de las bandas que tocan en vivo en Brixton es música no comercial que sigue la línea del bar original el cual fue fundado para el disfrute de personas con conocimiento más especializado en el campo musical y específicamente en la subcultura britofílica. Igualmente, siguiendo lo encontrado por Ross (2015), esto responde a una ideología transnacionalista -que se cristaliza a escala global en la estratificación social- que es un capital cultural que deviene simbólico en las luchas por ostentar posiciones dominantes en las sociedades globalizadas. Es decir, el capital cultural extranjero (en este caso en la forma de un idioma) es usado como medio de distinción social (Bourdieu, 2002) dado que es un conocimiento específico propio de una persona más “cultura” y “desarrollada”.

Partiendo de lo anterior (y de Lindsay [2006]), se puede también mencionar otra diferencia de clase. En el bar de nicho –en este caso, como ya se mencionó, el Brixton- la música que se escucha es alternativa y no comercial. Sin embargo, se puede tomar la música comercial de consumo acostumbrado por parte de clases sociales inferiores (por ejemplo, la cumbia), y resemantizarla para incorporarla al consumo de la clase media-alta. Para ello el producto es variado a partir de aquel que gustaba a la masa popular por medio de un collage sonoro que involucra siempre una mezcla electrónica. Esta es la definición misma de la estética kitsch de la posmodernidad (Jameson, 1984)

---

<sup>35</sup> Hip refiere a estar “en la onda”, al tanto de “lo último”. Se usa en “hip hop” y “hipster”.

que además marca una diferencia de clase a partir del capital cultural, siguiendo lo planteado por Bourdieu (2002).

Retomando la idea de la presencia de multitudes para que haya disfrute, surge el tema de la seguridad. En ambos bares los hombres son pensados como sujetos que producen inseguridad, es por esto que a los hombres se los requisa y a las mujeres no. Sin embargo, a pesar de que tanto hombres como mujeres pueden ser víctimas de la inseguridad generada principalmente por los hombres, hay diferencias entre esa inseguridad percibida, de acuerdo con el sexo-género de la potencial víctima. Es decir, mujeres y hombres tienen ideas distintas de por qué un hombre puede generar inseguridad.

En el caso de los hombres la inseguridad está ligada principalmente al asalto a la propiedad privada; es decir, que les roben celulares o billeteras. También tiene que ver con el hecho de que el alcohol desinhibe y, por tanto, puede provocar ciertos encuentros (o encontronazos) entre hombres que pueden terminar siendo agresivos y que llevan a un debate interno entre si se defiende la propia honra o si se evitan ataques que pueden ser desproporcionados. Se debe recordar que, en línea con lo dicho por Bartky (1990), son los rostros y cuerpos femeninos los que están adiestrados para expresar deferencia, no así los masculinos. A pesar de esto, fue relevante encontrar que todos los hombres entrevistados para ambos bares consideraron muy importante el evitar una confrontación con otros hombres, hasta donde fuera posible. Es decir, se prefiere mostrar deferencia y salir bien librado que defender una postura de "macho alfa" pero verse lesionado físicamente.

En el caso de las mujeres se corrobora lo presentado por Brooks (2009) y Scraton y Watson (1998) según lo cual su inseguridad está vinculada al miedo a un ataque sexual. Esto se relaciona con una idea perniciosa pero común según la cual es permitido y normal evaluar la disponibilidad sexual de las mujeres por el solo hecho de ellas estar en el espacio de un bar, consumiendo alcohol y vestidas de cierta manera. Esto fue posible verlo en ambos bares, y aunque la vestimenta no fuera exactamente igual, se encontró que se presenta de manera relativa a lo que cada clase considera "ropa provocativa". Esto está en línea con lo presentado por Wilkins (2004), Durheim, Rautenbach, Nicholson y Dixon (2013), Grazian (2008), Parks y Scheidt (2000) y Benson y Archer (2002), donde se concluye que las mujeres además de que se sienten juzgadas por su forma de vestir, son objeto de evaluación no solamente en términos de su disponibilidad sexual sino además de su reputación. Las historias de abuso sexual relatadas y el mensaje de que las mujeres deben tener cuidado en un bar se construyen a partir de la idea del bar como un lugar peligroso para la mujer porque en este

espacio es fácil para todas las personas interpretar los mensajes emitidos por las mujeres como licencia para un intercambio sexual.

Es así que lamentablemente también se corroboran estudios que indican que es común depositar la responsabilidad del ataque sexual en la mujer víctima, como una manera de mitigar la severidad del crimen. Se ha encontrado que esto se hace por medio de la asignación de ciertas características a la víctima. Por ejemplo, se tiende a culpabilizar más a mujeres atractivas y vestidas de manera provocativa, que a mujeres consideradas no atractivas y vestidas de manera conservadora (Brems & Wagner, 1994; Edmonds & Cahoon, 1986; Workman & Freeburg, 1999). Otros estudios también han demostrado que estas mujeres atractivas tienden a ser objetificadas, y que la objetificación disminuye la preocupación moral por ellas, lo que lleva a la culpabilización (Vaes, Paladino & Puvia, 2011; Loughnan, Pina, Vásquez & Puvia, 2013).

Se puede observar cómo se reitera, ya no desde las letras de las canciones o el baile sino desde los relatos, la idea de la mujer como objeto dominado por el hombre que permite que este espectacularice su potencia. Nuevamente –siguiendo a Segato (2003)- hay un error de interpretación que permite justificar el abuso: se cree que el hombre ataca por sus instintos sexuales, por placer, pero de nuevo el ámbito sexual es solamente una vía para demostrar a sus pares su capacidad de dominación.

Las disciplinas -en el sentido foucaultiano de ejercicios de poder cuyos artilugios definen al cuerpo individual- disciplinas que pueden ser desde la medicina (la sexología, por ejemplo) hasta la religión, construyen al hombre como un ser dominante quien no puede evitar dar rienda suelta a su potencia. Estas mismas disciplinas alimentan la jurisprudencia para que esta construya, como mandato oficial, un antídoto: el pudor femenino. Por esta razón, en el imaginario social si se es abusador sexual la causa es la naturaleza masculina; si se es víctima de abuso, la causa es la inmoralidad de la mujer que provocó el ataque.

Es importante analizar este binomio que asocia al hombre con el instinto y a la mujer con la moral, trazando paralelismos con otros espacios donde la mujer ha incursionado como en el ocio nocturno, como es el caso del campo laboral y la política. Para José Manuel Salas (Salas, 2013; Ahmimed & Quesada-Montano, 2016) el acoso sexual laboral o el acoso callejero, por ejemplo, son un cobro que el patriarcado hace a las mujeres por haber traspasado la frontera de lo público, por haber salido del ámbito privado que les correspondía. Es decir, el patriarcado cobra a las mujeres la

osadía de salir del ámbito doméstico y una de esas maneras de cobrar es el ataque sexual. El ataque sexual restaura el poder masculino.

Aquí hay un elemento importante que nos lleva de vuelta a considerar los cuerpos femeninos. En el caso de los hombres, los cuerpos de los otros hombres son vistos como objetos y espacios que no deben ser invadidos. La invasión de este espacio y el contacto con esos cuerpos es un asunto delicado; por esto la tensión existente al chocar con otro hombre o al majarle los zapatos. Esta visión es completamente opuesta cuando se trata de los cuerpos de las mujeres. Estos no son ese mismo tipo de objeto privado que el cuerpo de los hombres. El cuerpo femenino se sigue revelando entonces: al entrar al mundo laboral, al mundo político, al espacio público y al ocio nocturno, la mujer se vuelve –como todos estos ámbitos- un objeto (de dominio) público.

Es por esto que, como indica Wearing (1998) las mujeres son construidas como objeto de ocio de los hombres. Sin embargo, en el camino hacia “satisfacer” al hombre, estas son a la vez juzgadas por su “flexibilidad moral”. Nunca tan claro como aquí cierta incapacidad del ocio de promover realmente relaciones de libertad, sino relaciones que reflejan el sesgo patriarcal de la economía de los placeres en la sociedad (Wilson, 1988).

### **c. El ocio como negocio: la economía nocturna y sus sujetos**

#### ***1. De fish and chips a choripán: la transformación de clase del Brixton***

Ya en otras ocasiones en este documento se ha mencionado la transformación que sufrió el Brixton; sin embargo, es importante explicarla más a fondo para entender las repercusiones que esto tuvo para su clientela original, principalmente en términos de lo que ellos y ellas conciben como un descenso del bar en la escala social.

Ya es sabido que este bar originalmente empezó en un local más o menos modesto, en una esquina de Barrio Escalante, de lo que ahora se conoce como el Paseo de la Luz. Su creación respondió tanto a la casualidad de que los dueños llegaran a conocerse, como a la demanda que en el Este de San José existía por bares pequeños, de carácter íntimo, que invitaran a su clientela a reunirse principalmente alrededor de la música.

El origen de esta cultura de bares centrada en música underground (éxitos –en su acepción menos comercial- de la música alternativa en inglés) estuvo en Barrio La California. Es desde allí, cuando el único bar en la zona era El Cuartel de la Boca del Monte, que surge la idea de abrir estos



espacios más “indie”, propuesta que empieza con la creación de Area X<sup>36</sup> y que lleva a la apertura de bares como el Stenem<sup>37</sup>, que cierra sus puertas en 2015, y el Brixton (esto de acuerdo con dos informantes clave de este último bar).

La clientela asidua al Brixton original, que también era clientela de Area X y el Stenem, tenía en estos espacios la posibilidad de encontrarse con personas con intereses similares a los suyos, sobre todo en términos de gustos musicales. Aquí es importante enfatizar la constante referencia en las entrevistas a la música como elemento aglutinador. Sin embargo, las similitudes y gustos compartidos también se extendían a otras áreas estéticas como la ropa, la manera de arreglar sus cuerpos y los intereses por cierto tipo de cine o arte gráfico o visual.

Si bien obviamente esto no era así para todas las personas, sí había un círculo de allegados que siempre estaba en el Brixton y que tenía estrecha relación con los dueños. Este “*crew*”<sup>38</sup> principal del bar”, como le llama H<sub>H</sub> quien enumera sus componentes: “*nosotros, los DJ, los diseñadores*”, era el núcleo duro de la clientela del bar, quienes por su leal presencia casi parecían parte del mobiliario.

Me dice H<sub>H</sub> sobre la evolución del bar:

*[...] empezó a migrar mucha gente que ya estaba como cansada de la Cali... [La California] sí ofrecía musicalmente la opción, creo que mucha gente se identifica con la música y con el arte de Area, pero ya [Brixton] es más finito y es en Escalante. [Entonces Brixton] se desarrolla con un concepto muy, muy, muy marcado, y ese concepto trae mucha gente muy afín a lo que son los socios, y se hace como una familia grande, pero a partir de eso empieza a ir más gente y más gente y más gente y yo creo que se les sale de control a ellos [los dueños].*

Llegado un punto el barrio no aguanta la presencia del bar y su clientela. Un grupo de vecinos se queja y presiona hasta que logran expulsarlos. “*No les alquiláron más o no se qué fue la bronca... la sociedad, la asociación del barrio les quitó la licencia, algo [así] fue lo que pasó*”, continúa H<sub>H</sub>.

Todas estas personas que iban a este primer Brixton se mudaron con el bar a la mansión. Según comentan, cuando el bar cerró la noticia fue tomada con decepción, pero rápidamente empezaron los rumores de una reapertura en una nueva ubicación. Este nuevo Brixton en la mansión se planteó primero como un club. Esto quiere decir que se podía tener una membresía y

---

<sup>36</sup> Nombre ficticio

<sup>37</sup> Nombre ficticio.

<sup>38</sup> Grupo, pandilla.

esto se traducía en ciertos privilegios como entrar directamente al bar sin necesidad de hacer la fila o participar de manera automática en rifas de botellas de licor. La membresía buscaba crear un ambiente de exclusividad que fácilmente era respaldado por la enorme mansión, que colocaba ahora al Brixton en las ligas de los bares finos.

En este sentido la mansión permitía elevar el nivel de un concepto basado en la música británica, el arte gráfico urbano y los DJ, ahora complementándolo con nuevas ideas como un menú de alta cocina. Sin embargo, algo en esta idea no funcionó a la perfección. Como dice H<sub>H</sub>,

*a la gente no le cuadra que esas cosas sean tan grandes, creo que parte del éxito de ese tipo de cosas es que sean muy exclusivas, o sea que no tengás un estadio lleno de gente comiendo fish and chips y oyendo Smiths.*

Es entonces que la realidad de la dimensión del negocio empieza a revelarse. Pasado un año los dueños se encuentran con que sostener un bar de este tamaño es un desafío muy grande que requiere de llenar la mansión de gente todas las noches. Se hace entonces un esfuerzo por variar la oferta del menú, ya pasando de los platos sofisticados a bocas que la gente realmente quisiera y pudiera consumir. Comenta B<sub>H</sub>

*Todavía en ese momento era cuando el Brixton era, bueno para mí o para la gente, que era como el chante que era cool y te gustaba mucho la gente que estaba y... incluso el menú era diferente porque es como más todo choripanes y pinchos y todo lo demás.*

Igualmente se varía la oferta de eventos, por ejemplo, abriendo los domingos para tardes de sangría. Sin embargo, esto aún no es suficiente. Es así que, de acuerdo con todos los informantes clave, se toma una decisión de negocios: abrir el bar a otros gustos musicales. Esto quiere decir que ante el fracaso económico del concepto original britofílico aplicado a esta escala, ahora se debe invertir en seducir a audiencias distintas, diversas.

La idea vino por la vía de H<sub>H</sub>, el DJ que entrevisté:

*Estábamos un diciembre, yo estaba con NR (uno de los dueños) un domingo, que era domingo de sangrías; yo me iba a comer choripán y le decía yo 'Mae qué tuanis, vino Peter Hook y vino Andy Rourke<sup>39</sup> pero por qué no se trae un mae pichudo así como un productor gringo, tráigase a Rick Rubin', y me hace '¿Quién es Rick Rubin?', produce a los Beastie Boys pero también produce a Slayer, es el mae de tal productora y fundador de tal otra, y me hace '¿Y usted lo conoce?' (Ríe) 'No, no, yo no lo conozco, si lo conociera ya lo hubiera traído' (ríe), ¿pero me entiende la idea?*

---

<sup>39</sup> Peter Hook es miembro fundador de Joy Division, una de las bandas más importantes del post-punk inglés. Andy Rourke fue miembro de la famosa banda de rock alternativo inglés The Smiths.

A NR, el dueño, le queda la idea dando vueltas. H<sub>H</sub>, por su parte, atiza el fuego transformador. Él detecta a un grupo que ponía música en el Stenem; el grupo se hacía llamar “*Los Hermanos Brother*”: “[Ellos] empezaron a poner rap y yo ‘Es cierto, a mucha gente le cuadra el rap pero no lo pone’... entonces ahí empezó la vara”. En un principio, las noches de rap le correspondían a H<sub>H</sub>, aun cuando este género no fuera su especialidad. Dado que no era música asociada al bar, le daban fechas consideradas “flojas”, por ejemplo, una noche de clásico de fútbol; luego este género colonizó los martes.

Mirando estrategias exitosas en otros bares el Brixton empieza a probar suerte. Organizan tres lunes en los que los hombres toman licor gratis (algo como un “gentlemen night” o noche de caballeros). Explica H<sub>H</sub>: “Hicieron un experimento de cuánto volumen había que comprar de guaro de mala calidad para vender en un ladies night, entonces ahí empezó el ladies night”. La receta estaba lista: guaro barato de mala calidad gratis para las mujeres y hip hop como oferta musical.

“Yo dejé de ir a Brixton por la música que empezaron a poner”, me dice N<sub>H</sub>. “Ajá, como hip-hop y eso”, completa G<sub>H</sub>, quien continúa:

*Eso se dio porque ellos la música que tiraban era como la de Stenem y... esa música es como más compatible con nosotros, y el Stenem acaparó mucho el mercado entonces como que no estaba yendo gente, entonces por eso como que tiraron a ese hip-hop que estaba descuidado, [el mercado del hip-hop] era un sector descuidado”.*

T<sub>H</sub> me dice: “En mi caso sí fue un detonante [para] que ya no me cuadrara ir a Brixton, cuando empezaron a poner el hip hop”.

La transformación musical riñe con los intereses que tiene la clientela original, pues estos giran en torno a una propuesta estética estrechamente relacionada con su propia identidad. Así, los ladies nights, también llamados martes de hip hop, son percibidos como el punto de viraje que marca el antes y el después del Brixton, que tiene como resultante la migración del bar hacia un panorama casi opuesto al planteamiento original; panorama ahora poblado por cierto tipo de personas construidas en el imaginario como antitéticas, lo que ocasiona que mucha de la clientela fiel se vaya a otros bares. “Antes le apuntaban a un público muy específico, después de que trataron de tratar así con gente de clase media, clase media-alta estaban teniendo problemas con la inversión”, me dice B<sub>H</sub>, “[...] entonces la gente ha cambiado bastante y dependiendo del día en que vas podés encontrar diferente tipo de público”, cierra.

Grupos de lo que una y otra vez es descrito como “chatas” y “tierrosas” se agrupan ahora en la entrada los martes, esperando a ser requisados para poder entrar. “¿Qué es un chata?”, me descubro preguntando una y otra vez en mis entrevistas: “Es alguien que te va a asaltar, que viene de una clase social baja” me responde un entrevistado, en una frase que resume bien lo que todas las demás personas me dijeron.

Para cuando los ladies night de hip hop son reconocidos por la juventud josefina como la salida del martes, me dice H<sub>H</sub> “ya era entregar el bar a una decadencia que era obvia”. N<sub>H</sub>, por su parte, presenta lo que para él es la lógica detrás del asunto: “[las] güilas atraen a estos maes (los chatas), pero estos maes quieren atraer más güilas entonces se va como degradando la clase de gente”.

En cuestión de meses el bar se llena de “maes miedo de San Juan de Dios [de Desamparados]”. Esta es gente de barriada que hace que se deba incrementar la seguridad y subir los precios de la entrada, esto último a manera de filtro socioeconómico.

Los martes, día específico en que se da este fenómeno, aumenta el número de asaltos alrededor del bar y de hurtos dentro de este, y se ve algo que no era paisaje común en Brixton: el perreo; para los brixtonianos el “twerking”, que es lo mismo, pero en inglés. Parte de la dinámica ahora es “que las güilas vayan a twerkear y los maes a arrimar, porque los maes no bailan, los maes no bailan (muy serio), solo arriman”, afirma H<sub>H</sub>.

Algunas de estas chicas que “twerkean” son aquellas definidas como “tierrosas” o “terror”. La descripción de este último concepto es interesante:

H<sub>H</sub>. Cuando una güila llega terror, pero así, con el acento más costarricense que se pueda, ‘terrorsh’, con la ese hache al final, son chamaquillas que llegan con un shortcillo de mezclilla, brassiere negro de encaje y ya... “terror” es sexualmente explícito y... provocativo, inspirado en la misma cultura pop del sexeo.

La definición me intriga, porque no entiendo si el terror está en la ropa o dónde. ¿Pero tiene que ver con una clase social?, pregunto yo. “Sí, rajado, sí” me responden; “te digo, esas de San Juan de Dios, así, Sur, Sur, Sur, de Hatillo pa’riba”. El terror entonces parece que está en la ropa y entiende de geografía.

Es así que, para algunos, el Brixton se volvió “inhabitable”, “lleno de chatillas, maes que les gusta más la nota de ser violentos, de representarse por la vara de ser maleantes, o sea, ellos escogen un estilo de música que los represente pero ellos lo que quieren es verse maleantes”. Lleno

también de un tipo de mujer a quien “*se le nota la clase social, es de baja clase social*”, quien además “*es como la típica mae que sale en [el periódico] La Teja en la parte de atrás, [...] Shirley X, y todo eso, que sale en una foto toda fea, toda mal tomada*”.

Lo curioso es que las personas entienden que esto que describieron de esta manera sucede solamente los martes, porque tiene relación con la promoción y la música de ese día. Sin embargo, esto se aúna a que a pesar de que se tiene un bar que cada día propone eventos diferentes, a falta de un concepto homogéneo –como el original- a algunas personas se les dificulta sentirse a gusto cualquiera de las noches, porque todas son diferentes.

Me dice B<sub>H</sub>, fiel cliente del Brixton desde sus inicios:

*Si voy a un evento como no muy conocido o todo lo demás, yo voy y va a estar lleno de gente por decirlo de alguna manera, gente que no tengo idea ni dónde viven, ni cuándo salen, pero están en el Brixton y generalmente no los conozco y no los veo en ningún otro lugar, entonces es algo extraño.*

Así, se suman el hecho de que no hay consistencia en la oferta a lo largo de la semana con la imagen de los martes “terrorsh” que se generaliza al resto de los días de la semana, y por esta razón se deja de visitar el bar. El Brixton ahora “*es como un centro comercial de salidas nocturnas; solo uno que es local puede ir cualquiera de los cuatro días y sentirse como en casa*”, comenta H<sub>H</sub>, sin saber que en una entrevista alguien que lo conoce me dijo, a propósito de la transformación del bar, “*¡Todo es culpa de H<sub>H</sub>!*”.

## **2. *Systema culturae: hipsters, chatas y tierrosas***

“*Todos juzgamos a las personas; todas lo hacemos*”, me dice H<sub>H</sub>. Al parecer, según lo planteado en las entrevistas y lo experimentado en las visitas al campo, hay una tendencia a categorizar a las personas que están compartiendo un espacio familiar, como uno de estos bares, con nosotros y también tendemos a crear ideas y a generar imágenes o imaginarios de aquellas personas que pueblan los espacios que consideramos que son distintos, o de manera más drástica, opuestos a nosotros. La manera de hacer esto es agrupando a la gente a partir de ciertos criterios. En el caso de las personas a quienes entrevisté, el primer criterio, el más notable y al que más se refirieron fue siempre la estética corporal, el cuerpo. Una y otra vez durante las entrevistas, las y los participantes recurrieron a características visuales para leer y catalogar a las personas, no solamente

como individuos sino además como grupos. Dentro de estos criterios de clasificación la ropa fue el elemento más importante, aunque en lo absoluto fue el único.

*“La vestimenta te dice quién es esa persona ‘así’ (chasquea los dedos); “yo soy editor de moda entonces sé que la ropa habla” o “la forma en la que vos hablas hasta como vos caminas dice quién sos, hasta cómo te vestís”.* Estos fueron solo algunos de los comentarios al respecto. Las distintas entrevistas y declaraciones pintan un panorama que está poblado por la clientela típica que va a ambos bares. Hay construcciones de esta tipificación tanto para el propio bar, como para el bar de comparación. Esto se dio principalmente para el caso de las personas del Brixton, quienes conocen Calle U y lo imaginan de cierta manera. No se dio de la misma manera en la dirección opuesta, aunque en algunas entrevistas se hicieron comparaciones interesantes entre Calle U y algunos bares en Escazú.

Para la clientela del Brixton la principal dificultad para describir al típico cliente brixtoniano es la variedad de actividades a lo largo de la semana. A pesar de esto, y apelando al concepto original del bar, en varias ocasiones se hace referencia al hipster como el parroquiano oficial.

El hipster ha sido definido ya en una sección anterior, sin embargo, ha sido materia de estudio los últimos años en Ciencias Sociales por lo que la definición se puede continuar ampliando. De acuerdo con Greif (2010a), este es el neo-bohemio, el artista incipiente o el estudiante de grado que se alinea tanto con la subcultura rebelde como con la clase dominante y, por ende, se vuelve un puente venenoso entre ambos mundos. En cuanto a la estética se vale del pastiche identificado por Fredric Jameson (1984) como el modo propio de la narrativa posmoderna. Para Greif, es el consumidor rebelde por excelencia; la persona que adoptando la retórica pero no la política de la contracultura, se convence a sí mismo de que consumiendo productos de consumo masivo se individualiza como transgresor del sistema. Puede identificarse con gorras de camionero, camisetas sin mangas, fotos Polaroid, bigote porno o de pedófilo (sic)<sup>40</sup>, lentes de aviador, pantalones muy ajustados, ropa americana, LP de Johnny Cash y tatuajes coloridos.

Varias opiniones en distintas entrevistas intentan abordar el tema. Me comenta D<sub>H</sub>: *“Todo el mundo dice que Brixton es el chante hipster y Stenem es el chante hipster, pero ese es un término muy ambiguo”*. Para B<sub>H</sub>, Brixton es en definitiva un bar hipster. Para H<sub>H</sub> era más bien más hipster el

---

<sup>40</sup> Greif (2010a) en su artículo dice, en inglés: *““porno” or “pedophile” mustaches”*.

Brixton viejo, por el asunto de la britofilia y porque era gente “*amante del punk y del new wave, amante de todo lo que era Area, de lo que era el Stenem, de lo que era vieja escuela, todo el punk*”.

H<sub>H</sub> profundiza. Para él más bien la clientela es una versión del hipster tico, un neo punk quien a pesar de que usa la estética, realmente no tiene contenido punk porque está atado al sistema.

H<sub>H</sub>: *Es como lo que les pasó a los hippies con los yuppies, que los hippies se echaron al mercado, eso les pasó a los punks con los neo punks, con esta vara, porque toda esa gente es de espíritu punk, tatuajes, chaquetas de cuero, chaquetas de mezclilla, rapados y todo, pero todos los maes bretean, todos los maes tienen ingresos, todos los maes tienen carro.*

Esto me hace recordar una noche en el Brixton. Sentada con un miembro del staff en una mesa en medio de un bar aún bastante vacío debido a la hora, espero con él a que llegue la muchacha con la que empezó a salir hace poco. No hay mucho por observar todavía, así que converso con él sobre cómo es ella. Después de unos minutos me descubro fabricando velozmente una imagen de la mujer que creo que vendrá. Esto sucede porque él me dice “*es la típica maecita que me cuadra a mí; típica maecita de acá*”. Cuando ella finalmente llega compruebo que no lo hice tan mal. Con una falda corta y una blusa estrecha de tirantes muy delgados, ella entra con un aire de absoluto control del espacio y rebeldía, completamente cubierta en tatuajes. Ella podrá ser la *típica maecita* que le gusta a mi compañero de mesa, pero, sobre todo, para él es el rostro del bar.

H<sub>H</sub> me comenta:

*Creo que los hipsters son eso, son pura estética. Vea ahora el Paradise Tattoo<sup>41</sup>, parece un concierto de Luis Miguel, diez mil personas van a ver y todas están tatuadas y todas tatuadas hasta las piernas. Cuánto daría yo por que el prejuicio volviera y que si usted estuviera tatuado le costara realmente que la gente lo acepte [...] pero eso de los tatuajes es (hace pedorreta). Qué madre que los tatuajes sean para siempre porque diay, la gente que realmente luchó y fue víctima de los prejuicios ahora tiene que compartir campo en el mismo bus al infierno con este montón de hijueputas (ríe) [...] o sea, vos ves güilas de 15 años con las piernas tatuadas, papi le firmó el permiso para tatuarse, jeso es tan no punk!*

Para otras personas la gente en Brixton es más bien variada. B<sub>H</sub> me da una clasificación de gente basada en sus bebidas de preferencia: está el de la camisa Lacoste a quien se le ve con su Heineken; están quienes beben whisky y gin and tonic (aparentemente mucha gente en el Brixton) que es un grupo de gente completamente diferente, y los gays quienes generalmente beben

---

<sup>41</sup> Convención de artistas del tatuaje que en 2016 convocó a tanta gente que se realizó en el Centro de Eventos Pedregal.

cocteles como vodka-cranberry (la bebida de preferencia de B<sub>H</sub>). Finalmente, está la mayoría de las personas que toma cerveza.

Al pensar en quienes beben whisky recuerdo una noche en que entró al bar un grupo de hombres con trajes negros y un porte muy serio, realmente contrastantes con el ambiente del lugar al cual, sin embargo, se adaptaron rápido. Uno de ellos saluda de manera efusiva a un asiduo brixtoniano quien me acompaña; luego se va a pedir un trago de whisky. “*Masones*” me dice mi acompañante, “*vienen después de la reunión de la logia*”. “OK”, le respondo. Realmente no tenía nada más que decir. Masones, pues.

Regresando a la clientela habitual, después de escuchar todas las entrevistas para mí es claro que hay dos puntos de vista distintos y marcados. Por un lado, está el de quienes son parte de la clientela original, quienes siguen más o menos atados el viejo concepto del Brixton y que, por ende, clasifican a sus parroquianos regulares como hipsters. Por el otro lado está el punto de vista de la clientela nueva para quienes el bar es un bar que ninguna relación tiene con lo hipster. Para quienes van los días de concierto es un bar “*pipi*”, siendo esta la manera de designar a personas de clase media-alta y alta quienes hacen un esfuerzo por no ocultar esa clase de procedencia. Lo pipi se detecta en la manera de vestir, de hablar y de transportarse. Esto, de alguna manera, les incluiría a ellos mismos. Además, están quienes son clientela nueva y van los martes: “Yo siento que va un poco de todo”, afirma C<sub>M</sub>. Sin embargo, ella cierra su opinión con “*o sea, así como que usted diga que solo chatas... no*”.

La palabra “solo” en esta afirmación revela que hay una tercera categoría de personas. La clientela original la identifica como propia de los martes de ladies night, pero también quienes van ese día y son clientela nueva reconocen que están allí. Además, un dato curioso sobre esta taxonomía es que en este caso hay además una curiosa intersección entre aquello que se ve los martes en Brixton y –de acuerdo con las y los brixtonianos- en Calle U todos los días, no sin ser esto rebatido por la clientela habitual de este último bar. Este grupo de hombres y mujeres fue ya descrito en la sección anterior para dar cuenta de la transformación del Brixton; me refiero a los chatas y las tierrosas.

“*Las famosas tierrosas*”, me dice S<sub>H</sub>. Como con la definición de “*terrorsh*” debo entonces profundizar en lo que implica ser una tierrosa tanto para las personas del Brixton como para las personas de Calle U.



“Hay variedades”. Así inicia S<sub>H</sub> (cliente de Calle U) su descripción. “Hay unas muy bonitas, hay unas que ni arreglándose, ¡qué va, no hacemos milagros! (ríe)”. “Una tierrosa se nota, son mujeres que les gusta andarse exhibiendo para ser deseadas, para ver a cuántos hombres ligan” me dice G<sub>H</sub>. Entonces hay ya dos criterios: no tiene que ver con belleza, sino con la exhibición del cuerpo y con la intención de ligar. ¿Qué exhiben y cómo se pueden conocer sus intenciones? M<sub>M</sub> comenta: “Un arete en el ombligo, o sea, fuck, ahí, con unos ras taconsotes, no me suena a una chica decente, que ande con su súper abdomen enseñándolo”.

De acuerdo con todas las entrevistas las tierrosas exhiben el abdomen, las piernas (se menciona una y otra vez que usan shorts, es decir, pantalones muy cortos) y escotes muy pronunciados. Además, usan tacones muy altos y exceso de maquillaje. Me comenta A<sub>H</sub>:

*Yo tengo asociado tierrosa con la mamá de mi sobrina, es una mae que en algún momento fue mesera en Hooters y ahora bretea como en apuestas de esas de mierda, como con cámara<sup>42</sup>, pero es una mae que se tiñe el pelo, se lo pasa aplanchando, tiene implantes, tiene un cuerpazo, la mae es como súper morena y se pinta el pelo súper rubio, se pinta las cejas así (se dibuja con los dedos en pinza una ceja imaginaria delgadísima), y usa unos pantalones pero así, que se van a reventar, y enseña la panza, y unos zapatotes así (hace una cuarta con las manos en señal de un tacón muy alto), ¡a mi hermano qué le pasa! (ríe).*

Pero hubo varias entrevistas en las cuales se debatió sobre la certeza de esta clasificación. En una entrevista grupal, por ejemplo, N<sub>H</sub> y G<sub>H</sub> discuten sobre qué define realmente a una tierrosa.

N<sub>H</sub>: *Una tierrosilla se viste tal vez con un shortcillo o sea, shortcillo, panza pelada.*

G<sub>H</sub>: *hay ciertas chavalas que andan con la panza pelada y no son tierrosas. El domingo que andábamos en esta vara de [Barrio] Escalante<sup>43</sup> había chavalas enseñando la panza, pero uno no decía “¡qué tierra!”*

N<sub>H</sub>: *sí, es que es playada<sup>44</sup> porque sí está muy ligado a la clase social.*

Para varias personas del Brixton esto es cierto: es algo ligado a la clase social. Una tierrosa pertenece a la clase baja y esto se nota en su forma de vestir, no tanto en si lleva o no ropa cara, sino en el estilo. Debatiéndose también al respecto y luego de pensarlo W<sub>M</sub> afirma, a manera de conclusión: “[...] sí, yo creo que es como el estilo por lo que enseña (se señala el pecho)”. Sin importar

<sup>42</sup> Bretear en apuestas con cámara se refiere a trabajar como repartidora de cartas en casinos en línea.

<sup>43</sup> Se refiere al Festival Gastronómico La Luz, una feria gastronómica, dirigida a la clase media-alta, que hacen los restaurantes de la zona ciertos domingos al año.

<sup>44</sup> “Es playada” en este caso quiere decir que afirmar algo así es un poco grosero o cruel.

el asunto del estilo, lo más importante al usar este término es que es ofensivo. C<sub>M</sub>, también clienta del Brixton, afirma:

*Si a usted le dicen tierrosa es una ofensa, le están diciendo... que anda con el hombre que sea, que no le importa, que es muy física, que... como se viste, no cuida de su cuerpo, o sea, no cuida de que no le importa si se le cayó el brassiere y se le ve todo y así... o... que puede ir a un baño y tener sexo con el vecino y así.*

Para O<sub>H</sub> las tierrosas en Calle U se reconocen por su vestimenta, pero también porque al instante de iniciar una conversación con ellas quieren ser invitadas a una cerveza: “Interesadas”, me dice O<sub>H</sub>, con cara de evidente desaprobación.

M<sub>M</sub>, clienta de Calle U, tiene una interpretación distinta. Para ella no es un asunto de clase, sino de decisiones personales:

*Tengo una amiga que el padre es gerente en X y la madre trabaja en un [colegio] técnico y mi amiga es súper tierra y yo se lo digo ‘Vos sos una tierrosa’, a veces hasta con cuatro hombres se ha tirado y yo le digo “Chica, qué pasa, tus padres te han dado una calidad de vida increíble y mirate”. Como te digo, no es de clase social porque ella me lo ha demostrado, aunque tenga padres súper importantes.*

Es notoria la mezcla que hacen las personas entrevistadas entre cómo se ven y qué buscan las tierrosas, pues en todos los casos la ropa revela disponibilidad sexual e intereses económicos. Las tierrosas salen con dinero para apenas una cerveza, pero vestidas de manera provocativa esperan que los hombres muerdan el anzuelo y las inviten a tomar. Ante esto, me dice S<sub>H</sub>: “Pues la verdad diay, a distancia se huele la tierra mojada entonces mejor espantado y medio, porque la verdad uno no, al menos yo no, no busco una mujer así”. En un comentario con una particular visión a futuro, me dice I<sub>H</sub> (cliente de Calle U): “¿Qué futuro tiene uno con una tierrosa? Hay que pensar en los hijos”.

Ante esta congruencia sobre lo que es una tierrosa, pregunto entonces si existen los tierrosos. G<sub>H</sub> (del Brixton) lo piensa y se da cuenta de algo: “Es playada porque para el hombre no existe el término tierroso, yo no lo he escuchado, ¿‘polo’?”. Hay una especie de confusión pues algunas personas afirman que el concepto sí existe mientras que otras personas más bien consideran que el equivalente de una tierrosa es un pinta o chata. Después de escuchar las definiciones de unos y otros (tierrosos o chatas), es evidente que no hay tal equivalencia.

A pesar de esto, para quienes sí consideran que hay tierrosos (principalmente las personas entrevistadas para Calle U), estos serían jóvenes que se emborrachan, pleiteros, problemáticos.

Muchachos a quienes *“les gusta la vida fácil”*. Son quienes, casi como complemento de una tierrosa, se *“ganan un cinco y van a ver qué ligan con el cinco que tienen”*.

Para quienes consideran que no hay tierrosos, existen entonces los chatas. Nuevamente, para describir a este grupo se hace referencia a la ropa, pero también a la clase social. Estos son muchachos que probablemente provienen *“de clase muy, muy baja o que parece que te van a ganar, te van a asaltar”*. Algunos indicadores visuales de los chatas serían el uso de camisetas muy grandes, pantalones holgados, gorras snapback<sup>45</sup> y las cejas sacadas. Esta última referencia la dan personas del Brixton; para quienes van a Calle U, las cejas marcadas<sup>46</sup> (¡jamás sacadas!) en un hombre lo destacan como cuidadoso y limpio; son símbolo de auto-cuidado. Finalmente, a algunos les caracteriza el no ocupar su tiempo en nada: *“[alguien que] no tiene nada que hacer, que tal vez vive con sus padres, que tal vez consume algún tipo de fármaco”*.

Como se evidenció en la sección anterior, según los clásicos brixtonianos, los chatas van a Brixton desde hace un tiempo y han cambiado la dinámica dentro del bar en términos de estética y seguridad. Ahora entonces la pregunta es más bien, ¿los chatas van a Calle U? Para la clientela del Brixton, sí. Para quienes van a Calle U la respuesta es unánime: al bar va todo tipo de gente: *“muchachos de mami y papi”*; *“muchachas que van casi chingas”*; *“muchos colombianos”*; *“chatas”*; *“de todo”*. Sin embargo, clientes y personal del bar concuerdan en una cosa: Calle U se llena de gente de barrio y esto no es equivalente a “chata”.

¿Qué es gente del barrio?, le pregunto a JM. Ella me responde: *“Digamos gente de Lajuelita, de la León, de por ahí en Tejarillos que queda cerca de Lajuelita pero más que todo va gente de Desamparados o gente de lugares bajos”*. Alajuelita, San Sebastián, Los Cuadros, Hatillos, La Carpio y León XIII son los barrios urbano-marginalizados que se mencionan una y otra vez como los lugares de residencia de quienes van a Calle U; cuenta de ello lo da el hecho de que todas las personas que entrevisté provienen de alguno de ellos. Esto también lo confirman las entrevistas al staff y al administrador del bar quien corrobora que esa es la clientela a la que se dirigen.

La gente de barriada va a Calle U por los precios y por la ubicación, aunque también se quedan en bares cerca de sus casas en algunas ocasiones. Sin embargo, algunas de estas personas -

<sup>45</sup> Gorra con visera plana que se puede curvar.

<sup>46</sup> Cejas a las que se les da forma con una navaja de barbero.

sobre todo quienes viven cerca del lado Oeste, como Alajuelita o Pavas- se aventuran también a visitar lo que para ellos y ellas es un mundo distinto: Escazú<sup>47</sup>.

O<sub>H</sub> me dice de los bares de Escazú: *“Es que es como otro nivel”*. Yo intento obtener una explicación al respecto. Me quedo sin la explicación, pero se me ofrece un ejemplo: *“Si yo me caigo [en Calle U] nadie se va a dar cuenta, en cambio en un bar en Escazú sí, dios guarde, postura recta y... sí”*. S<sub>H</sub> me lanza una hipótesis: *“Tal vez en Escazú llega más gente como más, más de clase, más finos”*. El concepto clase alta parece que para S<sub>H</sub> es redundante: la gente en Escazú es “de clase”, punto; lo del adjetivo “alta” sale sobrando. Sin embargo, él continúa indicándome que existe, debido a esta clase de gente, una necesidad de comportarse *“más a la altura”*. Esto incluye la manera de vestir, razón por la cual los chatas no encajarían. A partir de esto, S<sub>H</sub> me presenta un panorama muy interesante con respecto a su propia presentación personal. Yo le pregunto si al salir a Escazú usa la misma ropa que usa en Calle U, y él me contesta lo siguiente:

*Ahora todo el mundo está a la moda, desde el pobre hasta el más rico, las mismas camisas nada más que baratas; la camisa que yo ande, en Avenida Escazú puede costar la original digamos que unos treinta mil colones y tal vez yo la conseguí a tres mil colones en San José, siendo lo mismo, pero solo por la etiqueta, pero nadie va a llegar ‘Ay, ¡no es de marca!’ (hace como si revisara la etiqueta de su camisa).*

Su afirmación me parece muy interesante; tanto que la comparto con algunas otras personas entrevistadas para conocer su opinión. La clientela del Brixton es tajante: esa es la percepción de él; en Escazú sí se identificará que es una camisa barata. Me decepciona un poco esta respuesta. Me encuentro entonces escuchando a S<sub>H</sub> contándome que a sus 26 años de edad quiere sacar noveno año para poder graduarse de bachillerato e ir a la universidad. Mi rapport con S<sub>H</sub> provoca que quiera percibirlo como capaz de engañarlos a todos. ¿Por qué y para qué?

J<sub>M</sub>, por su parte, me comenta que ella se viste igual. *“Igual, sea en Lajuelito o en Escazú porque son lugares donde hay mucha gente pero... llega mucho muchacho ahí (ríe)... guapo”*. Esto último que la hace adoptar una actitud un poco tímida no la hace, de todas maneras, cambiar lo que viste en un bar u otro. Tampoco a sus amigas, a quienes ella describe como que salen *“casi chingas”*.

---

<sup>47</sup> Solo a manera de recordatorio, Escazú es hasta 2013 el cantón costarricense con el mayor Índice de Desarrollo Humano (IDH) de los 81 cantones del país. Superado en 2014 por Santa Ana (cantón colindante), contrasta con el vecino Alajuelita, que en 2014 ocupa el lugar 73, siendo el único cantón urbano (no costero y no fronterizo) en ocupar los últimos puestos, esto de acuerdo con el Atlas de Desarrollo Humano Cantonal de Costa Rica 2016, en su sitio web (<http://desarrollohumano.or.cr/mapa-cantonal/>).

Para H<sub>H</sub> la clientela en Calle U no es tan variada. *“Las mujeres pueden variar dependiendo del día en Brixton, pero en Calle U [...] todas son iguales; usted me dice ‘Esa es de Calle U’, sí, esa puede ir los martes a Brixton, pero todos los días va a Calle U”.*

La asociación que la clientela del Brixton, aun aquellas personas que nunca han puesto un pie en Calle U, tienen de este bar es una mezcla de leyendas urbanas, experiencias personales e imaginarios colectivos. Para todas las personas es claro que a Calle U no van estudiantes de la universidad, pero esto no es algo que Calle U debata; ellos saben que no tienen dinero entonces no son buenos para el negocio. Sin embargo, no faltó quien le llamara “Tierra U” (apodo real que me compartieron en referencia a las tierras) o hasta quien me pasara un chisme: *“Yo sé que Calle U es el lunes y los domingos el bar de las maes que putean toda la semana pero que tienen libre domingos y lunes”.* Para esta persona, a chatas y tierras hay que sumar prostitutas como la clientela común.

Están quienes crecieron tomando alcohol de manera ilegal, como adolescentes, en bares icónicos de la Calle de la Amargura, que reniegan precisamente con amargura por la inauguración de este bar que cambió el panorama para siempre: *“[...] abrió Calle U, llegaron las chatas y se fue todo a la mierda, los estoy discriminando pero es así”.*

Finalmente, están quienes como parte del staff defienden el Brixton y los detalles que marcan según ellos la diferencia con respecto a otros lugares, siendo la calidad de la música uno de ellos:

H<sub>H</sub>: *No sé si la calidad de sonido importará, porque yo sé que Brixton tiene buen sonido, yo creo que Calle U tiene sonido así como de parlante iraquí, así de ‘Mae, vale verga’; está al aire libre nadie ecualiza ni nada, pero de por sí la música que ponen es como para que pongan el celular y todo el mundo esté arrimando. Creo que Brixton sí tiene lo mejor en eso, pero todo eso cuesta. Si Calle U pierde buena calidad de sonido más bien gana; si Brixton pierde la buena calidad de sonido, pierde.*

Cuando M<sub>M</sub> (entrevistada para Calle U) me pregunta, después de hacer el *briefing* sobre la entrevista, cuál es el otro bar investigado y yo le digo que el Brixton, ella me contesta emocionada *“Ah, sí, yo estuve ahí el martes de la semana pasada”.* ¡Qué cerca estuvieron los unos de los otros!

### ***Resumen del apartado y discusión***

En el apartado que aquí se cierra se exponen dos elementos relacionados: por un lado, la transformación sufrida por el Brixton, misma que le significó un flujo migratorio hacia dentro y hacia fuera, y por otro, los sujetos típicos en ese flujo y en el más estable entorno de Calle U.

Iniciando con la transformación del Brixton, es pertinente visibilizar un primer momento en el cual la idea de reubicarse en una mansión cerca de donde se encontraba el bar original es tomada por la clientela antigua como algo positivo; se considera que el nuevo recinto está acorde con su estatus y por ello es bien recibida la idea de que el bar se transformara en una especie de club. Esto da cuenta de las fantasías de la clase social de proveniencia de esta clientela, en el sentido de que el lenguaje arquitectónico de la mansión no solamente es legible y congruente con una “mejora” en el nivel social, sino además de que la idea del club de alguna manera garantiza la salvaguarda de la exclusividad. Aquí es posible notar la utilización de códigos que se conocen de antemano y la decodificación que se hace al consumir, prácticas de las que hablaba Bourdieu (2002), que producen aquello que se consume (por ejemplo, en este caso un bar-mansión) como algo distintivo.

Ahora bien, entre aquello que se planeó y lo que realmente se dio hay una gran brecha. La nueva ubicación genera imprevistos, con respecto a la escala del recinto y sus costos de mantenimiento, necesarios de analizar. En primera instancia se da una contradicción. Esta surge cuando las personas afines al bar deben empatar la mansión como un lugar fino, decorado por dos reconocidos artistas gráficos de la escena que eran clientes frecuentes del bar en su antigua ubicación, con el hecho de que en esta nueva casa la gran escala hace que se comprometa el carácter exclusivo de la oferta de ocio. Esto confirma lo encontrado por Wearing (1998) al respecto del ocio caracterizado por varias tendencias, siendo una de esas la individuación, que se refiere a esa construcción del ocio como si este fuera, en lugar de una producción masiva, producciones hechas a la medida, moldeadas para satisfacer los afanes de individualización personales. También constata lo encontrado por Pallavicini Magnère (2008) quien estudiando los gustos de jóvenes en Santiago de Chile concluye que a través del gusto por la música alternativa, considerada más o menos exclusiva- los adolescentes comunican experticia y sensibilidad para reconocer lo distinto o novedoso.

Así, para la clase media-alta fiel a la idea de ocio promocionada por el Brixton, la escala del bar riñe con sus afanes de exclusividad pues ven su capital cultural y subcultural (Bourdieu, 2002; Thornton, 1995; Lindsay, 2006) amenazado al ser este compartido-repartido entre más personas.

Cuando cientos de personas poseen este capital, que refiere a un campo cultural (arte, alta cocina, moda), el valor de ese capital disminuye. Además, alineado con cómo Lindsay caracteriza dos bares que él contrasta, a saber, el local comercial y el local de nicho, se evidencia que parte del problema percibido por la clientela original es que Brixton intenta vender una idea de bar de nicho en un espacio de las dimensiones de un bar comercial.

Aquí es importante también incluir dentro del análisis del bar como negocio a la competencia. El Brixton vende esta idea del nicho exclusivo pero a escala comercial, al tiempo que hay bares cercanos que plantean la misma oferta musical (es decir, que apelan a las mismas personas con los mismos gustos) pero a una escala más pequeña, lo que permite sostener la idea de la exclusividad.

Entra en tensión entonces también, ahora para los dueños y no ya solamente para la clientela, el complacer a esta clientela y complacerse a sí mismos -con su idea original que gira alrededor de lo británico- o sostener el negocio. Al optar por lo segundo, por mantener a flote el negocio, uno de los principales marcadores de identidad y clase del bar que se transforma es la música. Esto se acompaña de otras decisiones de negocios secundarias como el cambio en el menú. Sin embargo, lo central y primordial en la transformación de clase es el cambio en la oferta musical. Cuando se decide cambiar la música que se escucha en el bar, todas las demás transformaciones que podrían haberse dado antes o después se siguen como congruentes.

Éste es un punto importante de entender porque esto constata que no es solamente en el imaginario de las personas que ciertos grupos homogéneos pueblan un bar, sino que realmente la música convoca grupos de personas con intereses y gustos similares, tal y como se concluye en Carballo (2001), Fuentes (2004) Lindsay (2006) y Aguilar y Monge (2005, 2011). Podríamos decir, convoca clases probables (Bourdieu, 1990; 2002).

La decisión tomada por los dueños de variar la oferta musical del bar se hace en el entendido de que lo que variará no es solo lo que se escucha en los parlantes, sino además la clientela a la cual se va a convocar. Esta decisión entiende cómo operan los grupos y sus estilos culturales. Se manipula entonces lo simbólico para generar beneficios económicos.

La incorporación de un nuevo género musical, el hip hop, responde también a esta comprensión del mercado de los gustos musicales. Se incluye este y no otro género pues, siguiendo la lógica del nicho (Lindsay, 2006), se considera que hay una clientela cuyos gustos musicales no están siendo atendidos por ningún otro bar. Este nuevo género en el bar da inicio a la

transformación de Brixton que será descrita en una de las entrevistas como generando “*decadencia*”. Con esto se hace referencia a un desplazamiento del bar en dirección descendiente, en términos de la clase social.

Para algunas personas no es el ritmo como tal sino la gente a la cual convoca. Para otras personas sí es el género musical en sí<sup>48</sup>, el cual se opone al “buen gusto”. Se constata una vez más lo encontrado por Aguilar y Monge (2005, 2011) según lo cual los jóvenes tienden a evaluar a quienes comparten sus propias preferencias musicales con estereotipos positivos, mientras que tienden a calificar de manera negativa a quienes tienen otras preferencias musicales.

Esta discusión es interesante contrastarla con otros estudios que se valen de la teoría de la distinción de Bourdieu (2002). Por ejemplo, siguiendo a Bourdieu y a Baudrillard (2009), Pallavicini Magnère (2008, párrafo 2) encuentra que en el espacio social que es dinámico y relacional, el objeto de consumo –la música, en este caso- destaca como “signo de la posición diferencial de los sujetos en la estructura de clases [...] sirviendo entonces a su reproducción”. Esta misma posición diferencial es encontrada en Fuentes (2004) y Caamaño-Morúa donde las subculturas (punks, góticos, metaleros, raggas) se confrontan unas a otras a partir de diversos criterios, incluidos los de etnia y clase. Igualmente, para Coulangeon (2015) es importante no tomar el gusto musical como una correspondencia uno-a-uno entre repertorios estéticos y clases sociales. Este debe pensarse en términos relacionales y no sustancialistas pues las clases definen sus identidades culturales en un momento dado y en relación con las actitudes, gustos y prácticas de otras clases. En este sentido, según el autor (Coulangeon) y siguiendo a Bourdieu, el gusto es más bien y ante todo disgusto provocado por la intolerancia visceral al gusto de los otros.

Aquí empieza a dibujarse un tipo de clientela que, aunque va solamente los martes al Brixton, siguiendo al hip hop y la promoción para las mujeres, se percibe como que va al bar de manera generalizada. Esta generalización por parte de la clientela original del Brixton puede surgir del hecho de que el bar no tiene un estilo cultural homogéneo, como sí lo tenía anteriormente, que estaba marcado por el culto a lo británico. Al diversificar la oferta no se entiende bien cuál es la

---

<sup>48</sup> Una noche en un bar ajeno a este estudio, donde en la parte inferior había un tributo a David Bowie y en un piso superior había un evento de hip hop, yo conversaba con un britofílico quien repetía una y otra vez que hip hop y reggaeton eran géneros inferiores, en términos estéticos. Esta persona consideraba una aberración comparar lo que hace Daddy Yankee con lo que hace David Bowie. Yo intenté explicarle que un criterio estético es, en sí, un criterio de clase. ¿Su respuesta?: “*Hay música para escuchar y disfrutarla y hay música para escuchar mientras se barre el piso*”.



clientela típica que estaría participando de las noches en este espacio. Esto se considera de alguna manera ininteligible y crea un problema en la interpretación del bar para la clientela original. Lo anterior da cuenta de dos cosas. La primera, que el consumo de commodities (ropa, tatuajes, música) vuelve a la clientela de un bar inteligible pues permite su interpretación y asimilación. Esto está en línea con lo expuesto por Gran McCracken (1988) quien hace décadas planteó que es por esto que algunas facciones de grupos supuestamente disidentes (gays, feministas, ambientalistas, punks) son tan fáciles de incorporar al sistema, pues en gran parte construyen su diferencia a partir del consumo y de la ingeniería de su presentación personal, requeridas para la lectura que los demás hacen de ellos (algo que es evidente en los antecedentes de investigación relacionados con juventud y subculturas). La segunda es la acertada comparación, realizada en una entrevista, del bar con un centro comercial, lo que también estaría alineado a lo dicho por Wearing (1998) para quien el ocio además de plantearse como un instrumento de individuación, es también un medio de comercialización.

Es necesario recalcar que la problemática de la “decadencia” del Brixton es un fenómeno que, aunque generalizado por la clientela original, es propio de los martes. El resto de los días de la semana la clientela es bastante homogénea en términos de clase, aun cuando varíen sus preferencias musicales; esto es respaldado por el hecho de que el personaje típico asociado al bar sea el/la hipster, analizado más adelante. Sin embargo, también cabe anotar que los martes de hip-hop convocan a una gran variedad de gente perteneciente a distintas clases sociales. Quienes participan de este espacio social pueden interpretar esta variedad de gente principalmente a través de la vestimenta, como ya se ha estipulado, pero también a través de la lectura de la hexis corporal. Esta última es determinante para poder diferenciar por ejemplo a dos tipos de mujeres que, aunque lleven ambas “la panza pelada”, pertenecen a clases sociales opuestas, siendo entonces una “la tierrosa”, mientras la otra no lo es. Esto también permite notar que aun cuando clases distintas comparten el espacio el martes por la noche, la interacción entre ellas pertenece más al ámbito de lo contingente que a una interacción sistematizada o profunda. Las diversas clases se mantienen así, como reza el dicho popular, “juntas, pero no revueltas”.

Ahora bien, la definición de los personajes típicos que van a ambos bares es dada tanto por la clientela del Brixton como por la clientela de Calle U. El principal criterio para catalogarlos es la presentación personal. El arreglo personal permite interpretar y abstraer ciertos puntos que anudan en las personas tres elementos valiosos: la clase social de pertenencia, el estilo cultural y las

intenciones. Esto quiere decir que durante las entrevistas se asocian constantemente las posibilidades/posiciones de las personas en una escala socioeconómica con sus gustos para vestir o la música que escuchan y además con cierto tipo de actitudes relacionadas por ejemplo con las metas que tienen, las actividades que realizan, su nivel educativo y lo que esperan o buscan del mundo y las otras personas, en total alineación con lo planteado por Bourdieu (2002).

Lo anterior está totalmente en línea con lo propuesto por Goffman (1997) quien en la introducción misma de "La presentación de la persona en la vida cotidiana" ya indica que las personas, en presencia de alguien, intentan adquirir información o de poner en juego la información que ya poseen de ese alguien, apelando a estereotipos y leyendo su expresividad, incluyendo esto último tanto los símbolos verbales como un "amplio rango de acciones que los otros pueden tratar como sintomáticas del actor" (Goffman, p 14).

Siguiendo a Goffman (1997) y alineado con lo concluido en el apartado anterior y los estudios revisados sobre la evaluación de las personas en un bar (Wilkins, 2004; Durheim, Rautenbach, Nicholson & Dixon, 2013; Grazian 2008; Parks & Scheidt, 2000; Benson & Archer, 2002) se pueden identificar tres tipificaciones de clientes en estos bares. Esto obviamente no quiere decir que estos tres sean los únicos tipos de personas que van a ambos bares, sino que se han hecho construcciones detalladas de estos grupos que les hacen más fáciles de identificar. De los tres tipos de clientela, a saber: el hípster, la tierrosa y el chata, solamente el hípster (que es tanto masculino como femenino) fue construido como participante del Brixton y no de Calle U; es decir, de ninguna manera se relaciona al hípster con Calle U. Sin embargo, los chatas y las tierrosas sí se considera que están en ambos bares, aunque en Brixton se discute alrededor de si están solamente los martes y en Calle U se reivindica el hecho de que la clientela, a pesar de estar compuesta por "gente de barrio", trasciende estas dos tipificaciones a las cuales la gente fuera del bar les reduce.

Retomando al hípster es importante reconocer que se percibe como una persona joven cuya apariencia es más importante que el contenido ético que pueda ser asociado a esta. Este se define a partir de su estética, y aunque ha logrado incorporar elementos de algunas estéticas contraculturales que adolecían de una postura ética (los hippies, los punks), estas son solo incorporaciones de forma y no de contenido. Esto corrobora lo expuesto por Lanham (2003), Tolstad (2006) y Greif (2010a; 2010b) acerca de este personaje.

Cuando uno de los entrevistados establece un paralelismo entre lo que sucedió al punk con respecto a este hípster neo-punk, y lo que sucedió a los hippies con respecto a los yuppies es

importante destacar que a lo que se hace referencia es a cómo el sistema es capaz de cooptar aquello que era anti-sistema y lo vuelve un bien de consumo. Se corrobora lo presentado por Clark (2003) según lo cual la imagen de rebeldía es una de las narrativas dominantes del paisaje corporativo capitalista. En el caso de la cultura punk, esta prometió la construcción de una escena que parecía no poder ser incorporada debido a que se pensó que su rabia, sus placeres y su fealdad iban más allá de lo que el capitalismo y la sociedad burguesa podían digerir. Sin embargo, tal y como sus predecesores –los hippies– el punk dependió demasiado de la música y la moda como medios de expresión, algo que terminó siendo blanco fácil de la cooptación corporativa. Siguiendo estos pasos, el hípster es un disfraz más dentro de esta fauna capitalista centrada en la apariencia.

Es importante destacar que esta idea del hípster como cliente típico es una postura de la clientela original del Brixton. La nueva clientela tiene opiniones diversas sobre quiénes son las personas que pueblan el bar, siendo esta una visión mucho más diversificada y, si se puede decir, apegada a la realidad: personas jóvenes, de clase media o media-alta que disfrutan del espacio del bar sin necesariamente manifestar en su presentación personal la adhesión o pertenencia a un estilo cultural particular. Esto es así tanto para hombres como para mujeres. A pesar de esto sí hay una percepción más o menos unificada que indica que los martes de ladies night en Brixton son días en los que va una clase social distinta a la que va el resto de los días de la semana. Es aquí que se entra a hablar de los chatas y las tierrosas.

Al hablar de las tierrosas es importante tomar en cuenta que nuevamente se constata lo ya concluido en el apartado anterior sobre la evaluación de los cuerpos de las mujeres y la lectura que de ellos y de sus técnicas corporales (lo que visten, cómo se mueven en el espacio) se hace para concluir algo acerca de su carácter moral y su disponibilidad sexual. Es decir que la tierrosa es una categoría que es estética y ética a la vez. También lo es el hípster, porque la crítica que se le hace es que carece de un contenido ético, pero en el caso de la tierrosa el contenido ético es visto de manera negativa pues se considera que son mujeres de dudosa moral.

La mezcla de criterios éticos y estéticos se puede constatar en las dos características propias de la tierrosa: esta se detecta al ver cuánto exhibe su cuerpo (estética) y con qué intención lo hace (ética). Esto genera un dilema para algunas de las personas entrevistadas, pues se reconoce haber visto otras mujeres en contextos socioeconómicos de clase media-alta vistiendo ropa similar pero que nunca hubieran sido identificadas como tierrosas. Lo anterior lleva a dos conclusiones. La primera es que hay algo de las técnicas corporales (Mauss, 1979; Crossley, 2005) de estas mujeres

que se lee como intenciones inmorales, intención de ser “*deseada*”, le llaman algunos. La segunda es que hay una lectura de la clase social que es muy importante. La clase social se lee tanto en el cuerpo (de nuevo, la presentación de la persona en la vida cotidiana como forma de distinción) como en el espacio. Lo anterior se traduce en que la decisión de una mujer de mostrar el ombligo, por poner el ejemplo dado más comúnmente, generará interpretaciones distintas sobre su valía moral dependiendo de la lectura simultánea que se hace que permite interpretar su clase social de procedencia. En este sentido, el espacio en el cual el cuerpo se está leyendo contribuye a su construcción como perteneciente a una clase u otra: no es lo mismo mostrar el ombligo en Calle U que en Barrio Escalante, siendo este último un barrio de clase media-alta.

Podemos tomar esta idea y leerla en el contexto de lo dicho por David Brooks (2015) en un artículo de opinión para *The New York Times*. El autor (Brooks) afirma con respecto a la pobreza (que relacionaremos aquí con clase social) que frente a ella la empatía no es suficiente. No solamente hacen falta dinero y mejores políticas para estos círculos (refiriéndose a los pobres o urbano marginalizados); se necesitan normas. De acuerdo con Brooks, la salud de la sociedad está primordialmente determinada por los hábitos y virtudes de su ciudadanía. Por ello, varios pasos habría que seguir para eliminar la pobreza. El primero sería reintroducir las normas. El siguiente sería lograr que las personas se hagan responsables. Aunque vivan en situaciones caóticas, afirma, se debe preguntar a las personas si están viviendo por el placer a corto plazo o el bien a largo plazo, si están viviendo por ellas mismas o por sus hijos, y si tienen la libertad del auto-control o están atadas a sus deseos.

El debate suscitado por este artículo de opinión ha sido muy interesante, pues se ha generado discusión alrededor de dos conceptos relevantes: los pobres merecedores y los pobres inmerecedores (Linkon, 2015; Katz, 2013a). Los primeros serían los trabajadores que mantienen sus casas y familias en orden, que van a la iglesia y se mantienen sobrios y que, en otras palabras, se adhieren a la moral de la clase media. Ellos merecen ser ayudados porque su pobreza no es su culpa. Por el otro lado están los segundos, quienes se han ganado su pobreza no solo porque se rehúsan a trabajar, sino porque rechazan el modelo de la clase media. Estos son pobres que no se han esforzado lo suficiente.

De acuerdo con esta perspectiva, siguiendo lo expuesto por Katz (2013b), la pobreza es el resultado de la inferioridad y el fracaso personales asociados a la debilidad moral, la ebriedad, la vagancia y la promiscuidad sexual. Se construye aquí una idea de una cultura de la pobreza que

asigna rasgos a las personas que les atrapan en vidas de penurias. Lo que es peor, esta idea ha sido reforzada por el poder disciplinario de las ciencias. Katz da cuenta de ello en su estudio sobre la definición biológica de la pobreza. En este revisa, por ejemplo, las conclusiones presentadas en libros muy populares como "La curva en campana" (en referencia a la campana de Gauss) de Richard Herrnstein y Charles Murray (Herrnstein & Murray, 1994) donde se concluye que bajos niveles de inteligencia son un precursor más fuerte de la pobreza que un contexto socioeconómico bajo. Es decir, la pobreza se concentra entre quienes tienen menores habilidades cognitivas que, dicho sea de paso, son hereditarias. También se concluye que las personas afro-descendientes en los Estados Unidos tienen menos habilidades cognitivas en cualquier nivel socioeconómico. La horrorosa conclusión que se desprende del estudio es que los pobres son pobres porque son menos inteligentes.

La relación que es necesario establecer entre esa tierrosa descrita por las personas entrevistadas y esta pobreza descrita por los autores revisados es no solamente la asociación entre la pobreza y la moral, en general, sino la que distingue la moral de las mujeres de la de los hombres. En Weiner, Osborne y Rudolph (2011), por ejemplo, se sintetiza que las principales causas de la pobreza percibidas por las personas de varios países estudiados incluyendo Australia, Canadá, Finlandia, Alemania, Gran Bretaña, Irlanda, Líbano, Portugal, Sudáfrica, Turquía y los Estados Unidos incluyen el abuso de alcohol y drogas, la falta de esfuerzo y la vagancia, la falta de habilidades, bajos ingresos, prejuicios y discriminación, enfermedad y discapacidad y mala suerte. Sin embargo, aunque bajos niveles de motivación y pocas habilidades para administrar el dinero se encontraron entre las principales causas para los hombres, para las mujeres la pobreza se atribuye a patrones reproductivos irresponsables y el fracaso para establecer una familia nuclear tradicional (Cozzarelli, Tagler, & Wilkinson, 2002, citados en Weiner, Osborne & Rudolph, 2011). Es decir, la pobreza de las mujeres tiene implicaciones sexuales; pobreza y sexualidad se asocian en el cuerpo de las mujeres.

Frente a esto, una aclaración que hace una de las participantes que va a Calle U es su consideración de que el ser tierrosa no tiene que ver con clase social sino con decisiones personales. Ello lleva la definición al ámbito de la voluntad individual y le desvincula de lo grupal, de aquello que podría asociarla a ella con el concepto debido a su clase social. Esto es importante y está en línea con lo presentado por López de Ayala (2004) según lo cual en el proceso de construcción de las clases sociales, compuesto de luchas simbólicas, los agentes defienden los criterios de clasificación que les favorecen. Por esto, en este sentido, ella traslada a la tierrosa del plano estructural al plano

individual: de ser un asunto de clase (que, para algunos, de todas maneras, es un asunto individual) a ser un asunto de decisión personal. En este caso esta concepción beneficia a la entrevistada pues le ofrece un escape y riñe la construcción de la clase social inferior que está condicionada por las clases superiores.

Es importante también destacar lo encontrado por las mismas personas entrevistadas, que es la falta de un equivalente conceptual masculino de la tierrosa. La razón es que la connotación de la tierrosa tiene que ver con disponibilidad sexual y este no ha sido presentado como un problema moral para los cuerpos de los hombres. Cuando algunas de las personas definen lo que consideran un tierroso, en nada se acerca este a la definición de tierrosa. La definición tiene que ver más bien con una construcción del cuerpo del hombre no como el locus de la moral y el pudor, sino más bien de la productividad. Esto es relevante porque el tierroso es definido como vago o como alguien que no usa su tiempo de manera productiva. Nuevamente se constata la división por género, hecha para la causalidad de la pobreza, de Weiner, Osborne y Rudolph (2011).

El otro concepto que se considera equivalente, el pinta o chata, tiene el mismo contenido que el concepto de tierroso, pero en este caso además se le asocia con una conducta criminal. En este caso no es vagancia en tanto no-uso productivo del tiempo, sino buscar la vida fácil en tanto se usa el tiempo productivo en actividades ilícitas. De todas maneras, y reiterando, el punto importante que relaciona ambas ideas es que para el cuerpo del hombre la moral refiere a su uso como fuerza productiva.

Así, en la relación entre clase social y moral que se hace en estos dos conceptos, tierrosa y chata, la diferencia radica en el uso del cuerpo para la sexualidad, en el primer caso, y en la capacidad de apropiación de la fuerza productiva de ese cuerpo, para el segundo. Para este último caso la referencia al consumo de drogas y de licor es interesante porque también refiere a un discurso de la ética de los cuerpos y de la productividad según el cual un cuerpo drogado o alcoholizado es un cuerpo improductivo.

Es muy importante anotar frente al consumo de drogas –como lo encuentra Bjerg (2008) – que este revela una ambigüedad en la ideología del consumo y una paradoja fundamental en la economía capitalista del deseo, producidas por el gozo extremo que se logra a través de este uso del cuerpo (Bjerg centra su escrito en el uso de drogas como consumo, pero yo considero que bien se puede establecer un paralelismo entre las drogas y el acto sexual, que ha sido comodificado).

Según este autor (Bjerg, 2008) parte importante de la ideología del consumo es el supuesto abordaje liberal del disfrute que es seguido de una definición bastante efectiva de qué se debe disfrutar y qué no. En este contexto el cuerpo ocupa una posición central para el deseo y el disfrute. La producción de estos últimos son monopolio de la ideología de consumo y, por ende, para controlar el disfrute se debe limitar nuestro acceso a él. Una manera es con la producción de discursos (y una vez más la disciplina médica nutre lo jurídico) de la patologización de ciertos disfrutes excesivos, siendo las drogas uno de ellos (Mugford, 1988; Moore, 2008).

Para Moore (2008) inclusive las ciencias sociales han contribuido a perpetuar esta patologización. Él encuentra que la producción científica alrededor del tema de las drogas ha dedicado un porcentaje ridículamente bajo a estudiar el placer del consumo, concentrándose en gran parte en estudiar sus efectos negativos. Rastreando el origen de esta concepción logra llegar hasta la Ilustración, momento a partir del cual los cuerpos, los sujetos, los espacios y las relaciones sociales se construyeron más fuertemente a través de jerarquías “altas” y “bajas” (Moore utiliza a Elias [2000] para dar cuenta de ello). Los discursos de lo alto se asocian con la iglesia, el estado y la universidad; los discursos de lo bajo con la pobreza urbana, lo marginalizado y lo colonizado.

Lo que es necesario puntualizar aquí es el privilegio que se da a la representación de lo alto de la burguesía, que implica el cuerpo liberal de racionalismo progresivo. Es decir, se privilegia un cuerpo ordenado, clásico e individualista que prioriza las regiones superiores (la cabeza, la razón) y que está dirigido por la racionalidad. En oposición a este cuerpo está el cuerpo bajo, considerado grotesco, sensual, carnavalesco, erótico, físico y libertino. Asociado con los placeres carnales, este cuerpo se rehúsa a ser disciplinado, considerándosele entonces altamente desordenado, impredecible y, por ende, peligroso y contaminante. El placer del cuerpo alto ha sido racionalizado y disciplinado; el del cuerpo bajo es todo menos un placer seguro y razonable (Moore, 2008).

Para Moore (2008) entonces es claro que las drogas ilícitas amenazan al cuerpo liberal y son incompatibles con la racionalidad y la disciplina de un sistema que considera esta seducción como capaz de destruir la voluntad. Valga aclarar, una voluntad para cumplir con el “de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.”.

Lo que es contradictorio, como tantas otras cosas en el capitalismo, es lo descrito por Measham (2004) para quien hay un punto en el cual el consumo normalizado de drogas debe ser despatologizado desde el sistema para poder pasar a ser parte del placer comodificado en el ocio. El capitalismo genera un hedonismo calculado o una pérdida de control controlada. En esta forma

de placer el consumo de drogas debe suceder dentro de ciertos límites espaciales y temporales (tiempo-espacio de ocio) que permitan una calculada racionalidad costo-beneficio de este consumo. En este contexto controlado, las drogas (incluido el alcohol) permiten una liberación, tal y como lo han mencionado las personas entrevistadas, del trabajo y otras responsabilidades sin realmente interferir en ellas. Este control del cuerpo y el consumo claramente aplican también para el placer sexual comodificado del cuerpo de las mujeres, en relación con el trabajo reproductivo.

De los cuerpos también es posible concluir algo más: se transforman en relación con los espacios. La misma persona puede mostrar técnicas corporales distintas dependiendo de si se encuentra en Calle U o en Escazú. Hay un afán de las personas que provienen de barrios urbano-marginalizados por burlar la mirada de las otras personas, adoptando técnicas corporales propias de la clase media-alta.

El asunto de la camisa que el entrevistado puede comprar a una décima parte del precio de la camisa original que está siendo imitada refiere nuevamente al tema de la clase, el consumo y la exclusividad. Aquí debemos detenernos para analizar por un momento la inclusión simbólica. Para Rodolfo Calderón (2012, p 86) el consumo ha aumentado en la modernización globalizada y este aumento ha cambiado “las formas y espacios donde se realiza, así como la importancia que asume la dimensión simbólica de tal actividad en el contexto actual”. Parte de esos cambios es constatada por Martín Hopenhayn (2008) para quien un rasgo importante de esta modernización globalizada es el aumento en la brecha entre el acceso a bienes simbólicos y a bienes materiales. El aumento en el acceso a información, imágenes y medios de comunicación en general contrasta con el aumento en los índices de pobreza (por lo menos en Latinoamérica como un agregado, pero en Costa Rica sin duda)<sup>49</sup>. Como indica Hopenhayn (2008, p 60),

Todo esto sugiere que los jóvenes [principales usuarios de internet y medios de comunicación masiva] quedan expuestos a un amplio abanico de propuestas de consumo simbólico, pero gran parte de aquellos ven pasar las oportunidades de generación de ingresos para la movilidad social y el mayor consumo material por el lado de la vida que no les toca. Acicalados en las aspiraciones por un permanente acceso a información e imágenes

---

<sup>49</sup> Este aumento es visible al comparar las penúltimas cinco Encuestas de Hogares (ENAH) del Instituto Nacional de Estadística y Censos en <http://www.inec.go.cr/tags/enaho>. Sí es necesario anotar que los últimos resultados arrojados en octubre de 2016 presentan una disminución del índice de pobreza que pasa de 22,4 a 20,5 puntos porcentuales.



que no solo pintan paraísos del consumo material, sino que además promueven la autoestima por el expediente del acceso a marcas y productos, esos mismos jóvenes caminan por la ciudad con los bolsillos vacíos o casi vacíos y las narices pegadas a los escaparates.

Así, el formar parte de las dinámicas de consumo simbólico permite una inclusión simbólica que es tal precisamente porque no es material. Sin embargo, hay ciertos triunfos individuales que las aspiraciones al consumo material permiten, como el mentado ejemplo de la camisa que a primera vista según  $S_H$  no revela si es la original o la copia. Así, corroborando lo encontrado por Pallavicini Magnère (2008, párrafo 25) “los consumidores de los distintos estratos sociales pueden acceder a una imitación del modelo, un objeto en serie y masificado, lo que reduce las diferencias entre grupos a una cuestión de capacidad adquisitiva”.

Es así que la producción masiva permite infiltrados escalando de manera ascendente, por medio de la imitación estética, la escala social simbólica. En otras palabras, el mercado mismo permite nublar la lectura de la presentación personal de una mujer o un hombre pues puede encubrir, con fieles imitaciones, el “verdadero” ser social detrás de las prendas. Es quizás por esto que una tierrosa o un chata son más fáciles de describir que de identificar en el mundo real.

Se desenmascara un juego perverso dentro del sistema cuyas reglas son dictadas por una élite que define las manifestaciones estéticas distinguidas, es decir, a las que aspira el resto de las clases sociales cuyas expectativas de acceder a estas manifestaciones son pocas (brecha simbólico-material). Esta élite define al mismo tiempo las maneras dentro del sistema en las que estas otras clases supuestamente pueden intentar burlar esta distinción/exclusión a través del consumo de los bienes de imitación que ellos mismos producen. Disfrazan de rey al bufón quien, cuando termina la fiesta, igual debe dejar palacio. Como lo indica Stacy Corngold (1996) a quien Clark (2008) cita, Gramsci tenía razón con respecto a la coerción no-coercitiva de las sociedades: aquí las cuestiones políticas se disfrazan como cuestiones culturales y, por tanto, se vuelven irresolubles.

#### **d. La economía de los placeres y el placer de la economía**

##### ***1. Ladies nights***

Es martes en el Brixton, noche de ladies night. Afuera la fila para entrar es larga. Ocasionalmente he logrado saltármela porque vengo acompañada de una de las personas

consideradas muy importantes (VIP) en el bar: un diseñador que ayudó con el concepto o identidad gráfica del lugar quien, a su vez, es amigo cercano de los dueños.

Esta noche mi acompañante se acerca directamente a la puerta de entrada, me lleva con él y dice a los hombres de seguridad "*Ella viene conmigo*". Nos ahorramos la media hora de fila y él, como siempre, se ahorró los 3000 colones que deben pagar los hombres para entrar (los 3000 colones de "cover", como dicen los afiches que circulan por redes sociales). Yo no me ahorré nada porque las mujeres no pagamos cover en un ladies night en Brixton. Además, tenemos tragos gratis.

Dentro, el recinto todavía no se ha llenado, pero a juzgar por la fila pronto lo hará. Habiendo recibido la indicación de que en la barra de dentro (la que pertenecía al banco inglés) no se dan tragos gratis sino que es para quienes van a comprar cerveza, me acerco entonces a la barra de afuera. Allí pido uno de los tragos gratis y de repente me siento cohibida; creo que el barista se dio cuenta de que nunca voy ahí y me siento como una intrusa. Él toma varias botellas de la barra y verte hielo, algún tipo de licor y luego otro, dentro de un vaso de plástico que me da con una sonrisa. Le digo gracias y me voy a buscar a mi acompañante quien ya encontró a algún conocido entre quienes han logrado ingresar después de una requisita meticulosa que él también se ahorró (de nuevo, yo no me ahorré nada; a las mujeres no se nos requisita, solo nos revisan el bolso).

Bebo un sorbo del trago y siento donde se calienta mi esófago. No lo vi venir; pensé que iba a ser un trago dulce. Para mi gusto es fortísimo. Mi acompañante se ríe y me pide que le comparta. Él se está tomando una cerveza; no tiene derecho a tragos gratis. Él prueba el trago y lo disfruta, de hecho me dice que "*está bueno*". "*Está bueno para emborracharme*", le digo yo en un intento por hacer un juego de palabras que no salió muy bien, lo admito. "*¡Diay, esa es la idea!*" me replica, con un tono que pareciera que obvió al final de la frase la palabra "*tontita*". "*¡Yo sé!*"; opto por guardarme el "*idiota*" del final de mi frase para mis adentros.

Esa es una fracción de la gran "ciencia" de los ladies nights. Licor gratis o a precios muy bajos para las mujeres, quienes consumen menos alcohol y tienen menos resistencia a su ingesta que los hombres. Hombres pagando su consumo pero en un entorno que, gracias a los descuentos ofrecidos a las mujeres, garantiza que ellas estén ahí. Hombres y mujeres conocen esta fórmula perfectamente. Los bares le sacan el máximo provecho.

En el entorno de los ladies nights dentro de los bares no parece haber problema con esta dinámica. Sin embargo, entre las personas entrevistadas, participantes de la vida nocturna de ambos bares, las opiniones fueron muy diversas. Hay quienes están de acuerdo con la dinámica "*Así deben*

de pensar todos. Uno va a ver qué liga, a ver qué muchacha liga uno". También hay quienes entienden la dinámica y no la condenan, pero no forman parte de ella: "He escuchado a más de uno 'voy a ir ahí porque ya he ligado un poco de güilas' entonces tienen este pensamiento que van a ir mujeres y que esto y que lo otro... pero al menos yo no lo veo de esa manera" o "Yo diría que uno, popularmente como dicen, uno se refresca la vista".

Están las mujeres que consideran que el ambiente es divertido pero la dinámica no les interesa: "Yo a ese tipo de lugares no voy a buscar nada porque se que voy a encontrar de todo, entonces yo voy por lo mío, por divertirme, por tomarme selfies, yo soy selfista y medio entonces aquí pegando porte, entonces voy por mi diversión no por la de los demás". También están los hombres que no lo encuentran interesante "No es algo que me motive a mí a ir a un lugar"; "nunca me ha matizado ir a ese tipo de eventos".

Están las mujeres que le sacan provecho a las promociones: "Me gusta porque es ladies night así que uno toma gratis", y también están quienes consideran que la propuesta es reprochable, tanto hombres como mujeres de ambos bares: "No es por ser despectivo... pero jesa [es una] mierda!"; "Es utilizar a la mujer, son como conejillos de indias"; "El Brixton hoy por hoy para casi todos los eventos o todos los fines de semana casuales las mujeres no pagan, ya con solo eso es un mensaje que están tirando y hasta para las mismas mujeres, 'sepan cómo está la cosa'". Esto me lo dicen tres hombres entrevistados. Una mujer me dice, por su parte:

M<sub>M</sub>: Siento que a veces los hombres tienen como la idea de que como es ladies nights van a poder ligarse a cualquiera porque las chicas toman, porque no aguantan [...] entonces siento que sí se da la discriminación en ese aspecto, [porque] tal vez muchas de las personas hacen este tipo de cosas para ver si eso ocurre para ver qué agarran, mas conmigo no pegaron.

Una caracterización que me hizo N<sub>H</sub>, un joven cliente del Brixton fue particularmente clara, y su intención era crítica frente al evento: "Es como esos maes que van a pescar truchas pero lo hacen en un ambiente donde le facilitan a uno agarrar la trucha... perdón por la comparación". Es decir, en un entorno donde las mujeres son presa y los hombres lagartos, el bar facilita a los lagartos la caza de la presa. Es importante entonces notar la organización del ocio que hace el bar. De acuerdo con esta organización, proponer a las mujeres como "ganchos para los hombres" (concepto usado en una de las entrevistas) es meramente una decisión de negocios.

Sabemos que el Brixton tomó la decisión de ofrecer los ladies nights como un evento los martes por una decisión de este tipo. Uno de los miembros del staff lo reitera:

*[El bar] es un negocio y como que no estaban ganando muy bien. [Los dueños] estaban teniendo problemas con la inversión que era demasiado fuerte, y no les daba para estar pagando tanta gente porque los gastos eran demasiado grandes [...] también fue como un poco porque vieron que había otra gente a la que sí le estaba yendo demasiado bien, como a LCL (otro bar) que siempre se llena de gente [...] hay que considerar a la competencia; hay un montón de bares grandes entonces la competencia está muy, muy, muy dura.*

De acuerdo con esta perspectiva el bar no está haciendo nada más que aprovechando una situación de aparente sentido común: los hombres quieren conocer mujeres. Dado que ellos son quienes más consumen licor, a ellos se les cobra y a ellas no. Un importante corolario de este “a ellas no” es el hecho de que el licor gratis para las mujeres promueve que tomen más. Así se diseña un espacio de “diversión” donde a los hombres que quieren ver mujeres se les garantiza su presencia, con altas probabilidades de que ellas estén en estado de ebriedad.

Es importante destacar que en Brixton hay una variación en el precio de la entrada en la noche. Las mujeres nunca pagan entrada, pero los tragos son gratis hasta media noche. Los hombres pagan 3000 colones de cover hasta las 11:00 pm. A partir de esta hora el cover aumenta a 4000 colones. Varios factores pueden estar afectando esta alza. Uno es que hay más gente después de las 11:00 p.m. (y la gente, ya sabemos, se relaciona con diversión); lo otro sería, por supuesto, que hay más probabilidades de que las mujeres estén más alcoholizadas. Es así que el bar saca aún más provecho de la dinámica de las truchas y los pescadores.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos de los bares por convocar a las mujeres, pareciera que estas no siempre participan del llamado al ladies night. Un entrevistado asiduo a estos eventos en el Brixton me ofrece una descripción interesante:

*BH: Lo que me hace gracia es que hay noches en que las mujeres se van temprano, o sea se acaba la barra libre, se van y el bar queda lleno de maes. Entonces es una trampa de indios, solo hay palos<sup>50</sup> por todo lado. Pero los maes ‘Diay ya estoy afuera, ya me quedé’ entonces se quedan tomando, se quedan bailando, entonces me hace gracia.*

*SQ: ¿Bailan entre ellos?*

*BH: ¡Exactamente!, ¡exactamente! Porque la motivación son las chicas, vienen por el ladies nights y al final vos ves a todos lo maes parados a la par uno del otro ahí bailando, no sé si es porque están borrachos o algo por el estilo.*

---

<sup>50</sup> Juego de palabras que indica que solo hay penes en el bar. El pene es sinécdoque de “hombre”.

Es curioso que aunque el principio del “ligue” no se cumple, ya que se salió a un bar, se permanece en el bar tomando. Interesante también es que un bar lleno de hombres llame la atención para algo más que para hablar de seguridad, porque aunque en términos de ventas podría ser un éxito rotundo, en términos de ambiente fue descrito más bien como algo contrario a la propuesta del ladies night, razón por la cual al entrevistado le parece gracioso. De todas maneras, el ladies night del martes en Brixton es tan exitoso que el bar ahora puede darse el lujo de no abrir el miércoles: *“Con lo que hacen los ladies night les alcanza para toda la semana”*, me dice H<sub>H</sub>.

En Calle U, por su parte, el fenómeno del ladies night se presenta por partida doble: el lunes se le llama “Ladies night” (a las mujeres no se les cobra entrada) y el jueves se le llama “Jueves de fiesta” (las mujeres tienen tragos gratis de 8pm a 10 pm). Uno de los meseros me comentaba en una ocasión que a pesar de que tiene otro nombre *“los jueves también son pensados como ladies nights”*. A pesar de esto, una diferencia importante es que en los “Jueves de fiesta” los hombres no disfrutaban de ninguna promoción; los lunes, aunque deban pagar 2000 colones para entrar, igual pueden comprar la cerveza nacional a 500 colones, que es la mitad del precio habitual. La administración del bar propone el ladies night el lunes porque es el día *“más flojo”* para el negocio. El *“juernes”*<sup>51</sup> la gente sale con más regularidad que el lunes, por lo que la promoción para los hombres no es tan necesaria para el negocio. De todas maneras, me dice S<sub>H</sub>, *“por esa parte yo diría que tiene que haber igualdad, tiene que haber barra libre para los hombres porque no es justo (ríe)”*.

## **2. Babel: ¿un idioma distinto a los ladies nights?**

Especial mención merece un evento que realiza el Brixton algunas veces al año. Este evento se llama “Babel en el Brixton”.

Babel Lounge es un bar ubicado en la Avenida San Martín (el final de Avenida 10), cercano a Plaza González Víquez y Barrio Luján. La zona donde se ubica es reconocida por albergar los hasta hace poco llamados “bares de ambiente”, es decir, lo que hoy de manera más abierta llaman *“bares gays”*.

---

<sup>51</sup> Contracción resultante de jueves y viernes usada por algunas personas para referirse al jueves como el real inicio de semana pues ese día se sale y se empieza a tomar licor; se *“empieza la fiesta”*.

*“Es el bar diverso por antonomasia”, me dice B<sub>H</sub>, la mente detrás del evento “Babel en el Brixton”. Es decir, a este bar van tanto heterosexuales como homosexuales, pero estos últimos tendrán quizás más apertura que en cualquier otro bar, incluidos los dos aquí estudiados.*

*“Babel en el Brixton” surge como una iniciativa para maximizar las ganancias del Brixton. Con un horario en 2015 de martes a sábado, domingos y lunes se estaban desperdiciando. Considerando los altos costos de alquiler de la mansión, los dueños del bar ofrecieron a un amigo cercano (este joven B<sub>H</sub>) la oportunidad de organizar el evento que quisiera, siempre y cuando permitiera convocar a la gente un lunes por la noche. Puesto que apuntan a dos mercados distintos, no creo que los dueños tuvieran idea del éxito rotundo que son los ladies nights los lunes en Calle U; quizás si lo hubieran sabido se hubieran animado antes a realizar eventos ese día.*

*“Babel en el Brixton” consiste en lo siguiente: esa noche el Brixton es manejado por el personal de Babel Lounge; es decir, en la entrada, sirviendo dentro del bar y como DJ está el personal de Babel, no del Brixton. Tanto los dueños del Brixton como el dueño de Babel estuvieron de acuerdo con la idea, aunque para el bar Babel no hubiera ningún tipo de beneficio económico más allá del salario extra para el personal.*

*Ahora bien lo que es realmente importante de esta noche es que se ofrece la posibilidad de consumir tragos gratis hasta las 12 am a quienes paguen 2000 colones (tanto hombres como mujeres). Eso sí, podrán pagar estos 2000 colones solamente quienes cumplan con un código de vestimenta muy particular: los hombres deben ir en vestido y las mujeres deben ir mostrando su brassiere. Para el resto de las personas que decidan no seguir el código de vestimenta, la entrada es de 3000 colones sin derecho a la barra libre. En síntesis, hombres en vestido y mujeres en brassiere consumen gratis hasta media noche si pagan 2000 colones.*

*De acuerdo con B<sub>H</sub>, el evento obtiene su inspiración de unos eventos neoyorquinos llamados “Cake parties” (Fiestas de queque):*

*B<sub>H</sub>: eran unas fiestas que eran como de liberación femenina, entonces eran fiestas en que ponían una DJ femenina y tenían juguetes y todo lo demás, y para poder ir o para poder ser invitados a las fiestas que eran una vez cada mes, tenían que escribir como un ensayo de 3000 palabras diciendo por qué, y si iban hombres tenían que ser invitados por una miembro de la fiesta.*

*Me di a la tarea de investigar las cake parties y lo que obtuve fue muy interesante, tanto que merece ser explicado un poco. Las fiestas CAKE (Levy, 2005) eran eventos organizados por*

CAKE<sup>52</sup>, una organización con fines de lucro creada por dos mujeres neoyorquinas, Melinda Gallagher y Emily Kramer (Máster en Sexualidad Humana y Bachiller en Estudios de la Mujer, respectivamente). CAKE creció desde sus inicios en el año 2000 para llegar a ser todo un imperio sexual (Krum, 2006) que actualmente no está activo pero que en su momento organizaba fiestas, vendía vibradores, manejaba una dinámica comunidad virtual, publicaba boletines en línea y publicó un libro intitulado "A Piece of Cake: Recipes for Female Sexual Pleasure".<sup>53</sup>

De acuerdo con Levy (2005, p 71) CAKE era también una especie de sororidad hipersexualizada. Para ingresar al grupo se debía escribir un ensayo y pagar cientos de dólares. (Algo de razón tenía B<sub>H</sub> cuando hizo mención al ensayo, pero en su relato el dato está un poco cambiado; el ensayo era para ser parte del "club", no para entrar a las fiestas). Si la sororidad aceptaba la solicitud de inscripción entonces se recibían correos electrónicos regularmente donde se comentaban los temas más variados, desde la guerra anti-aborto de la administración Bush, hasta las series televisivas del momento, pasando por las invitaciones a las fiestas.

Las fiestas CAKE se hicieron famosas por su alto contenido sexual. Melinda Gallagher y Emily Kramer de CAKE justificaban esta estética sexualizada aludiendo a la represión social que se vive diariamente contra la sexualidad femenina. Es por esto que, por ejemplo, en la primera fiesta organizada el año 2000 se proyectaron en pantallas extractos de películas pornográficas. En la segunda fiesta una educadora sexual dio una charla sobre eyaculación femenina después de la cual solicitó a una amiga que masajeara su punto-G para que todas las personas la vieran eyacular. Sin embargo, en esta misma fiesta el real escándalo se dio alrededor de una caja de acero llamada la "freakbox" ("la caja de lo raro"), donde una actriz y un actor de pornografía tuvieron relaciones sexuales transmitidas en vivo por todo el recinto (Krum, 2006).

Los hombres podían asistir a las fiestas, pero debían estar acompañados de una mujer y pagaban doble (Levy, 2005). Esto no parece haber afectado en nada su asistencia. Como lo indica Levy (p 72) quien asistió en alguna ocasión a una de las fiestas, la escena era la siguiente: el lugar estaba lleno de mujeres que vestían ropa extremadamente reveladora o simplemente ropa interior, mientras los hombres en jeans y camisas de botones no podían creer su suerte.

---

<sup>52</sup> En inglés "cake" o queque hace referencia a los genitales femeninos.

<sup>53</sup> Las autoras hacen un juego de palabras donde "piece of cake" es el equivalente de lo que en español decimos que es "un queque", algo muy fácil, haciendo a la vez alusión al nombre del grupo. El título en español sería algo como "Un queque: recetas para el placer sexual femenino".

Las creadoras de CAKE afirman que su trasfondo sí es feminista (Levy, 2005; Krum, 2006). Ellas iniciaron esta idea porque sentían que los mensajes relacionados con la sexualidad tenían principalmente dos abordajes. El primero era el de una sexualidad femenina siempre en términos de la sexualidad masculina –por ejemplo, los artículos de algunas revistas que insisten aún hoy en ‘cómo complacer a tu hombre’. El segundo es el abordaje que ve la sexualidad en general como dominada por los hombres, como es el caso inclusive de algunos textos feministas.

Para ellas los ataques que consideran que toda su construcción fue un retroceso para la causa de las mujeres no son válidos. Como afirmaron en un momento (Krum, 2006, párrafo 19), “hay un grupo de mujeres a quienes CAKE habla de manera positiva [y no creemos que] se avance en la causa feminista al apuntar con el dedo a las mujeres y sus preferencias”.

Me dice el creador de “Babel en el Brixton”:

*A mí me interesa mucho eso lo de la diversidad sexual y de los roles de género y toda la cuestión, entonces... yo dije ‘sí, qué chiva, hagamos como algo muy diferente’ porque también a los dueños del Brixton les gusta cualquier cosa que incluya como disfrazarse o sea algo diferente. Entonces yo dije como ‘maes en vestido toman gratis’, y con lo de las mujeres estaba un poco enclochado<sup>54</sup> porque no sabía cómo hacerlo de alguna manera que funcionara y todo lo demás, entonces fue lo que te dije de la idea como de diversión y empoderamiento, como que las mujeres en brassiere toman gratis, entonces a todos les pareció súper bien el concepto [...] Tal vez me haya inspirado un poco en las cake parties o algo así, pero... no, o sea al final es un poco como... como agarrar un punto medio... cómo un bar puede hacer algo diferente del ladies night que funciona y dando un twist [giro] positivo a algo negativo como generalmente se percibe con los ladies nights.*

A lo largo de la entrevista intenté obtener respuesta al porqué se considera un giro positivo al ladies night. También pregunté si los hombres en vestido no son percibidos como una parodia. Finalmente pregunté abiertamente por qué las mujeres se deben poner brassiere en lugar de vestirse con ropa “de hombre”<sup>55</sup>. Hay varias respuestas a estas interrogantes, pero no logro una respuesta concreta para la última.

Sobre por qué es un giro positivo, se hizo la asociación con la pérdida de timidez, con la desinhibición. En el caso específico de los hombres en vestido “es un poco como meterse en los zapatos de la otra persona y vivirlo, y tal vez no asociar lo femenino con algo negativo o con el homosexual”. Es decir, se percibe la propuesta como una oportunidad “segura” para que los

<sup>54</sup> Trabado. Como cuando a alguien se le atasca el embrague del carro (clutch, en inglés).

<sup>55</sup> En oposición al vestido como ropa “de mujer”.



hombres prueben estéticas fuera de la masculinidad tradicional, sin necesidad de sentirse amenazados o juzgados. Aquí es importante destacar que a esto último se aúna la importancia de que no sienten la necesidad de cambiar su puesta en escena de género; los hombres no son afeminados; no son transformistas. Por esto no se percibe como parodia.

Afirma B<sub>H</sub>: *“Generalmente los maes que más ligan con mujeres en esa noche son los que están en vestido entonces me parece graciosísimo de repente ver el mae con el vestido con una muchacha en brassiere hechos un chicle en una esquina”*. Él asocia esto con un desvío del triunfo del sistema heteronormativo que nos convence a las mujeres de subir la guardia frente a los hombres (en pantalones). Dice B<sub>H</sub> de la mujer que liga con el hombre en vestido:

*Tal vez inconscientemente piensa que es como una amiga y no lo vea como amenazante, o que se la quiere coger o echar el cuento tan fuertemente porque está en vestido, porque todo eso está grabado dentro de la cabeza de uno.*

A pesar de esta elaboración, no logro que se aborde de manera directa la falta de equilibrio en el código de vestimenta. Frente a la posibilidad de que esta propuesta sea sexista, la respuesta que obtengo nuevamente –como en otros casos- refiere a la elección individual, al derecho de cada persona de escoger con qué fin sale y cuál es su interpretación del entorno: *“Cada persona lo apropia o lo interpreta como quiere”*, me dice B<sub>H</sub>.

### ***Resumen del apartado y discusión***

La primera conclusión que se puede obtener al analizar los ladies nights es el hecho de que se está lucrando a partir de dos cuestiones interrelacionadas. Una de corte biológico o fisiológico y la otra partiendo de la división sexual de los placeres.

La primera de las cuestiones se establece a partir del conocimiento de que las mujeres fisiológicamente tienen menos resistencia al licor que los hombres, pero también beben en menor cantidad. Los hombres beben más que las mujeres y tienen mayor resistencia (Munné, 2005; Wilsnack, Wilsnack & Obot, 2005; Sánchez, Navarro & Valderrama, 2004; Nolen-Hoeksema, 2004; Wilsnack, Wilsnack, Kristjanson, Vogeltanz-Holm & Gmel, 2009). Dada esa situación, a ellas se les puede ofrecer licor gratis o a menor precio o no se les cobra la entrada al bar sin temor a que esto tenga un impacto negativo en el negocio.

La segunda cuestión está relacionada con lo encontrado por Grazian (2008) sobre la salida nocturna como un espacio para el juego de roles y la interacción sexual en público. En el bar los hombres además de beber licor quieren ver mujeres. La promoción que está dirigida a ellas motiva

a que los hombres asistan aun cuando deban pagar entrada, que es el caso para el ladies night de los dos bares estudiados. Esta estrategia, en términos de mercado, se basa en la comprensión de los llamados “negocios de doble plataforma” (Falla Jara & de Trazegnies Thorne, 2011), que serían negocios que atienden grupos de consumidores claramente diferenciados que se necesitan mutuamente, y donde el negocio implica crear un punto de encuentro entre estos grupos para sacar provecho de un producto o servicio. En estos negocios

el valor obtenido por uno de los grupos de consumidores se incrementa por el número de consumidores existentes en el otro grupo. [Es decir], cada uno de estos grupos de consumidores valorará más el bien o servicio brindado por la plataforma si consumidores del otro grupo participan en la misma. (Falla Jara & de Trazegnies Thorne, p 124)

Hay posturas muy diversas con respecto a los ladies night, por parte tanto de hombres como de mujeres. De esto depende no solamente que asistan o no a este evento en su bar de referencia, sino además la disposición con la que van, en el caso de asistir.

Hay hombres y mujeres que conocen la dinámica y no la condenan. También están quienes conocen a hombres que, corroborando lo encontrado por Grazian (2008), creen que cuando salen conocerán a alguna mujer con quien tendrán un encuentro sexual casual, y quienes de hecho sí la han conocido. También están las mujeres que disfrutan de la dinámica multitudinaria y de entretenimiento en el bar este día pero que no disfrutan la idea de participar, en esta noche más que en cualquier otra, de la vibra hipersexualizada (Durheim, Rautenbach, Nicholson & Dixon, 2013). Estas mujeres contestan la idea de que toda persona que está dentro del bar en un ladies night está buscando ligar o esperando ser abordada.

También están las mujeres que disfrutan de la promoción pues aprovechan que pueden tomar gratis, quienes no se refieren ni para aprobar ni para desaprobado la dinámica de la hipersexualización. Finalmente están quienes condenan la propuesta, tanto hombres como mujeres, porque consideran que es utilizar a la mujer como carnada para generar beneficios económicos. Es aquí donde cabe la acertada analogía de las truchas y los pescadores que es interesante de mencionar porque trae implícito un análisis de los ejercicios de poder. Quien plantea la analogía y piensa en la idea de hombres y mujeres llamados al bar con fines heterosexuales hipersexualizados, está dando a entender que hay ejercicios diferenciados de poder entre hombres y mujeres, pues los unos comúnmente cazan y las otras comúnmente son presas, y el bar presta el espacio para que este ejercicio se dé de esta manera sin obstáculos. Hay en este análisis un vector

del ejercicio del poder que va de los hombres hacia las mujeres y lo problemático es que a esta diferencia de poder –a esta situación de dominación- se le saque provecho económico.

Retomando un poco lo analizado en el apartado anterior sobre la transformación del Brixton, queda claro que parte de la decisión de organizar ladies nights los martes tiene que ver con la necesidad de reactivar la economía de este bar como negocio. Esta intención es más clara si se incluye el dato de que tanto en Calle U como en Brixton estos eventos se dan los primeros días de la semana y no el fin de semana, pues este último es el momento oficial de la semana para la salida nocturna dado que no se trabaja al día siguiente (se puede trasnochar y beber en exceso). El éxito de este tipo de idea lo corrobora el hecho de que el Brixton, por ejemplo, puede darse el lujo de cerrar los miércoles gracias a las ganancias que se obtienen los martes.

Lo que cabe que analizar con detalle en el ladies night, y tomando en cuenta a las truchas y los pescadores, es que este plantea una organización intencional de la economía de los placeres en la cual se sigue sosteniendo a la mujer como el ocio de los hombres (Wearing, 1998). Se lubrica además con licor una interacción en la cual este licor no solamente puede nublar el juicio o la toma de decisiones, sino que además puede permitir interpretaciones sobre la flexibilidad moral o disponibilidad sexual de las mujeres, tal y como ya se ha concluido en numerosas ocasiones.

Se está una vez más frente a uno de los núcleos duros y más contradictorios de la heteronormatividad: los hombres dicen desear a las mujeres como fuente de placer, pero en el camino a su satisfacción pueden a la vez que disponer de sus cuerpos, juzgarles por su disponibilidad para brindarles ese placer demandado. Esta es una tensión que no han resuelto capitalismo y patriarcado, que está anudada a la matriz binaria: hombre-inocente, mujer-culpable que se vio en la sección sobre la seguridad en los bares y relacionada también a la idea de la violencia contra las mujeres como demostración de poder entre hombres (Segato, 2003). Es así que a pesar de que la estrategia de la mujer como gancho para el consumo de licor sea juzgada como indignante por algunas personas, no pareciera que corresponda a los bares frenar este espacio de oportunidad. De acuerdo con Rank (2005), usando como ejemplo los Estados Unidos, en los casos en los que ha correspondido al Estado poner este freno ha sido por la interpretación de la ley que indica que se está discriminando al hombre, violentando su derecho a no pagar entrada al igual que las mujeres. Según lo obtenido en mis entrevistas, corresponde más bien a cada persona individual velar por sus propios intereses e integridad.

Especial atención merece el evento “Babel en el Brixton” que se realiza cada cierto tiempo. Este evento da cuenta de lo compulsiva y persistente que es la heterosexualidad. Esto corrobora en parte lo encontrado por McCarl, Walden y Kunkel (2000), donde se analizan conductas transgresoras de la heterosexualidad (hombres afeminados y mujeres masculinizadas) y se demuestra que la heteronormatividad homosexualiza a los hombres transgresores y heterosexualiza a las mujeres transgresoras (el hombre afeminado es homosexual; la mujer masculinizada es sensual).

La particularidad de Babel en el Brixton es que hiperfeminiza a ambos cuerpos pues el hombre debe ir en vestido (reconocida prenda femenina), pero las mujeres en lugar de vestirse con prendas “masculinas” se ponen un brassiere. Aquí es importante detenerse brevemente para explicar por qué no tendría sentido que las mujeres se vistieran “como hombres”, a menos que debieran cumplir con alguno de los clichés de lo masculino tal y como hacen algunos calendarios, por ejemplo, en los que las mujeres posan como constructoras o mecánicas de automóviles. En estos se cumple exactamente lo concluido por McCarl, Walden y Kunkel (2000) pues la mujer masculinizada de esta manera es atractiva o sensual.

Siguiendo a Lipovetsky (1996) se considera que las mujeres a lo largo del tiempo han logrado transgredir el código de vestimenta femenino como una forma de liberación. Ponerse pantalones fue una revolución, y lo fue porque al concebir la ropa como signo o marca de los cuerpos que ejercen el poder, el pasar de vestido a pantalones implicó moverse de manera ascendente en la escala del poder (si nuevamente se mirara esta como un vector vertical); en otras palabras, masculinizarse significó empoderarse. Es por esto que los hombres no han luchado por su derecho a usar enagua, pues este es un emblema femenino que signaría el descenso en ese mismo vector vertical de poder.

Un elemento importante en las descripciones que se hacen de Babel en el Brixton es que se visualiza como algo liberador el que un hombre vaya a un bar en vestido y el que la mujer, de acuerdo con la decisión tomada para ella, para transgredir el espacio deba hacer una especie de híper puesta en escena de su género al mostrar su brassiere.

A primera vista quizás se podría concluir que el hombre caricaturiza a la mujer y la mujer se hipersexualiza. Sin embargo, el análisis que la clientela del Brixton hace no es tan simple. Las personas entrevistadas consideran que sí hay cierto grado de liberación de los cánones oficiales. Hay algo de esto que es importante mencionar.

Por ejemplo, para las personas entrevistadas, uno de los elementos positivos que surgen de que los hombres usen vestido es que este hecho se toma solo como un cambio de vestimenta que de ninguna manera trae asociado cambiar las técnicas corporales adoptando los manierismos que se consideran “femeninos” y, por tanto, asociados a las mujeres. Los hombres mantienen sus propias técnicas corporales masculinas, inclusive al orinar (tema que fue mencionado en varias ocasiones: cuerpos en vestido orinando de pie u hombres alabando las ventajas del vestido para estos efectos). Lo que es relevante es cómo se toma el vestido como una prenda y se le despoja de la carga ideológica que implicaría que quien lo use debería, si no ser, al menos comportarse como mujer. La prenda pasa a ser solamente tela –por parte de las personas entrevistadas- y en su uso por parte de hombres masculinos se revela cómo su asociación con las mujeres ha sido una construcción social que debería carecer de importancia.

La connotación transgresora en el caso de la mujer quizás es un poco más compleja porque no hay una equivalencia dado que no se infringen las normas de género. Sin embargo, si también se quiere dar a esto una connotación positiva se está planteando que aquello que el pudor indica que debería ser interior se está usando como exterior, violando el límite de esta “parte privada” del cuerpo.

Esto es muy importante verlo a la luz de las fiestas CAKE que el creador de Babel en el Brixton usó como inspiración porque nuevamente se está apelando a la intención individual de las personas para su comprensión, como si la carga estructural del patriarcado no tuviera impacto sobre las lecturas que se hacen de los cuerpos en este contexto. Inclusive en estas fiestas CAKE que sugieren un fundamento feminista y liberador de la sexualidad femenina, hay un aprovechamiento del entorno por parte de los hombres. El testimonio de Levy (2005) expuesto en la sección anterior que indica que los hombres no podían creer su suerte al estar en fiestas que congregaban a mujeres en ropa interior, por ejemplo, casi parece coincidir con lo que aquí se presentó como un “lagarto”. Se reúne a las mujeres en un contexto que se supone debía ser liberador pero a ratos pareciera más bien ser el vivo ejemplo del dicho que reza “A río revuelto, ganancia de pescadores”, muy en línea con la analogía de las truchas.

El elemento que hace falta para entender por qué aunque la intención de liberación sea buena hay algo que indica que esta no se está consiguiendo, es el mirar las cosas a través de la lente del poder. Se piensan los cuerpos de hombres y de mujeres como si fueran equivalentes, como si fueran interpretados de la misma manera cuando una y otra vez se ha corroborado que la evaluación

y las expectativas son distintas para unos y para otras en términos de cómo se miran, qué intención se lee en ellos y las normativas morales con las que se juzgan (como se concluye en los dos apartados anteriores).

Hay que dar crédito a las fiestas CAKE cuando indican que la sexualidad femenina se vive diariamente de manera reprimida. Sin embargo, es ingenuo pensar que por el simple hecho de que las mujeres muestren el cuerpo, las personas serán capaces de contestar la carga ideológica de este, nuestro sistema patriarcal heteronormativo, que juzga por las técnicas corporales la disponibilidad sexual de las mujeres. Si no se tienen las herramientas para cambiar esa interpretación y esa lectura, se están perpetuando esas asociaciones perniciosas. El cambio estético no trae por añadidura el cambio ético.

La idea de una mujer liberada por poder quitarse la ropa es parte del problema de la liberación reducida a la sexualidad. Esto reitera lo concluido por Wilkins (2004) y Fuentes (2004) quienes al estudiar un bar gótico encuentra que estas supuestas prácticas de liberación a través de la sexualidad –dicho sea de paso, solamente femenina- son más bien una perpetuación de los roles de género más tradicionales donde la mujer se objetifica y complace los deseos del hombre.

En un contexto donde el cuerpo es mercancía (Martínez Barreiro, 2004; Baudrillard, 2009) carece de real valor transformador la liberación a partir de cambiar de vestido. Quizás el principal problema, para efectos de este estudio, es que la propuesta de la liberación a partir de mostrar el brassiere sigue la línea dudosa del post-feminismo ya criticada anteriormente (Catterall, Maclaran & Stevens, 2005). Según esta línea ejercer el poder es equivalente a elegir la estética que se desee. Aquí el empoderamiento no solamente es individual, sino que se logra a través del mercado pues la postura estética se logra a partir de bienes de consumo. Esto desarticula lo que pueda haber de transformador en el feminismo de base más estructural y anti-capitalista. Nuevamente se visibiliza una lectura desde el individualismo metodológico (Follari, 2000) donde prima la libertad individual para tomar decisiones –como en el caso de evitar ser agredidas sexualmente o evitar ser catalogadas como tierrosas- obviando el peso del contexto socio-histórico.

Parte del fallo, retomando lo concluido por McCracken (1988) cuando se habló del punk, es que cuando se construyen los movimientos a partir de posturas estéticas –que le pasa al punk y al hippie pero que también le puede pasar al movimiento LGBTIQ, por poner un ejemplo- es que permiten al sistema cooptar sus manifestaciones estéticas de la “diferencia” como commodities.

No es que estas manifestaciones no puedan formar parte de posturas anti-sistema. Siguiendo a Barreiro (2004) es necesario siempre evitar caer en la reducción de las mujeres a víctimas y receptoras pasivas de la normativa social, en lugar de agentes activas que bien pueden escoger o no la feminidad. Sin embargo, queda claro que la manifestación por sí sola, sin ofrecer a las personas herramientas para su interpretación, serán leídas desde los marcos de conocimiento con los que se cuenta: el patriarcado. Entonces ¿pueden Babel en el Brixton o las fiestas CAKE hablar el idioma del feminismo? A diferencia de un ladies night, que lucra con la diferencia de poder más básica sí; podrían. Podrían eventualmente hablar el idioma del feminismo, pero este no tendrá sentido si no es un lenguaje compartido. No podemos errar, como Marcabé<sup>56</sup> (Contreras Castro, 2008) al usar un idioma que nadie más entienda.

#### e. Género. Performance e identidad

##### 1. *Salir a impresionar: vestido y otras prácticas*

Son las 2:30 de la madrugada de un martes y estoy en las afueras de Calle U en la Calle de la Amargura. El bar ya encendió sus luces y detuvo la música, en señal de que la fiesta se acabó por hoy.

Afuera la mayoría somos espectadores de un ritual muy especial. En los espacios de estacionamiento de unos locales comerciales frente al bar, hombres jóvenes parquean sus automóviles modificados con escandalosas muffas y aún más escandalosos equipos de sonido. Los dueños abren las puertas de sus coches y suben el volumen de su música en una batalla por despertar a cada habitante de Montes de Oca. Mientras esto sucede, decenas de conductores de motocicletas deportivas conducen en círculo en la calle, presionando el pedal y acelerando intermitentemente, “*chillando llantas*”, como dice la gente. La multitud se agolpa para ver los autos y las motos mientras se deja tentar por el olor a carne asada que emana de alguno de los carritos que ofrecen esta última oportunidad para quitar la moncha<sup>57</sup> y bajar un poco la borrachera. El espectáculo se prolonga durante alrededor de media hora, hasta que los motociclistas empiezan a irse. Después de este ruidoso impresionar, todo es silencio.

---

<sup>56</sup> Personaje real del paisaje urbano josefino del siglo XX quien inventó su propio idioma llamado igual, “Marcabé” que, aunque bautizado por él mismo como el “esperanto de los pobres”, no era entendido por nadie más que por él solo.

<sup>57</sup> Hambre que da al fumar marihuana.

Impresionar no es un verbo ajeno al ocio nocturno. En este caso, este es llevado a una manifestación fuera del espacio del bar como tal, pero está conectado con este y su clientela. Un par de horas antes de este episodio recién narrado, dentro del bar, la situación era distinta pero con paralelismos. En lugar de autos, colonia; en lugar de motos, tenis. La salida nocturna como espacio potencial para conocer a alguien, para ligar, no es solamente un mito de la cultura popular. Fue mencionado en “Antecedentes” y comentado en numerosas ocasiones en mis entrevistas. Es por esta razón que la gente se toma en serio el proceso previo a la salida al bar, ese que permite moldear la presentación de su self frente a los demás.

“*Me gusta alistarme*”, me dice J<sub>M</sub>; “*tal vez me avisan a las 6:00 y ya a las 9:30 estoy lista*”. Ella se detiene, de repente escucha lo que acaba de decirme y ríe “*Sí, duro mucho*”. ¿Qué tanto hace J<sub>M</sub> y por qué es tan importante?

Hombres y mujeres admiten preocuparse por cómo se ven, aunque algunas más que otros. Razones diversas sustentan esta actitud, principalmente sentirse bien consigo mismos y atraer al ‘sexo opuesto’. Esto implica seguir una serie de procedimientos antes de salir, para arreglar el cuerpo de determinada manera, pero también implica un uso del cuerpo *in situ*. Es decir, esto abarca las técnicas del cuerpo del antes y el durante la salida. Todo esto será distinto para hombres y para mujeres, y en la mayoría de—sino en todas— las ocasiones, los cuerpos se esforzarán por cumplir con las expectativas que se generan no solamente según su sexo-género, sino además según su sexo-género en este espacio nocturno en particular. Lo que es lo mismo, los cuerpos intentarán encajar en el rol designado —aun cuando intenten expandir los límites de este rol— para cumplir con la puesta en escena de esta economía de los placeres de la que forman parte y que contribuyen a construir.

Los cuerpos se esfuerzan por encajar, no por transgredir, concluyo. Viendo la fila de entrada al Brixton, y analizando cómo visten quienes la componen, pienso si no estaré siendo demasiado pesimista. ¡Pero sí aquí hay gran variedad de manifestaciones del estilo personal!, pienso. Sin embargo, hace semanas me viene dando vueltas en la cabeza la idea de que esto que creemos que es la posibilidad de construir una imagen individual muy original y distintiva, es una farsa. La hostilidad frente a esta idea me la confirma una conversación con una clienta del Brixton, quien me dice que en el bar todos creen ser diferentes. Este “diferentes” querría decir “no producidos en masa”. Se es diferente porque visualmente no se es “normal”. No se es alguien cuya ropa se puede sacar del maniquí de cualquier tienda del común. Pero buscan tanto ser diferentes, me dice ella, que terminan viéndose todos iguales entre sí.



Es igual en todo lugar. Una noche en Calle U estoy sentada en el segundo piso. El bar está a medio llenar y queda todavía una mesa a unos cuantos espacios de la mía. Un grupo de hombres jóvenes sube y se dirige a ella. Uno de ellos lleva una camisa a rayas, con gorro. Yo no me hubiera detenido a ver su ropa, hasta que noto que uno de los hombres en una mesa frente a mí se la señala a su amigo. Este último lleva puesta exactamente la misma camisa. Inmediatamente, en un movimiento rapidísimo, se la quita, como queriendo que nadie note que ambos estaban usando la misma prenda de vestir. ¡Suerte que debajo de esta camisa llevaba otra!

La idea de que podemos fabricarnos como seres únicos gracias a la oferta del mercado francamente no es muy brillante. A las pruebas me remito: nuestras limitadas oportunidades para la individualidad irreplicable se evidencian en ambos bares gracias al ejercicio deductivo que permite plantear que, una noche cualquiera sin una ocasión especial que lo amerite, todos los hombres usan pantalones. Que si son de mezclilla, que si son cortos, que si son ajustados, que si son morados; todo esto es irrelevante. El cuerpo masculino en un bar usa pantalones. Es lo que se espera, es lo que se hace. Lo hace a falta de otras opciones, podría pensarse, pero entonces está la otra cara de la moneda. Frente a una oferta casi mustia para revelar el “yo interior” de los hombres, se presenta una contrastante variedad de opciones para las mujeres. Una mujer puede escoger entre falda o pantalón, zapatilla plana o zapato con tacón. Si esto es positivo, es algo que se debe analizar.

Me dice C<sub>M</sub>: *“Generalmente me aplancho el pelo y me maquillo y me pongo otra ropa, voy en jeans y una blusa bonita, en tenis o en sandalias, como más de vestir”*. M<sub>M</sub> estaría de acuerdo. Ella afirma: *“[...] entonces dedicás mucho tiempo a maquillarte, a hacerte algo natural, a planchar tu cabello, de todo, a ponerte los tacones, el jeans o los leggings que vayas a utilizar”*. Frente a este “algo natural”, J<sub>M</sub> contrasta: *“Yo más que todo salgo en jeans, con el pelo planchado, con tacones, me gusta pintarme mucho, maquillarme”*.

Me comenta un hombre brixtoniano: *“A mí me gusta ir a lugares sin código de vestimenta, pero es un buen punto no verme hecho picha”*; agrega un amigo suyo en esta entrevista grupal: *“En mi caso es no verse desastroso tal vez, pero no tanto como arreglado”*. Esta actitud un tanto desembarazada de algunos hombres contrasta con las tres horas y media que tarda J<sub>M</sub> alistándose. Quizás tenga que ver con esa actitud punk de la que me hablaron en otra entrevista sobre el Brixton, pero que bien pude corroborar en mis visitas al bar los días que no fueran de ladies night: *“el mae [que va al Brixton] se ve como más punksillo, tatuajes pero tipo diseñador”*. Noto cómo esto contrasta con lo visto en Calle U, donde fuertes colonias se combinan con las cejas marcadas, aquella

práctica ya mencionada que algunas personas en el Brixton al llamarle “sacarse las cejas” revelan que no comprenden muy bien.

Otro informante brixtoniano me dice:

*G<sub>H</sub>: Hay días que uno dice vamos al bar y yo voy como llegué del brete y así voy, como me sienta cómodo, pero por ejemplo si es con amigas, que a veces las salidas son con amigas, ahí tal vez no sé, uno sí se arregla un poco, se pone desodorante incluso (ríe).*

Esto último es de mucho valor pues refleja la importancia que tiene la mirada (¡y el olfato!) de las mujeres para el arreglo personal de los hombres. Si la salida es entre amigos la apariencia personal tiene poca importancia, pero cobra relevancia frente a mujeres, aun cuando estas son amigas y no la pareja. Esto es confirmado por S<sub>H</sub>, de Calle U, quien me comenta: “Uno trata de ese día cortarse el pelito, rasurarse o hacerse la barba, andar con camiseta de botoncitos, andar bien fresquito, con su colonia, andar lo mejor que uno tiene”. La razón de esto es que para él la salida al bar es principalmente para conocer mujeres: “[...] yo diría que es el centro de atención porque uno como soltero pues tal vez tiene ese pensamiento de ir a ver una muchacha guapa”.

No perder la oportunidad de ver una muchacha guapa es quizás la dinámica más fácil de notar en un bar. Mujeres que caminan y cabezas que giran en canon; esta es la coreografía de falaz sustrato hormonal bailada por casi todos. Los ojos descarados que pasan del pelo a las nalgas son infaltables y uno que otro cruce de miradas entre amigos no es extraño. Inclusive es posible escuchar un espontáneo “Ay, mae” o el efecto de una mujer que corta una conversación por segundos hasta que quien calló recuerda qué iba a decir. A nadie parece molestarle; ni a hombres ni a mujeres. Es una dinámica completamente naturalizada.

Durante las entrevistas las mujeres manifestaron estar conscientes del hecho de que las están mirando, sin embargo, ninguna reconoció sentirse cohibida por ello; todo lo contrario. Como me dijo una brixtoniana: “[...] sentís esas ganas de llegar al lugar y que todo el mundo se quede con la boca abierta, ¿quiénes son esas nenas?”. Una cliente de Calle U me dijo además: “Uno obviamente va para que las chicas digan ‘¿y esta?’ (haciendo gesto de envidia)”.

Siguiéndole el rastro a estos comentarios surge un elemento interesante al hablar con las mujeres de ambos bares: ellas consideran que las mujeres (no necesariamente ellas mismas) también se alistan para generar envidia entre sus congéneres. Esta opinión oscila entre “A veces hay mucha envidia entre las chicas” hasta “Yo a mi hermana le digo ‘bueno hermanita, hay que ir a

*alistarse porque hay que ir a regar veneno' (ríe)". Tiene que ver con "si aquel me está viendo más que a ti, si te va a invitar más que a mí... rivalidad entre tierrosas", según una clienta de Calle U.*

Un hombre perspicaz también lo nota: *"Yo soy muy observador y a veces veo las mujeres que están criticando a otra mujer 'ay, mirá esa mujer, qué bañaza, qué bárbara' y así entonces uno nada más se queda así como 'qué varas las de las mujeres'" .*

La mujer como objeto para mirar se constata entonces también con otras mujeres. También parece cumplirse aun cuando se es una mujer que no quiere formar parte de la dinámica. En Calle U me dice una entrevistada: *"De mi parte no porque no me interesa, digamos, o no me fijo en cómo andan ellas, pero tal vez ellas a uno sí, entonces se muerden" .*

Además, esto se da aun cuando el hombre no salga específicamente a *"refrescarse la vista" .*

Un cliente del Brixton me dice:

*AH: Yo nunca en realidad salgo con el fin de ver culos<sup>58</sup>, voy y me tomo unas birras y si pasa una güila guapa, rica, diay yo la veo obviamente 'mae, qué rica esta güila' y ya, pero no es como mi objetivo salir y ver güilas.*

El ser el centro de las miradas es reforzado por demandas que se hacen a la presentación personal y los cuerpos de las mujeres, que son precisamente las que les llevan a usar maquillaje y tacones y planchar el pelo. Mientras me comentaba qué ropa usa cuando sale, me dice una entrevistada de Calle U: *"Yo no tengo un súper cuerpo, no soy 90-60-90"*. El uso de este parámetro me toma por sorpresa. *"¿Un súper cuerpo según quién?"*, le pregunto yo. *"Por ejemplo, una chica delgada, 90-60-90"*, me responde ella, no pudiendo ubicar quién designó esas medidas como el estándar con el cual compararse.

Esta demanda por la belleza se extiende también al ámbito moral de las mujeres. La ropa al tiempo que decora, revela. A través de ella, o más bien gracias a los espacios que ella no cubre, es posible leer la disponibilidad sexual de los cuerpos. La mayor variedad de prendas del guardarropa femenino permite tomar la decisión de cubrir o no las partes llamadas "privadas". Esta decisión puede hacer una diferencia en el manejo de los límites entre los cuerpos en un bar pues parece haber una invitación que se extiende a los hombres en el momento en que estas partes privadas se hacen públicas. Queda claro que lo público es de los hombres. Esta complejidad en el código de vestimenta es algo ausente del guardarropa de un hombre, con sus simples pantalones.

---

<sup>58</sup> Culos: sinécdoque de "mujeres".

“¡Uy, ¿esa qué?, mejor fuera (sic) venido chinga!”, me dice una clienta de Calle U al comentar sobre la ropa de una mujer. Al preguntar a las mujeres entrevistadas, quienes afirman no vestirse así, por qué creen que otras mujeres sí lo hacen, todas coinciden en un punto: “*porque ellas tienen qué mostrar, o sea tienen su cuerpo*”. Sin embargo, para la mayoría, “*tener buen cuerpo*” no quiere decir que haya que mostrarlo. No es un imperativo, “*no quiere decir que tengas que enseñar tu abdomen en todo lugar*”. Se trata más bien de lograr un equilibrio entre lo que se muestra y lo que no. Un testimonio muy interesante me lo da M<sub>M</sub>:

*Yo puedo llegar súper escotada y voy aquí pum, pum, pa (centra con un gesto la atención en sus senos), entonces esta anda buscando que le den. Como dice mi hermana, si yo voy mostrando pierna no muestro nada arriba, siempre hay que balancear. Pero si voy mostrando un poquito arriba no muestro nada abajo, entonces es un balance.*

Me dice otra entrevistada, al comentar por qué si ella tuviera “*un cuerpazo*” no lo enseñaría: “*Deja mucho que decir una chica así, es mejor dejarlo a la imaginación porque ¿qué se van a imaginar las personas interesadas si ya lo estás enseñando todo?*”. Esto se agrava si a la ropa que exhibe el cuerpo se le suma un mal paso: “*Si tal vez andas en una falda y te caes tal vez ya te vieron hasta el galillo... ¿qué de interesante hay ahí?*”

Lo comentado en esta última frase es importante para todas, y algunas conociéndose adoptan entonces para esto del vestir una postura más pragmática. Por ejemplo, si se sale a tomar mucho, no se usa vestido o enagua. Esto es común escucharlo. “*Yo termino más borracha, entonces yo digo aquí me ven todo, entonces digo yo, ‘no, si yo me considero y me conozco, mejor no’, mejor me quedo con mi pantalón*”.

Un punto que no fue para nada común fue el de quienes no juzgaron a quienes “*andan casi chingas*”. En este caso, J<sub>M</sub>, clienta de Calle U, me habla sobre sus amigas:

*A ellas les han dicho, tal vez un mae ‘Uy mae, qué rica se ve hoy’ (ríe), o tal vez le diga ‘Uy mae, ¿qué le pasó ahí?’ (ríe mientras señala la zona genital). Es que a ellas les da igual, ellas lo que hacen es reírse, ellas no dicen ‘Ay estúpido, hijueputa’ o ‘¿Qué le pasa?’; a ellas más bien como que les gusta que les digan eso, es que ¡qué no les dicen!, qué rica o qué rico se le ve eso, o qué culo o así... pero ellas felices, más si un muchacho guapo les dice eso.*

Si bien J<sub>M</sub> no se vestiría así porque, como ella dice, no quiere que la confundan con una puta, lo que sus amigas hacen no representa para ella mayor problema. El verdadero problema es que, aun cuando anden así vestidas, no logren ligarse a alguien para que les pague la fiesta: “[Les] digo yo ‘¡De qué les sirve a ustedes venir así si no se levantan ni uno! (ríe)’”. Al reír niega con la cabeza y

pone los ojos en blanco, como diciéndome “¡Qué dura es la vida de quien sí consigue las cervezas para todas!”.

## **2. El lígüe: la iniciativa, la rivalidad, la disponibilidad**

De pie al lado de la pista de baile del Brixton, miro a quienes la ocupan brincar al ritmo de la selección musical de la DJ. Es un ladies night anterior a los actuales, los de hip hop. Mirando a mi alrededor sé que no hay manera de que alguien vaya a pensar que me veo “demasiado lagarta”. Intento entonces entender cuál se supone que es mi lugar, como mujer, en la dinámica propuesta, donde la interacción está lubricada por el alcohol y otras sustancias. Mientras lo pienso, me siento demasiado consciente de mí misma allí de pie y decido moverme a un sillón cerca de la entrada. Se me acercan una muchacha y su amigo, desconocidos para mí; se sientan conmigo en el sillón. Él, un hombre homosexual de menos de 20 años, está extático de estar en este bar. Baila, canta y se toma selfies. Ella, heterosexual de la misma edad, y en estado de ebriedad incipiente, me comenta entre risas que ambos están en una misión por conocer a alguien, por ligar. Si bien no pude dar fe de su éxito, su historia me pareció de lo más común.

Ligar es algo que hombres y mujeres salen a hacer a un bar. No es solamente que el espacio lo permite. Es más bien que hay un acuerdo tácito entre el bar y su clientela. Es el bar capitalizando eso que me dijo un entrevistado: *“Todo es sexoso en el mundo; en House of Cards, Frank Underwood<sup>59</sup> dice que absolutamente toda acción en el mundo tiene que ver con sexo”*.

Lo que Frank Underwood (Willimón, 2014) dice es: *“Todo tiene que ver con sexo excepto el sexo. El sexo tiene que ver con poder”*, frase que se atribuye a Oscar Wilde. Algo de razón tiene el personaje de ficción. No en vano los bares organizan ladies nights y otros eventos para promover la presencia de mujeres que al consumir licor gratis promoverán, a su vez, la presencia de aquellos a quienes no importará pagar su entrada y su consumo con tal de ver a las primeras ebrias. El bar propone la división sexual del ocio y la gente entonces va predispuesta a ello.

Miradas coquetas y sonrisas llenas de picardía vienen y van. Esto se da al tiempo que se hace a una evaluación de la disponibilidad y el interés potenciales del otro o la otra. Una evaluación rapidísima. Es un intercambio de códigos sutiles, casi imperceptibles.

---

<sup>59</sup> House of Cards es un drama estadounidense en el cual el personaje principal, Frank Underwood, un político de Washington, hace lo que sea necesario para conseguir lo que se propone.

En la barra del patio trasero del Brixton una chica siente que un grupo de muchachos la mira y sonríe para sí misma, pero también un poco para ellos, pasándose la mano por el pelo. Mientras tanto, un grupo de cuatro hombres jóvenes está justo en este momento conociendo a dos muchachas bastante ebrias que preguntan si alguno *“tiene un blanco<sup>60</sup> que [les] regalen”*. Afuera, donde la gente se puede fumar esos “blancos”<sup>61</sup>, una que otra gringa conoce a uno que otro tico. De nuevo adentro, en la pista de baile una chica se gira mientras baila para llamar la atención de un muchacho que pasa a su lado mientras un hombre le pregunta a una mujer: *“¿Imperial?”*, antes de ir a comprar cerveza para ambos.

Invitar a un trago debe ser uno de los indicadores más claros de ligue. Entre menos se conozca a la persona, más probabilidades hay de que así sea. Casi siempre quien invita es el hombre a la mujer. La postura de las mujeres frente al dejarse invitar a un trago es sumamente interesante, pues hay puntos de vista distintos, dependiendo de la mujer. Está quien considera que es una muestra de debilidad el que un hombre invite a los tragos. Mucho peor si no invita solamente a una cerveza sino a todas las cervezas de la noche. El inconveniente es que, en el entendido de que en el bar se puede conocer a un chico, si se establece la dinámica en la cual él invita, puede surgir un problema: el chico puede entender que si se aceptan los tragos se dará algo a cambio. Es decir, se puede estar enviando el mensaje de que se quiere ir más allá de solamente entablar una conversación. Además, para algunas, sin importar las intenciones del hombre, comprar los propios tragos es sinónimo de autonomía: *“Veo chicas de mi misma edad en la barra, esperando que alguien las invite; ¿qué hace esa chica, por qué no trabaja?, ¿por qué no te compras lo tuyo? Me ves a mí y iyo me compro lo mío!”*, me dice una M<sub>M</sub> indignada.

J<sub>M</sub>, clienta de Calle U, y su grupo de amigas conocen perfectamente esta mecánica que M<sub>M</sub> y otras adversan. Ella admite bailar y coquetear con hombres para ver si logra sacarles una cerveza. Esto quiere decir que, al menos ella, no sale con intención de ligar por un interés romántico o sexual. Ella sabe que los hombres quieren sexo y sabe que creen que las mujeres ebrias son más fáciles; sin embargo, y quizás lo más importante de todo, sabe que con ella no será así. Es de esta manera que

---

<sup>60</sup> Cigarro

<sup>61</sup> Desde que entró en vigencia la Ley General de Control del Tabaco y sus efectos nocivos en la salud, en 2012, es prohibido fumar dentro de un bar lo que ha hecho, según me comentan algunas personas fumadoras, que se fume menos debido a la “pereza” que da salir a hacerlo a la acera del frente.

ella logra encontrar a un hombre iluso que, pensando que más tarde podrá tener sexo, la invitará a ella y a sus amigas a “la fiesta” toda la noche:

*Ellos primero empiezan mandándome una birra, después yo le pregunté al muchacho que me la trajo ‘¿Quién es?’ y ‘Es aquel’ y obviamente que me la tengo que tomar, entonces como él vio que yo se la acepté (sic) llegó y terminó pagándome la fiesta, entonces digo yo ‘Este es un paganini’<sup>62</sup> (ríe). Obvio, cuando salgo y veo un paganini en una fiesta... ¡salado! (ríe), es que, vieras usted. Bueno, a mí me han salido varios que me invitan y... terminan pagando la fiesta hasta el amanecer y ya uno queda hasta el culo y... ya nos desaparecimos nosotras.*

Para M<sub>M</sub> esto es terrible. Ella compara:

*Vos entrás a un bar, ves a dos chicas, una se pide un daiquirí de fresa, lo paga, vos ves que pasa tarjetazo, pero ahí a la par hay una chica que la ves con un trago de la barra [libre], la ves hablando con un maecillo, la mae se ve que no produce, que tal vez no trabaja, entonces ahí vos haces la balanza... de mmm, estas chicas se ve que vienen por lo de ellas, y esta se nota que viene por otro tipo de cosa.*

J<sub>M</sub> y M<sub>M</sub> tienen posturas antagónicas, aunque visitan el mismo bar. Por ejemplo, para M<sub>M</sub> parte del detonante de conocer gente nueva es superar un desamor. Una chica que acaba de terminar con su novio debe pasarla bien y compartir en redes sociales las pruebas de que la pasó bien: “[...] entonces los selfies y para que aquel me vea me etiquetan [...] ‘Me tienes que etiquetar porque me tiene que ver aquel’ (lo dice como hablando con sus amigas)”.

Como si hubiera escuchado este comentario, J<sub>M</sub> en su entrevista me dice:

*[Hay güilas que] lo que quieren es ir donde hay un ex de ellas o un muchacho que está ahí porque les gusta, la mayoría son así, ‘Vamos a tal lado porque ahí está aquel’, así son ellas, pero a mí no, a mí mientras que haiga (sic) guaro, yo voy (ríe).*

Esto la ha llevado a discutir con sus amigas, quienes a veces se sienten incómodas con alguno de los paganinis. Hombres que se molestan cuando ellas no hacen lo que ellos quieren, hombres que insisten en ir a un lugar aunque ellas ya hayan dicho que no varias veces, sobre todo hombres que salen con el comentario “Vamos a ir ahí porque yo las estoy invitando”. Me dice J<sub>M</sub>: “A ellas no les gusta eso, pero al menos yo, yo digo yo voy donde sea mientras que tome”.

J<sub>M</sub> tiene claro lo que quiere. Sin embargo, me queda la duda de qué tipo de hombre le atrae a ella, más allá de la dinámica de las cervezas. “¡Ah, no, chata no!”, me dice ella muy enfática, “pero

<sup>62</sup> Paganini: hombre que pagará lo que ella y sus amigas quieran tomar.

*tampoco de vestir*" cierra ella, indicando con esto que los hombres elegantes tampoco son sus favoritos: "que sean machitos y blancos, morenos no me gustan; mulatos sí, morenos no [...]". Más adelante continúa con su descripción: "Primero que huelan rico, segundo que yo diga uy sí, qué muchacho más aseado, qué guapo". Otras opiniones en Calle U sobre lo que caracteriza al atractivo buscado fueron que usara camisa de cuadros y que no usara zapatos de vestir. En Brixton no hubo mayor problema al respecto. Una despreocupada C<sub>M</sub> me confiesa que dado que está oscuro, ella cree que nadie se fija mucho en los detalles: "[...] usted no puede decir, los tiene en una fila y puede decir 'ok, voy a escoger a este, a este no lo voy a escoger'". Para W<sub>M</sub> no importa, no hay un estereotipo o preferencia.

En el caso de los hombres, la aspiración fue en todos los casos una mujer que estudie, que tenga metas. Calle U es considerado por su clientela (ya sabemos que no por la administración) como un espacio privilegiado por estar cerca de varias universidades, por lo que es percibido como un lugar donde llegan jóvenes universitarias: "Ya uno sabe que tienen un futuro", me dice I<sub>H</sub>. S<sub>H</sub> está de acuerdo: "uno busca una mujer que estudie, que tenga una visión a futuro entonces una mujer así, como que ya una universitaria piensa en metas y en lo que quiere". En Brixton se coincidió con esto: "[...] maes educadas [porque] entonces hacemos click", me dijo un cliente que no va los martes de ladies nights.

Mientras tanto, fuera de los mundos de estas personas entrevistadas la dinámica del ligue continúa. Una noche en Calle U, dos mujeres entran al bar y de inmediato la disposición corporal y la actitud de un grupo de muchachos sentados cerca de la entrada cambian. Es como si de repente se hubieran prendido alertas a base de cafeína. Unos minutos después entra al bar un extranjero, alto y rubio. Él las busca y se sienta con ellas. La decepción en las caras de los muchachos del grupo es evidente, pero rápidamente se reponen. Fingiendo indiferencia ellos bailan y se carcajean, adoptando un talante más bien triunfador que parece compensar un rechazo que realmente no fue tal.

Durante un rato el extranjero hace valientes esfuerzos por bailar salsa con una de las chicas. Los muchachos del grupo se ríen a expensas suyas y le imitan. Uno de ellos inclusive se acerca un poco mientras baila solo y, como todo un fante, hace alarde de sus dotes de bailarín mientras el otro ser humano batalla con sus dos pies izquierdos. Pasado un rato la muchacha que ha quedado sola se les acerca. Bailan y conversan pero luego ella se va. Minutos después veo que ella, desde su mesa, le hace un gesto con la mano a uno de los chicos; le está indicando un "cuatro" con los dedos.



Él camina hacia ella y juntos salen del bar. A mí me acompaña ese día un amigo quien suele ir al Brixton. Él me dice: *“Compartir drogas es una buena manera de ligar; en Brixton es igual solo que no con marihuana”*. La pareja de recién conocidos regresa pasado un rato; supongo que ya se habrán fumado algo de los cuatro mil colones de marihuana que acaban de comprar.

A pesar de mi impresión de que solo fueron a fumar, la verdad es que pudieron haber hecho cualquier cosa. El DJ de Brixton a quien entrevisté me dice: *“Como que más pellizcadas las chiquillas ahora, a lo que vamos, ‘Mae, tomémonos algo y si hay que irnos, nos vamos a un motel’... no todas, pero sí”*.

Igualmente hay una idea generalizada entre todas las mujeres entrevistadas de que cualquier hombre es un lagarto potencial. Se escucha en todas las entrevistas comentarios del tipo *“Así son los hombres”*. Es decir, hay una visión estereotipada de lo que en esta especie de juego que se propone en un bar corresponde hacer a los hombres y a las mujeres; no como lo correcto, sino como lo natural. Esta visión repetida de hombres que tienen la inclinación innata por ligar y por querer siempre *“pegarle los besos a una güilla”*, se acompaña de otra idea generalizada. Esta idea no es solamente la de una heteronormatividad no cuestionada, sino además tradicional. Esto no es redundante, aunque así parezca. La heteronormatividad no siempre es tradicional y encuentra nuevas manifestaciones, por ejemplo, en la muy común puesta en escena en ambos bares de conductas lésbicas. Esto es, mujeres repellando, bailando muy de cerca y haciendo derroche de conductas que saben que son consideradas sensuales y atractivas por el hombre promedio, como se explicó en la investigación de Wilkins (2004) sobre bares góticos. Además, con esto de la heteronormatividad tradicional quiero decir que existe la representación, por un lado, de que el bar es un lugar de liberación de las cadenas de la vida común y, por el otro, la idea de que estas cadenas en términos de relaciones tienen que ver con la vida en pareja, la monogamia y la sexualidad convencional.

Con respecto a esto último, en Calle U el mensaje que pone en abierta confrontación las asociaciones pareja-grillete-aburrimiento y soltería-libertad-diversión tiene un defensor acérrimo: el animador. Probablemente sin darse cuenta de lo que hace, este vocero de la heterosexualidad normativa se desgalilla desde su púlpito etílico predicando con palabras del Evangelio según RD Maravilla. *“De que te lo hundo, te lo hundo”* corea el animador con sencilla precisión, redoblándole así el volumen a la voz y al mensaje del reggaetonero panameño. Los feligreses ríen sus gracias y nadie muestra disgusto. Me siento como la única apóstata de esta religión.

Antes, sin importar si era lunes o viernes, el animador predicaba; hoy ya sabemos que por un asunto de “limpieza de imagen” lo han relegado a los fines de semana. Esto no es óbice para contar con un sinnúmero de ejemplos interesantes de sus intervenciones.

Un miércoles, que dos bailarinas en vistosos y diminutos trajes suben a bailar a la barra, al poco tiempo de haber empezado ellas su presentación, el animador dispara: “¿Ya te regaste<sup>63</sup>?”. Lejos de la barra un grupo de mujeres baila de manera sexualmente explícita, apelando a esas imágenes lésbicas ya mencionadas. Mi impresión es que se sienten amenazadas por las bailarinas de la barra y quieren compensar la pérdida de la atención de los hombres en el bar. Mientras tanto el animador grita: “¡Que vivan la soltería y el sexo sin compromiso!”, frase esta que encierra una visión muy clara de lo que se considera normal: por un lado, el sexo implica compromiso, y por el otro, las relaciones de pareja son un compromiso supuestamente no deseable. La clientela le responde el grito con uno de aprobación, mientras algunas personas levantan sus brazos celebrando el comentario.

El animador continúa cantando: “Lo quieres pero no te atreves”. También corea: “Ella quiere que la preñe por ahí [...] Voltéate y agáchate”. Otro día, él confirma que el fuerte del bar es la música latina, pues dice: “House<sup>64</sup>... hoy con una nota diferente”. Dado que no tiene qué corear, pues es música electrónica instrumental, da rienda suelta a su creatividad y propone un brindis bastante complejo: “Por quien vive sin nadie, solo con dios”.

El catálogo es extenso: “Saludos a todos los hombres que hacen las horas extra a los hombres que no prometen”, a manera de burla por las mujeres que les son infieles a sus parejas pues sexualmente están insatisfechas. Otra noche la dedicatoria es “Para todos los maes que la tienen chiquitilla”, porque en un contexto patriarcal el tamaño del pene es una de las medidas de hombría más importantes. En otra ocasión afirma: “Ya terminé contigo; ahora le toca a tu hermana”, validando el uso de las mujeres solo para el placer sexual y la posibilidad de decidir sobre sus cuerpos y desecharlas como cosas usadas, sin el más mínimo problema. “Saludos a los que se portan mal y culpan al guaro”, “El que come callado, come dos veces” o “Un brindis a todos lo que hacen las cosas bien” se refieren, en distintos momentos, de nuevo a la infidelidad.

---

<sup>63</sup> Eyaculaste

<sup>64</sup> Estilo de música electrónica

En la entrevista grupal que hice a cuatro brixtonianos, ellos reconocen que ven a Calle U como un bar “para ligar”; uno de ellos añade: “es la gente de Calle U y Xcape [otro bar cercano] y esos, que ahí sí van con ese propósito”. “[En] los bares de La Amargura yo me imagino esas varas”, dice otro. ¿Y en el Brixton?, les pregunto yo. “Brixton también aplicaría”, me responde uno de ellos borrando entonces la diferencia entre “esos” bares y “este” bar. La razón de esta respuesta un poco nebulosa sea quizás esta afirmación: “Ninguno de nosotros es el perfil ligador digamos, de ir y conocer a alguien”. Para ellos esa intención de salir a conocer muchachas no es algo cercano a su experiencia en un bar, incluido el Brixton. Esto no ha impedido que conozcan a algunas.

Mientras me relatan la aventura de una noche que terminaron en un bar gay (Babel, casualmente), uno de ellos me explica la causa: “Fue que conocimos unas chavalas”. ¡Ah, pero sí conocieron unas chavalas!, les digo yo. Todos ríen y proceden casi a excusarse:

*Eran unas borrachinas porque estábamos con birra afuera y entonces una chavala llegó y nos pidió birra y entonces ‘Diay, sí’ y entonces ya se quedó hablando con nosotros y ahí fue, y en el taxi fue donde nos dijo el mae [el taxista] ‘Mae, ¿ustedes saben qué es Babel?’, nosotros ‘Mae, no’, y nos dijo, pero igual fuimos.*

Esta experiencia no habitual en este grupo difiere más bien de lo relatado por H<sub>H</sub>, quien admite, sin jactarse, que ligar no le es difícil gracias a una mezcla entre su personalidad abierta a conocer gente y el hecho de ser DJ en Brixton. Para él es fácil conocer muchachas: “Al principio yo ponía música ahí y llegaba a escribirme el número una mae, una sueca, este es mi número yo soy F y hablando, ‘¿Usted es arquitecto?’... todas me salen con lo mismo”; esto último lo dice como riendo por la falta de creatividad de las mujeres quienes muchas veces fingen interés en su profesión como estrategia para ligar. “Los sábados estoy yo [de DJ] y estoy soltero (ríe)” me dice indicando que todavía le escriben el número, “el ride<sup>65</sup> normal como ‘Diay, cómo estás, tomémos algo’, diay, para eso es el bar”.

Los martes, según la clientela, son el día para ligar en Brixton. Según las observaciones definitivamente la gente sale a ligar. “Es muy para vacilar”, afirma C<sub>M</sub> quien continúa:

*porque le llegan hombres y uno dice ‘está horrible, pero bueno, bailemos’ [...] y ya y pasó, y todo bien. Siento que ese bar es mucho como para ir a ligar, entonces la gente es muy apuntada... me ha pasado a mí, le ha pasado a amigas, se besan, no saben ni el nombre del mae, media vuelta y se fue.*

---

<sup>65</sup> Literalmente “el viaje” normal; la situación normal.

La ventaja para C<sub>M</sub> y sus amigas es que el ambiente permite conocer gente y no establecer compromisos. Es decir, no hay necesidad de intercambiar números o de decir *“mañana vamos a hablar de lo que pasó”*. No se necesita, *“no es algo muy para siempre; usted ahí va, conoce gente, lo que sea, y se acabó”*.

Dado que la dinámica que C<sub>M</sub> plantea en Brixton se da durante el ladies night, los hombres no tienen la posibilidad de usar el invitar a un trago como método para ligar. Es por esto que este día particularmente el baile es la manera de hacerlo:

*C<sub>M</sub>: (ríe mucho) usted está aquí, está bailando (se levanta y empieza a bailar) y está en círculo con los amigos entonces ya, está bailando (pide a su amiga L que se levante) y de pronto no sé, usted siente donde le están haciendo así como por atrás, (ríe mientras se acerca a L por detrás, bailando), se le acercan por atrás y empiezan como a bailar con usted [...] y si usted quiere baila y si no, no. También, yo lo que hago, bueno una vez, bueno generalmente, bueno realmente casi siempre lo que hago es que cuando pasa alguien como darle bola como ‘eh eh eh’ (baila con quienes hipotéticamente pasan a su lado) y ya se queda un rato y ya luego se va y así.*

Para S<sub>H</sub> en Calle U eso de ligar *“depende de cada persona, al menos yo no soy así muy labioso [...] hay hombres tan labiosos que sí lo logran.... sí se van, como dicen ellos, con el trofeo ahí”*. Para él lo importante de su propia personalidad es que es muy amigable; él considera que hace amigos rápido y a lo largo de la entrevista enfatiza que no tiene problema si son hombres o mujeres, aunque tiene cautela de no enviar un mensaje errado a los primeros, dado que él es heterosexual. Inclusive llega a incorporar en su relato las expectativas con respecto a las mujeres, en una serie de afirmaciones muy interesantes que dan cuenta de la presión a la que estas son sometidas, que en parte explican aquel 90-60-90 del apartado anterior:

*Si llega una gordita yo le hablaría lo normal ‘Hola, ¿cómo estás?’ y podemos hacer una linda amistad y todo... tal vez no es lo que uno ande buscando pero uno no va a despreciar a esa persona o tal vez no hablarle o para no hacerla sentir mal.*

A pesar de considerarse no labioso, o más bien contrario a esta afirmación, S<sub>H</sub> me comenta que él considera que todos los hombres *“andan de perros”*. *“Todos los hombres andan viendo a ver qué coronan”*, me dice; *“bueno al menos yo no me voy a quitar el tiro, no voy a decir que soy un santo, porque no”*, culmina. Con esto aclarado me pone en escena un corto intercambio para conocer muchachas que sí le atraen: *“Hola, mucho gusto, ¿quieres bailar? Sí, claro, ¿quieres una cerveza?”*. Es aquí que podemos regresar al punto donde las mujeres deciden si se dejan invitar o no.

J<sub>M</sub> me enumera, además de la estrategia de invitar a una cerveza, qué otras cosas hacen los hombres en Calle U por conocerlas a ella y a sus amigas: *“Está lo de la birra o repellar o que le manden a pedir el número con un amigo”*. S<sub>H</sub> no está de acuerdo con esto último, aunque son entrevistas aparte pero para el mismo bar. Él me cuenta que aunque las mujeres sí llegan donde él está con el mensaje *“Hola, que dice mi amiga que está muy guapo, que si le manda el número y si quieren hablar”*, esto no puede ser así para el caso de los hombres. *“Uno tiene que ser bien macho, tiene que jugársela como los grandes porque si no van a decir ¡pero qué mae más bañazo! [...] es un guineo<sup>66</sup>”*.

J<sub>M</sub> en cambio me da tres o cuatro ejemplos en que muchachos llegan como mensajeros a pedir su número o el de alguna de sus amigas. Sobre estas últimas, *“hay unas que, llegan ahí y de una vez un beso, se los apretan<sup>67</sup>, es que (ríe) son terribles, vieras”*.

Si cuando conocen muchachos todo sale bien, ellos terminarán invitándolas. Pero una vez terminada la noche en el bar, el *“desmadre”* puede continuar. Si los muchachos tienen carro ellos se ponen a fumar marihuana o se van todos y todas para el mirador, un lugar arriba en las montañas de un barrio del Sur. En el mirador se sigue tomando licor y las amigas continúan *apretando* con los muchachos. En alguna ocasión alguna de ellas dice: *“Ay güilas, sálgasen (sic) del carro, déjemen (sic) intimidarme (sic) con él”*. Todas atienden la solicitud y salen del carro mientras la pareja de recién conocidos *“tiene relaciones”*. *“Nunca yo he ido ahí a tener relaciones, así no, ellas sí”*, me aclara J<sub>M</sub>.

Nuevamente, contrario a esto, M<sub>M</sub> me comenta que para ella llegar a tener una relación coital necesita que haya amor de por medio. Ella confiesa sorprenderse de que las chicas se presten para eso: *“los hombres se sabe que sí, pero las chicas...”*. Para ella, parte del problema con esta cultura del ligue es que no tiene filtro; se puede atraer a gente que no vale la pena. Nuevamente ella me describe un panorama en el cual ella está con su hermana con un cocktail en Calle U:

*Entonces así era como yo me visualizaba con mi hermana, porque mi hermana y yo estábamos con aquellas copas de piña colada y vos ahí entonces... vos atraes al tipo de persona que quieres. Tal vez esa mae va a atraer a maecillos que ni siquiera tienen un trabajo, que se la tiran en la esquina de sus hogares [...] en cambio si ves a [estas] dos chicas solas vas a atraer a universitarios, a gente del mismo ambiente que vos.*

<sup>66</sup> El guineo es dos veces figura literaria. Por su forma fálica se refiere al pene, y por referirse al pene se usa para denominar a un hombre homosexual.

<sup>67</sup> Apretar: besar a alguien

Es interesante que ella comente esto último sobre el ambiente pues ella no es universitaria. Para M<sub>M</sub> es importante no tanto el hecho de serlo como de que tiene esa aspiración y de que no se siente parte de un grupo de personas que, según su propia definición, no son productivas y poco aportan al mundo. Al ella poner la fachada del cocktail se asume como mujer de un tipo particular de aspiraciones que evitará que cierta clase de hombre se le acerque a hacer intentos de ligue. Como ella misma menciona después, ella tiene el control. En este sentido, queda claro que el lenguaje corporal es muy importante.

El lenguaje corporal dice mucho, me dice K<sub>M</sub> (Calle U); sonreír, sobre todo. Pero yo considero que estos códigos a veces son tan ambiguos que pueden dar pie a una equivocación:

*SQ: pero puede haber mala interpretación, puede ser que vos solo la estás pasando súper bien y el otro pensó que era con él, ¿no?*

*K<sub>M</sub>: (ríe) ¡Total! A veces uno se imagina cosas (ríe mucho)*

Al preguntar sobre las estrategias para rechazar la incursión de alguien no deseado, las respuestas nuevamente varían. “¡Qué vergüenza! Me daría mucha vergüenza ajena primero que nada, pero lo rechazaría (lo dice con tono de mucha congoja)”; “Inmediatamente invento cualquier cosa, tengo novio o no sé, pero si yo no quiero no me siento cómoda jamás”; “Yo pues trato de llegar a ignorar, me hago la maje... por ejemplo ahí me está llamando y yo me hago la maje como que no es conmigo”; “Si estás con una amiga entre las dos hablamos y nos vamos por allá o nos vamos con un amigo”; “No sabes cómo actuar: si digo que sí, si digo que no, me voy, qué hago, me río, me enojo o hago de cuentas que no vi esto”. Ante estas estrategias, S<sub>H</sub> afirma: “[...] si ya uno siente el desprecio mejor váyase, para no caer mal”.

Las técnicas son diversas y casi siempre recurren al engaño. Ninguna de mis entrevistadas consideró el rechazo frontal como una opción. Todas dijeron valerse de pequeñas artimañas para ignorar o evadir, aunque como se ve en el último testimonio, puede haber duda.

Para algunas, de todas maneras, no se sale para conocer hombres. Me dice M<sub>M</sub>: “Las mujeres no necesitamos de un hombre para poder salir, o sea, yo no necesito disponer del tiempo ni del dinero de un hombre para poder salir o para poder comerme algo o para poder tomarme la galaxia si quiero”. Agrega W<sub>M</sub> en su entrevista: “Yo elijo con quién quiero hablar, no vos elegís hablar conmigo, no, yo elijo como mujer hablar con aquel porque me llama la atención”.

Le pregunto a J<sub>M</sub> si ella diría que no a algún muchacho que la invitara a una cerveza. Ella francamente me responde: *“No [...] no ha habido ni uno que yo le niegue”*. Meditando sobre la importancia de poder tomar licor en el bar y conocer muchachos para lograrlo, J<sub>M</sub> me comparte una conclusión a la que ha llegado hace rato ya, para que la dinámica del paganini rinda frutos: *“Lo más importante en esta vida de salir y conocer a un muchacho, bueno, yo siempre lo he dicho, es no enamorarse”*, porque al final el “paganini” es solo eso. Hablando sobre una mujer empoderada, concluye J<sub>M</sub>: *“Si yo me siento con plata, yo me siento en un bar y aunque me vuelvan a ver o me echen el cuento<sup>68</sup> yo digo ay no, de por sí ando plata, pa’ qué le voy a echar el cuento”*.

### 3. La homosexualidad

La naturalidad con la que algunas de las personas a quienes entrevisté abordaron el tema del ligue con el “sexo opuesto” me llevó a querer indagar más acerca de qué sucede con el “sexo no-opuesto”.

Mis observaciones y diarios de campo, mis informantes más casuales y mis entrevistas a profundidad me confirmaron un ambiente de bastante apertura y respeto por la diversidad sexual, dentro de lo posible en una oferta de ocio dirigida a explotar la heteronormatividad. Las personas entrevistadas se tomaron siempre el asunto con mucha naturalidad. Considero que en nada influyó para ello la llamada deseabilidad social, tan común en un entorno de entrevista. Tal vez quien comía ansias era yo, pensando qué hacer en ocasión de toparme con una opinión homofóbica. No fue nunca el caso; la verdad es que el tema fue abordado como cualquier otro.

En mis largas conversaciones con las personas, la homosexualidad no se problematiza mucho. Existe y ya. Doce de las trece personas entrevistadas comentaron tener amistades o parientes homosexuales y quizás esto contribuye a que se naturalice y no se polemice mucho al respecto. La persona número trece es, él mismo, un hombre homosexual.

Mujeres y hombres consideran que sus bares respectivos son espacios tolerantes y respetuosos de la orientación sexual. Para el caso del Brixton se comenta varias veces que más que respetar la homosexualidad, es un asunto con el cual *“no se meten”*. Como me dijo el DJ: *“La imagen de Brixton [es la de] un bar [al] que no le importa”*.

---

<sup>68</sup> Echar el cuento es sinónimo de ligar.

En mis observaciones corroboré esto para ambos espacios, principalmente en el caso de la homosexualidad masculina, que es la más problemática por amenazar el poder que se considera innato a los hombres. Hombres con andar y manierismos afeminados sobresalen en medio de una multitud de otros hombres que podrían ser definidos con el adjetivo “masculinos”. Entiendo perfectamente que esta observación de ninguna manera implica que estos hombres sean homosexuales; sin embargo, es importante el solo hecho de que haya cabida para hombres cuyo cuerpo manifiesta técnicas distintas a las técnicas del cuerpo masculinas, tradicionalmente requeridas. Cabe mencionar, eso sí, que esto es algo que se ve con mayor frecuencia en Brixton, pero que aun así se ve en Calle U.

A pesar de esta apertura propia de los bares, queda siempre la necesidad de manifestar que no se está o no se frecuenta un bar gay. Esto es importante para los dueños y para la clientela, pues la dinámica en el bar cambiaría completamente. Esto quiere decir que se entiende que la sexualidad es un asunto privado que hay que respetar, pero en un mundo predominantemente heterosexual hasta los espacios de tolerancia tienen un límite. Existe un umbral para cada bar, umbral muy subjetivo, de lo que las parejas homosexuales tienen permitido hacer en términos de manifestaciones públicas de afecto. “*Para eso hay bares específicos para ellos: La Avispa, Bochinche, Puchos...*”, me dice M<sub>M</sub>, no queriendo indicar que deberían irse porque ella tenga problema, sino porque ella considera que los hombres homosexuales la tienen difícil en un bar heterosexual como Calle U: “*El tema de la homosexualidad en los hombres pues es un poco más difícil, siento que por el tabú [los demás] lo ven mucho más bizarro*”, completa. S<sub>H</sub> confirma esta postura: “*Tal vez hay otros bares donde ellos se identifican más*”.

Es posible ver entonces que la vida nocturna para la clientela homosexual se desarrolla con algún rango de maniobra en estos bares, pero para la total libertad están otros espacios alejados del pudor heterosexual. A pesar de esto, mis entrevistas me dejaron con la idea de que había topado con un grupo de personas particular. De repente su apertura cobra sentido cuando la sitúo en el contexto de las entrevistas como tales: la mayoría de estas personas eran completamente desconocidas para mí, y aun así accedieron a concederme más de una hora de su tiempo para hablar del bar donde suelen salir. Recordando las veces que dije a alguien, al hablar de esta investigación: “*Me he topado con personas muy buena gente*”, hago una correlación espuria de por qué estas personas insisten en que para ellos y ellas la homosexualidad está bien, pero que comprenden por qué las personas homosexuales querrían irse a otro bar. Ellos y ellas –con su capacidad para abrirse



a una completa desconocida- son solamente una cara de la moneda; la otra cara la pone la homofobia, propagada por todas esas personas a quienes lamentablemente no logré entrevistar. Quizás algunos y algunas fueron de esas personas quienes rechazaron mi solicitud de entrevista. En el mejor de los casos, puede ser que no les entrevisté porque no son muchas. En el peor, son muchas pero si quieren salir a estos bares deben hacer lo políticamente correcto y seguir las reglas implícitas: donde fueres, haz lo que vieres.

Aun así, en las entrevistas surge lo que podría considerarse cierto grado de ansiedad frente al ligue homosexual. No es una actitud abiertamente hostil, sino más bien como una incomodidad del tipo “yo no soy así”. Por ejemplo, todas las personas entrevistadas comentaron que parte de la salida nocturna implica conocer gente nueva. Para los hombres esto también incluye a otros hombres, pero hay señales que se leen o que se envían para asegurar que se evitará ser objeto de ligue homosexual. *“Eso se echa de ver en la personalidad de las personas, ya si uno ve que le salen con ojitos y todo entonces ya uno dice ‘ah no, este mae anda en otro plan’”*, me dice O<sub>H</sub>. Una buena estrategia es hacer una declaración heterosexual al conocerse: *“Qué mae, pura vida, mae esa muchacha está guapa, ¿verdad? Sí, claro”* entonces uno empieza ahí a hablarse”, como me comparte S<sub>H</sub>. Eso inmediatamente lanza la señal “soy heterosexual”.

Parte de la ansiedad tiene que ver con que personas abiertamente homosexuales pueden confundir y alejar a potenciales ligues heterosexuales; como me dijeron, *“matar el lance”*. Está por ejemplo el comentario de S<sub>H</sub>, cuando le pregunto si bailarían salsa con un amigo: *“No, no, dios guarde, ahí dirían esos maes, qué maes más raros”*.

J<sub>M</sub> lo explica de la siguiente manera:

*Tengo una amiga que es lesbiana, y esa amiga, tenemos un trato, yo se lo he dicho, si usted es así tenemos un trato como simplemente amigas y nada más, no quiero que sea un trato de que usted me ande abrazando porque usted es lesbiana y van a pensar que yo también.*

Para J<sub>M</sub> el trato es muy importante porque del poder ligarse a un muchacho en la noche depende el que ella y todas sus amigas puedan *“pegarse una buena fiesta”*.

El joven homosexual que entrevisté, cliente del Brixton, entiende esta dinámica y la interioriza más bien privilegiando en su discurso el poder heterosexual. Él comenta que es habitual que las personas tengan problemas con los gays, incluso gente del staff que trata de ocultarlo porque es un bar “de mente abierta”, pero comenta también *“[hay personas que] no tienen miedo de pegarme un abrazo”*. Es en este último comentario que se evidencia cómo él, al validar a quienes

le abrazan como “personas sin miedo”, se ha construido desde la heteronormatividad como “lo amenazante”, algo violento y quizás tan interiorizado que no se mira así.

“En Brixton yo he visto playos”, me dice T<sub>H</sub>. Su amigo, en esta entrevista grupal, abre a continuación un intercambio sobre un episodio en otro bar:

G<sub>H</sub>: ¡A mí una vez me tocaron el culo en AC! (ríen), una o dos veces (ríen)

T<sub>H</sub>: fue Pechitos (ríen). Pechitos es un mae

G<sub>H</sub>: es un playo

T<sub>H</sub>: un playo que llega ahí y que le tira<sup>69</sup> (ríen)

G<sub>H</sub>: saluda a una amiga y le dice ‘Salúdeme a su amigo’. Pechitos es el apodo porque anda con camisa que se le ven los pezoncillos (ríe) ¡y ahí uno se da cuenta de que no es mujer!

En este episodio, que sucedió en uno de los bares considerados cercanos al Brixton (en términos de estilo cultural), lo que es curioso es la ocasión para el humor. Pechitos no es amenazante; que un hombre le toque “el culo” a T<sub>H</sub> es motivo de risa. ¡Cuánta diferencia con lo que sentiría una mujer!

En esta entrevista a una persona del Brixton se me preguntó sobre cómo se aborda este tema en el otro bar, en Calle U. La sorpresa de la persona entrevistada no fue poca cuando le conté que era un bar abierto y que una vez vi una pareja de hombres bailando merengue. Esto es cierto. Una noche dos hombres muy afeminados bailaron varias piezas de merengue. No se escondieron en una esquina, no disimularon que querían bailar. Bailaron en el centro del bar, como cualquier otra pareja. La razón por la cual esto sorprendió me la da otro cliente del Brixton, quien aunque ausente de esta entrevista me dio su impresión sobre la gente que va a Calle U, que él compara con la gente que llega al ladies night el martes de hip hop: “Creo que los chatas son los más homofóbicos porque ellos rajan con la masculinidad, ‘somo’ el dembow<sup>70</sup> y toda la vara (gesticula como cantante de reggaetón)”.

Nuevamente la construcción que de Calle U hace la clientela del Brixton es relevante porque es una de las tantas manifestaciones de que en el mundo del ocio nocturno se construye un “nosotros” y un “los otros”, aunque esto último tenga algo de fundamento en las fantasías, además de la realidad. Quizás entonces mis entrevistados se sorprenderían de escuchar a M<sub>M</sub> –cliente de

<sup>69</sup> Que busca ligar

<sup>70</sup> Género musical de la familia del rap, el reggaetón y el dancehall. Por estar en las raíces del reggaetón se escucha mucho como palabra en la letra de algunas piezas. Por ejemplo “mueve el cuerpo así, tienes que hacerlo slow, con el dembow a son del flow” de la canción Papi Chulo de la reggaetonera panameña Lorna.

Calle U- diciéndome, con respecto a la homosexualidad como un tabú que se debe romper: “¿No han visto que estamos en el siglo 21?”.

### ***Resumen del apartado y discusión***

Las secciones anteriores permiten concluir que dos elementos son centrales para la experiencia de ocio en un bar tanto para hombres como para mujeres: impresionar y ligar. La razón principal por la que las personas salen para impresionar tiene que ver con la intención de ligar. Se constata aquí nuevamente lo encontrado por Grazian (2008) para sus bares en Filadelfia, donde los hombres tienen la fantasía de que encontrarán una mujer con quien podrán tener un encuentro sexual casual y las mujeres, por su lado, fantasean con conocer a algún joven atractivo. Estas expectativas tienen consecuencias no solamente para lo que se hace dentro del bar sino además, y muy importante, con cómo se alista el cuerpo antes de llegar al bar.

Una anotación que se debe tener en cuenta es que la expectativa de impresionar a las personas del sexo opuesto no es de ninguna manera excluyente con querer sentirse bien consigo mismos; en las entrevistas se menciona esto último como una necesidad, pero la razón del alistarse siguiendo ciertos códigos que no se siguen en otros espacios de la vida cotidiana (lo que se llamó “arreglarse”) viene dada por la mirada de las otras personas.

Algo importante es que a pesar de que se menciona que el espacio de un bar es considerado como liberador (que ofrece ciertos beneficios de desinhibición y de liberación emocional [Niland, Lyons, Goodwin & Hutton, 2013; De Visser, Smith, Abraham & Wheeler, 2012] frente a otros espacios más regulados y con normativas más definidas), aquí igualmente se siguen códigos sociales que norman la manera en la que debe arreglarse el cuerpo. Siguiendo a Barthes (2003) la moda vincula una serie de significantes en un sistema por medio de normas colectivas que condicionan el uso de las prendas para determinados contextos socio-históricos. Esto implica ciertos repertorios conductuales que transforman el cuerpo para que calce dentro de ese espacio, lo que conlleva precisamente a adaptar las técnicas corporales [Mauss, 1979; Ardévol, 2009; Crossley, 2005] y la fachada personal [Goffman, 1997].

Hay de todas maneras un discurso sutil, que no fue tan evidente en las entrevistas como sí lo fue en las observaciones, con respecto al arreglo personal como medio de individuación. Siguiendo lo encontrado por van der Laan y Velthuis (2016), se debe tener cautela con el discurso del consumo-como-construcción de la individuación, principalmente en el ámbito del vestir, pues

este ha dado demasiado énfasis a lo simbólico dejando de lado elementos más simples relacionados con el uso de la ropa. En su estudio (van der Laan & Velthuis) se concluye que las escogencias de ropa de las personas responden tanto a aspectos simbólicos como funcionales, y que estos últimos a veces son ignorados por ciertas posturas posmodernas obsesionadas con la apariencia y la identidad, que consideran que cada vez que una persona se viste practica un ritual de consumo de identidades a partir del cual escoge una especie de disfraz para su vida cotidiana. Esto probó ser poco apegado a la realidad.

En las observaciones realizadas -y sobre todo tomando en cuenta el episodio del joven que se cambia la camisa rápidamente al ver a otro hombre con la misma prenda- algo se deja entrever sobre la necesidad de ser de alguna manera único. Sin embargo, se constata lo encontrado por van der Laan y Velthuis (2016) según lo cual la mayoría de las personas prefiere calzar dentro del mundo social que destacar con un vestuario demasiado vistoso, pues esto último les expondría a fuertes críticas y a la exclusión.

Simmel (1957) ya había dado cuenta hace décadas de esta tensión entre la individualidad y la imitación. De acuerdo con este pensador, la moda satisface al mismo tiempo la demanda de adaptación social y de diferenciación. La moda homogeniza dentro de un grupo, pero marca diferencias entre grupos por lo que permite aceptación y distinción. Esto es más claro si se hace referencia a las modas de las distintas clases sociales. Según Simmel, las modas de los estratos sociales más altos nunca serían iguales a las de los estratos más bajos -aunque él no vivió para ver la revolución tecnológica que ha permitido la producción acelerada de camisas caras y sus imitaciones baratas. Sin embargo, esto no es tan relevante como entender que, de acuerdo con Simmel, los estratos altos definen la moda que es reproducida por el resto de los estratos (aunque los repertorios de estos últimos no se reduzcan solamente a imitar) y en cuanto sienten que su particularidad de clase se ha desdibujado por la imitación proveniente de abajo, cambian a otra moda que les permita -por lo menos momentáneamente- distinguirse.

Es así que dos tendencias sociales son esenciales para la moda: la unión y el aislamiento. Sin uno de estos elementos, dice Simmel (1957), no hay moda. Sin embargo, hay todavía un último fenómeno, que también fue posible constatar en observaciones: hay quienes encuentran *moderno* alejarse de los estándares de la moda de su clase. Para Simmel esta es una complicación socio-psicológica muy curiosa, donde la tendencia hacia la individualidad ostentosa se da por la inversión de la imitación social que genera que quienes "odian al club" se terminen organizando ellos mismos

en otro club. Esto no hace sino reafirmar los mismos dos elementos de la moda desarrollados por este autor, ya esbozados.

Así, aunque no haya conclusiones categóricas en las entrevistas sobre si las personas prefieren la comodidad o la particularidad (ser únicos), es claro que no se contradice de ninguna manera la tensión expuesta por Simmel (1957) y el hecho de que, como se indicó en muchas ocasiones, “la ropa habla”. Nuevamente se puede hacer referencia aquí a cómo a través de la ropa se hacen lecturas sobre las personas (Goffman, 1997; McGinley, 2009; Carballo, 2001, Zúñiga, 2003; Fuentes, 2004; van der Laan & Velthuis, 2016).

Un segundo elemento que se revela en contraste con el supuesto carácter de liberación propio del espacio del bar es que además de que existe una serie de reglas para vestir o para calzar en el entorno, estas están determinadas por el género. Así, junto con esta idea más o menos generalizada de que cuando se sale a un bar se debe hacer un esfuerzo por “arreglarse”, o sea, que hay que hacer un esfuerzo por distanciarse de la manera en la que se presenta el self en la vida diaria en otros espacios (trabajo, casa, estudios), hay códigos que separan la experiencia y las normas sociales a seguir para hombres y para mujeres.

Dentro de estas reglas del vestir según el género es posible apreciar que las mujeres tienen un rango más grande de opciones para vestir. Esto no es necesariamente positivo. ¿Cuán imperfecto es el cuerpo de la mujer que hay que obligarlo –doblegarlo- a transformarse en otra cosa, en una mujer más alta, sin rizos, sin pecas o con pobladas pestañas? Pareciera que si todos los hombres usan pantalones –como se constató- es porque realmente esto carece de importancia; lo realmente importante es que las mujeres usen lo que se pone a su disposición para aumentar su valor en el mercado. Pero esto es igual en otros espacios también.

Se cumple aquí el planteamiento de Irigaray (1977) ya abordado según el cual en la escópica dominante la mujer es el objeto bonito para mirar; de ahí la exigencia de que invierta más recursos en su arreglo personal. Esto sigue también lo dicho por Bourdieu (2000) sobre cómo la mujer es objeto del sujeto-hombre, quien al acicalarse contribuye simbólicamente a aumentar el valor de este. Finalmente, también está en línea con lo expuesto por Lamas (1995) para quien las mujeres con el fin de aumentar su valor físico trabajan para preservar o aumentar este valor llevando a cabo ciertas prácticas corporales que buscan que su cuerpo se ajuste al ideal de lo femenino-atractivo.

Se constata también lo encontrado en otras investigaciones. Por ejemplo van der Laan y Velthuis (2016) se basan en amplias revisiones de Frith y Gleeson (2008); Guy y Banim (2000);

Tseëlon (1995); Wilson (1992) y Woodward (2007)- donde se concluye que las mujeres prestan más atención a su apariencia en general, que esta es una experiencia atravesada por la presión social y las inseguridades corporales y que, en comparación con las mujeres quienes se esfuerzan por revelar o esconder ciertas partes del cuerpo, las preocupaciones corporales por lo general están ausentes de las descripciones que los hombres hacen de sus prácticas de vestir.

Las exigencias distintas para los cuerpos de hombres y mujeres con respecto a su presentación personal están de alguna manera relacionadas con un tema que surgió en entrevistas y observaciones: la rivalidad entre mujeres. En las entrevistas se reconoce que hay una dinámica de competencia entre mujeres que hace que parte de su arreglo personal esté pensado para generar envidia en otras mujeres. Esta rivalidad ha sido estudiada inclusive desde la psicología evolutiva (Vaillancourt & Sharma, 2011; Vrangalova, Bukberg & Rieger, 2014; Ferguson, Muñoz, Garza & Galindo, 2014) desde donde se ha encontrado que las mujeres atractivas son blanco de más actitudes hostiles y menos cooperación por parte de otras mujeres que las no atractivas; que las mujeres, al ser enfrentadas con la posibilidad de escoger amistades, prefieren a otras mujeres no permisivas o promiscuas, como una manera de mantener a sus parejas seguras; y que la interacción con una mujer atractiva y bien vestida hace que otras mujeres tengan sentimientos negativos sobre sus propios cuerpos, sobre todo si el encuentro se da en presencia de un hombre.

Si bien es posible incorporar la perspectiva evolucionista como una confirmación de la conducta, para la explicación del porqué es pertinente recordar por un momento a Bourdieu (2000) y su idea según la cual-en la dupla dominador-dominado, los dominados aplican los esquemas de dominación de sus dominadores para sí. Asumir un sustrato biológico de esta conducta lleva a invisibilizar esta raíz cultural. La rivalidad entre mujeres por ser los objetos de intercambio del hombre, aunque ha intentado ser manipulada para hacernos creer que es un problema mayor que, por ejemplo, la violencia de los hombres contra las mujeres, es un elemento central en la cultura patriarcal que aquí queda en evidencia. Se deposita en las mujeres la tarea de competir entre ellas por ser quien pueda reforzar el status del hombre (Bourdieu; Irigaray [1977]) y de paso, en el análisis, se les responsabiliza, inclusive genéticamente, por esta competencia malsana (S<sub>H</sub>: "*¡Qué varas las de las mujeres!*").

Algo que ya en este punto es muy evidente es que las evaluaciones que se hacen de las técnicas corporales y la presentación personal de las mujeres están, si no siempre, las más de las veces relacionadas con la sexualidad. Hay una asociación entre sexo y mujer que no se da así con el

hombre. Ni una sola vez ninguna de las personas entrevistadas a profundidad o casualmente en el bar hizo referencia a juzgar a un hombre por su apariencia en relación con comportamientos promiscuos o de intenciones sexuales. La idea más cercana expresada fue el asumir la “naturaleza” de los hombres como sexual; es decir, pensar la conducta del hombre como sexual por naturaleza. A pesar de la existencia de esta última idea, esta no fue tomada como algo negativo sino como algo que se debe entender, frente a lo cual hay que resignarse.

Con las mujeres esta asociación es persistente y en absolutamente todas las ocasiones en que se habló de cómo visten, se presentan, actúan, beben y se manifiestan corporalmente, se estableció siempre la relación con el sexo. Este vínculo reitera la idea de la objetificación de la mujer, de mirar a la mujer como un objeto. Las descripciones de las mujeres que se hacen en las entrevistas refuerzan lo expuesto por DeFrancisco et al. (2013), según lo cual las mujeres terminan por convertir el atractivo físico y sexual en punto central de sus personas debido a la frecuente mirada de los otros que las reducen a ser solamente un objeto sexual que existe para el placer de quien mira. Esto es el mirar como consumo, que terminaría por confirmar el cuerpo como mercancía que nos propone Baudrillard (2009).

Es aquí importante analizar por un momento lo compartido por una de las mujeres entrevistadas, pues relaciona la objetificación y el consumo con una serie de cánones sociales planteados como ideales. Su referencia habla sobre un “*súper cuerpo*”, un cuerpo delgado y cuyas medidas son 90-60-90. Este saber popular es reproducido en revistas de moda y hasta estudiado por la ciencia (Singh, 1993; Kościński, 2014; Bovet & Raymond, 2015). Esta última no se logra poner de acuerdo sobre si hay una proporción de caderas a cintura que sea encontrada como la más atractiva por los hombres o si esto es evolutivo o cultural y se ha transformado con el tiempo. De todas maneras, lo relevante es ver cómo esto da cuenta del poder disciplinario no localizado en un lugar o el otro, circulando, actuando en cadena, del que hablaba Foucault (1992). Dicho sea de paso, aquí hay una contradicción que no parece causar mayor problema en el imaginario de la entrevistada, y es que un cuerpo 90-60-90 no es, para el estándar de la industria cosmética actual, un cuerpo delgado. Basta ver cualquier publicidad o revistas para darse por enterado.

Otro elemento relacionado con esta especie de cualidades matemáticas de la belleza se puede encontrar en lo referido también por varias mujeres sobre el balance que debe existir al mostrar y ocultar partes del cuerpo al vestir (es decir, a “si se muestra arriba, no se muestra abajo y viceversa”). Esta regla parece guardar el equilibrio entre las dos mujeres presentes en el imaginario

latinoamericano (Boman, 2012): la puta y la santa. Así, por un lado, donde se muestra se es sensual; donde se oculta se es pudorosa. Si se muestra mucho se es mujer pública; si se oculta mucho se es matrona.

Un punto interesante de evaluar aquí es una sutil idea resguardada bajo este saber popular del equilibrio al mostrar el cuerpo femenino. La idea del balance se acompañó en varias ocasiones de la idea del desbalance como asesino del interés masculino. Si se muestra todo, no se deja nada a la imaginación del hombre. Aquí hay un juego que casi podría necesitar del psicoanálisis para su mejor comprensión: al no revelarse completo el objeto (el cuerpo de la mujer), deja latente en el otro su deseo, impidiéndole ser satisfecho. Se apela al deseo y la imaginación. Esta mercancía, este objeto de consumo, no logrará una “venta” de revelarse en su totalidad de buenas a primeras. Este debe, de alguna manera, seducir a los hombres mostrando una fracción de lo que se tiene y prometiendo más de eso ahí donde, por ahora, no se puede ver.

Siempre en relación con el cuerpo, una práctica particular tal vez amerita detenerse un momento para su análisis pues tiene connotaciones de género contradictorias. Se trata de lo que en Calle U se conoce como “marcarse las cejas” que la clientela del Brixton describe como “sacarse las cejas”, un hábito propio de los hombres. Es importante entender dos cosas. La primera es que es una práctica importante en Calle U, de acuerdo con las entrevistas y el trabajo de campo. Marcarse las cejas está asociado con una caracterización de los hombres que fue persistente por parte de las mujeres en Calle U como un rasgo atractivo, y es que se vieran “aseados” o “limpios”. Esta es una característica que nunca fue mencionada en Brixton; la limpieza y el aseo no son mencionados como valores asociados a un hombre atractivo en este bar.

No logró encontrarse evidencia que respalde o refute una asociación entre la limpieza o higiene personal como valor y su relación con la clase social. Sin embargo, desde Elias (1977) y su análisis sobre el proceso civilizatorio se reconoce que hay restricciones sociales que operan sobre la conducta que luego son justificadas o legitimadas por la medicina y su construcción de la higiene. Para Elias estas restricciones realmente se relacionan menos con la higiene y más con los escrúpulos. En Ampudia de Haro (2004, p 87) se menciona lo siguiente a propósito de la construcción de la higiene como un ideal:

El ideal higiénico es enarbolado por la burguesía que lo traslada a los estratos populares como medio para lograr su integración social. Dicha integración viene acompañada de un proceso de moralización mediante la higiene; moralización que simultáneamente es



garantía de orden social [...]. En el intento de civilizar a las clases populares se pretende una mudanza de sus hábitos y una corrección de sus vicios actuando sobre la dimensión física de los individuos, en donde la suciedad es indicativa de falta de dignidad personal, puerta abierta para persistir en el vicio.

Estos marcos de análisis quizás superen, en mucho, el alcance de este estudio tanto en términos de lo que podría concluirse como en su pertinencia para concluir algo, pues remiten a la relación de la burguesía con las clases inferiores en el contexto europeo de hace más de un siglo. Sin embargo, la referencia puede dar espacio a futuras reflexiones acerca de este tema.

Es curioso, de todas maneras, que en los dos artículos de periódico encontrados que abordan la tendencia de marcarse las cejas en New York y en Cuba (Toro, 2008; Horowitz, 2015), las opiniones de las personas entrevistadas por los articulistas sean similares a lo aquí descrito: los hombres lo hacen por una cuestión de higiene, para estar limpios. Se agrega también que a pesar de que mantener las cejas limpias era visto como algo “gay” anteriormente, ahora se hace porque se siguen las estéticas de reggaetoneros como Wisin y Yandel o el Yonki.

En Costa Rica, como en New York y en Cuba (Toro, 2008; Horowitz, 2015), el marcado se realiza usualmente en una barbería de barrio o barber shop. Aquí estos lugares son el fruto de emprendimientos de jóvenes, en su mayoría hombres, quienes fuera del sistema educativo encuentran en el cortar pelo, peinar (trenzar) y marcar su fuente de ingresos<sup>71</sup>. Marcarse es una práctica que aunque es relativamente barata (marcar la zona de las cejas oscila entre 1000 y 2000 colones) es rentable porque hay hombres que van más de una vez por semana para mantener los cortes de las cejas y el pelo limpios.

Es necesario recordar que este acicalar y evaluar los cuerpos se da en el espacio de ambos bares en medio de la dinámica tácita y entendida por todas las personas involucradas que reconoce que se sale a un bar a ligar. Hay en el bar y sus dinámicas una propuesta pero también una respuesta. Si bien se puede pensar que el bar propone la división sexual de los placeres –por ejemplo, es claro en un ladies night- es cierto también que el bar lo que está haciendo es capitalizando la división

---

<sup>71</sup> Esta observación la hago con base en un sondeo personal que aunque poco riguroso arroja esta conclusión para el personal en tres barberías: una en Cristo Rey de San José, una en Guadalupe de Goicoechea y una en San Pedro de Montes de Oca.

sexual del mundo, una división en binarios que precede a su existencia, pero que depende de este espacio, entre muchos otros, para su perpetuación.

El ligue en los bares se da de maneras diversas. De acuerdo con Hall, Carter, Cody y Albright (2010), hay cinco estilos de cortejo: tradicional, físico, sincero, juguetón y cortés. El estilo tradicional mantiene las expectativas convencionales de género para cada sexo, por lo que espera que el hombre tenga la iniciativa. El ligador físico tiene habilidades para expresar sus deseos físicamente y no tiene problema en sostener conversaciones en público o privadas. En el estilo sincero es central el desarrollo de una conexión emocional, al tiempo que mostrar interés sincero al iniciar una comunicación romántica. El estilo juguetón no busca una relación y lo que busca es divertirse; al coquetear no le preocupa mucho lo que puedan interpretar los demás a partir de su comportamiento. Finalmente, el estilo cortés demuestra un abordaje más cauteloso que hace uso de normas de cortesía y de poco comportamiento abiertamente sexual.

Se constata en las observaciones y las entrevistas la presencia de todos los estilos de ligue. Algo importante de notar es que estos estilos fueron evidenciados tanto en hombres como en mujeres. El que otros estilos se den al lado del estilo tradicional (donde el hombre inicia el contacto) indica que ha habido una transformación de los roles de las mujeres. Sin embargo, como lo indica SIRC (2004), quizás pase algún tiempo antes de que las citas iniciadas por mujeres sean la norma, si es que esto alguna vez sucede pues aunque muchas mujeres no tienen problema en iniciar un ligue, y muy a pesar de ya más de tres décadas de revistas sobre la mujer "liberada", algunas aún se muestran renuentes. Algo importante que se menciona en SIRC es que, en caso de que mujeres tomando la iniciativa sean la norma algún día, es probable que los hombres encuentren otra forma de contestar o mantener el control, a manera de sustituir esta pérdida dada por el cambio en la iniciativa.

Una práctica fue casi específicamente realizada por hombres para ligar mujeres: invitar a un trago. Las mujeres son ligadas por medio del licor. Una salvedad que se debe hacer es que esta técnica no funciona en el ladies night de Brixton o el "Jueves de fiesta" de Calle U (que hay barra libre para las mujeres de 8 a 10 de la noche). Durante un ladies night en Calle U la dinámica sí funciona y más bien es aprovechada, pues la cerveza nacional está a mitad de precio.

Es importante destacar que no todas las mujeres ven esta práctica como algo positivo; sin embargo, hay mujeres que salen con la intención de emborracharse y ven entonces el hecho de ser ligadas de esta manera como la solución a su falta de dinero. Ellas dedicarán parte de su noche a

buscar al consabido paganini. Es necesario reconocer aquí que ellas saben –como en el caso de J<sub>M</sub> y sus amigas- que aquello que el hombre está pensando que va a suceder al final de la noche (la relación sexual) nunca se dará pues ellas tienen el control de la situación.

Este es un caso en el que la mujer se aprovecha de la dinámica hipersexualizada según la cual ella es la presa. Haciendo uso de todo el repertorio conductual que podría indicar que se está siguiendo el guion del ligue, ella abiertamente decide no cumplir con el “final feliz” para el hombre, que vendría siendo el encuentro sexual. Este aprovechamiento podría ser una forma de acomodamiento frente a las prácticas sexistas propias del espacio del bar, porque es un giro que se burla de la idea de que el hombre considera que la mujer le debe algo a cambio del licor comprado. Ella no siente culpa y responsabiliza más bien al paganini por iluso: “¡Salado!”, dice J<sub>M</sub>. En este caso hay un engaño que saca provecho de la propuesta de ligue tradicional.

Hay mujeres a quienes esta dinámica les parece indignante. Ellas consideran que denigra la posición de la mujer empoderada que debería tener sus propias fuentes de ingreso para pagar su licor. Así, hay dos posturas válidas: por un lado, está el reclamo de que no se debería estar promoviendo la idea de que las mujeres dependen de un hombre para divertirse; por el otro lado, se considera que las expectativas irrisorias de un paganini son responsabilidad del propio paganini, por lo que moralmente lo reprochable no es beber gratis a costa de él sino que él esté esperando algo a cambio.

Aunque es posible clasificar este acto -la burla al paganini- como una especie de acomodamiento (Brooks, 2009), es claro que se lo debe analizar en un contexto ampliado. La práctica no se mira como resistencia y es ambigua porque, aunque logra cambiar momentáneamente los balances de poder al haber comprensión de la dinámica, no logra transformar los esquemas desde donde se construye esta interacción. Por ejemplo, J<sub>M</sub> comprueba la distribución desigual de responsabilidades que el sistema promueve para hombres y mujeres (Freyre & López, 2011) al evidenciar y burlarse de la ecuación “Yo te compro cerveza, vos me das sexo”. Sin embargo, en otros espacios ella no visibiliza esta desigualdad como algo de lo cual también debería burlarse: “[Yo] vivo prácticamente con mi hija y mi mamá y mi papá, yo no vivo con el papá de ella, por eso es que soy muy fiestera... no tengo quién me detenga”. Si ella estuviera involucrada en una relación de pareja, él podría detenerla y ella debería acatar la regla. De todas maneras, y para no restar valor a la burla al paganini, si suficientes mujeres se mofaran de sus

expectativas de obtener un premio al final de la noche por el hecho de haber pagado el licor, quizás menos hombres harían cosas esperando algo a cambio<sup>72</sup>, pero luego ellas no beberían gratis.

Fuera de esta dinámica de la invitación a un trago, hay otras maneras de ligar. Por ejemplo, un recurso que fue mencionado solamente en Calle U, no en Brixton, fue el envío de mensajes tanto hombres como mujeres. Aquí, después de evaluar la situación y a la persona (igual que en Grazian [2008], Parks y Scheidt [2002]) y corroborar que esta no viene en pareja y que muestra interés, se envía a una especie de Hermes para iniciar un intercambio de ligue.

Aunado a esta práctica también está el ligue por medio del baile. Este es de alguna manera contradictorio. Por un lado, se constata lo encontrado por Muñoz-Laboy, Winstein y Parker (2007) acerca del espacio del baile como posibilidad de resistencia para las mujeres pues, por ejemplo, se puede bailar solo entre mujeres no necesitándose de un hombre para divertirse o se puede decir “No” a un hombre si no se quiere bailar con él. Sin embargo, la vibra construida dentro del bar de alguna manera predispone una dinámica según la cual es permitido que los cuerpos estén muy cerca los unos de los otros (siempre y cuando no sean dos hombres). Al estar en el bar bailando se asume que se está de acuerdo con esto como manifestación de la vibra del bar. Se cumple entonces lo encontrado por Durheim, Rautenbach, Nicholson y Dixon (2013) según lo cual la vibra en un bar es hipersexualizada y quien no esté de acuerdo con la objetificación será excluido.

En relación con esto, cuando se habla de las intenciones de ligue no deseadas fueron las mujeres quienes se refirieron al respecto. Ninguno de los hombres planteó la posibilidad de rechazar a una mujer con intenciones de ligue, aunque existen maneras delicadas de demostrar falta de interés en una conversación. Por ejemplo, se conversa para evitar tratar mal a una mujer que no es “lo que uno busca”, como en el caso de la “*gordita*”, pero la conversación no se lleva más allá.

En el caso de las mujeres, en algunas ocasiones se cumplen las estrategias que Grazian (2008) encuentra en su investigación (Ver Figura 4) para enfrentarse a un ligue no deseado, principalmente la interacción engañosa (la burla al paganini), la evitación (ver hacia otro lado) y el engaño (decir que se tiene novio cuando esto no es cierto).

---

<sup>72</sup> El artículo “She doesn’t owe you shit” o “Ella no te debe una mierda” (<http://www.bodyforwife.com/she-doesnt-owe-you-shit/>) expone, en inglés, testimonios de mujeres que interactuaron con hombres que esperaron cosas a cambio –desde una sonrisa hasta tener relaciones sexuales- a partir de un intercambio cualquiera.

En ninguno de los casos se hace referencia a una confrontación directa con el hombre para rechazarlo. Se refuerza nuevamente lo comentado en los antecedentes de investigación donde se discutía que más que resistencia se da acomodamiento (Brooks, 2009), porque el ejercicio de poder se ve variado, pero no virado.

	Directa	Engañosa
Confrontativa	Combate	Interacción
Evasiva	Evitación	Engaño

Figura 4. Esquema de las tácticas de las mujeres para resistir el lígote de los hombres.

Fuente: Grazian (2008, p 181).

Cuando tomamos las estrategias comentadas por las personas y lo observado en el campo es posible entonces concluir que el bar promueve un placer sexual que es momentáneo. No se percibe al bar como un espacio donde se conocerá alguien con quien se tendrá una relación duradera o seria, constatando lo encontrado por McBain, Hewitt, et al. (2013) en este sentido. El espacio se diseña para incitar los encuentros casuales, a corto plazo, para hombres y para mujeres. En tanto espacio liberador promueve no solamente que se vaya cuantas veces se quiera a tener estos encuentros fugaces (se promueve el consumo), sino además que se haga esto en contraste con lo que pasa fuera del bar donde las personas buscan relaciones estables, a largo plazo, aunque cabe rescatar aquella expectativa de las personas entrevistadas de conocer mujeres y hombres con estudios universitarios, lo que tímidamente deja ver que aunque entienden que la dinámica propuesta es la del encuentro fugaz, esto no elimina la expectativa (fantasiosa, quizás) de que haya una persona con interés de tener una relación un poco menos efímera.

Esto se ve de manera generalizada –por ejemplo, en todas las entrevistas de Calle U y solo algunas de Brixton- como algo que reconoce un supuesto núcleo del carácter de los hombres que les hace ser más ligadores que las mujeres. Hay aquí una normalización de las conductas estereotipadas del “galán” y el “conquistador”. Smiler (2013) considera que a esta imagen estereotipada se le debe prestar atención. Él concluye que al estudiar esta especie de complejo de Casanova se puede constatar que es más o menos reciente, y que los clichés masculinos antes eran otros. Para este investigador parte del problema de la generalización de esta idea la tiene la

persistencia de algunas ciencias sociales (el poder disciplinario) de analizar la conducta actual a partir de justificaciones evolutivas, como se pudo ver para la rivalidad femenina. La ciencia ha establecido que la promiscuidad masculina tiene raíces biológicas, aunque los resultados de estudios no evolutivos indiquen que la mayoría de los hombres prefiere parejas a largo plazo (Smiler). Se concluye entonces que los bares estructuran su oferta a partir de explotar esta representación social que no tiene asidero en la realidad pero que, irónicamente, es sostenida por los hombres y las mujeres de la vida real quienes la convierten en una especie de profecía autocumplida.

Los dos puntos anteriores se encuentran en el culmen de su exposición en las intervenciones del animador que contrapone las dos representaciones: la vida monógama fiel del mundo exterior y la vida deliciosa y libertina del encuentro de una noche en el bar. Es en este contexto que tiene sentido la frase gritada al micrófono que celebra la soltería y el sexo sin compromiso. El animador, por medio de esta y sus otras frases, hace una apología constante a aquello que él considera contrario a la norma, opuesto a “lo normal”; en este caso, lo normal sería tener sexo con quien se tiene una relación comprometida. Al respecto algunas de las entrevistadas admitieron no gustar de la idea de tener relaciones sexuales con quien no conocen. Sin embargo, esto es contradicho por otras mujeres quienes conocen muchachos y tienen con ellos relaciones sexuales saliendo del bar. Nuevamente se comprueba que los roles femeninos se han transformado, y los hombres lo saben, algo que H<sub>H</sub> deja claro al hablar de las mujeres de ahora como “*más pellizcadas*”.

A pesar de este cambio en los roles, el animador es persistente en su imaginario que construye principalmente la visión de un hombre potente como el ideal masculino. Por ejemplo, varios de los comentarios hacen mofa de los hombres “impotentes”: hombres con pene pequeño u hombres cuya poca destreza sexual lleva a sus parejas a buscar satisfacción en otros hombres, mientras que otros comentarios hacen alarde de un despliegue imparable de la potencia sexual, por ejemplo cuando esta potencia es tanta que debe ser usada en más de una mujer-objeto.

Tal parece ser que el tamaño del pene y las destrezas sexuales son otro medio para impresionar (Ostberg, 2010). Desligados de la presentación personal como tal, estos elementos siguen refiriendo no solamente al Casanova (Smiler, 2013), sino además al binarismo que al separar los sexos deja en los hombres el poder, la actividad y la sexualidad permisiva, frente a la debilidad, la pasividad y la sexualidad reprimida de las mujeres (Kilmartin, 1994; Stevens & Ostberg, 2012).

Este impresionar desligado del cuerpo también es posible notarlo en la escena de las noches en que las motocicletas colman las calles “chillando llantas” frente a Calle U. En otras investigaciones (Lumsden, 2010) se ha concluido que la cultura de la modificación de autos y piques o competencias en carretera está completamente embebida en la masculinidad hegemónica. En estas se encontró que para hombres jóvenes incapaces de tener un empleo pagado o que realizan labores mal pagadas las prácticas relacionadas a los autos son un medio para ostentar masculinidad. También son una manera de establecer y renegociar jerarquías de poder y estatus. Por ende, estos despliegues son rituales por medio de los cuales se construyen identidades masculinas en relación con la clase. Algo parecido al rol de la tecnología mencionado en la reflexión teórica (Friedrich, 2013). En este caso los autos y las motos funcionan como extensiones del cuerpo masculino. Son representaciones fálicas de un hombre que busca verse poderoso y que sin duda quiere impresionar.

Pero ¿cómo interactúa esta masculinidad hegemónica con la homosexualidad? Algo evidente en las entrevistas para ambos bares es que cuando se habla de homosexualidad inmediatamente la referencia en el imaginario es a la homosexualidad masculina. En contadas ocasiones se hizo referencia al lesbianismo, y se dio más porque las personas entrevistadas se refirieron a mujeres lesbianas cercanas: amigas, cuñadas. Esto es importante porque indica que la figura problemática, en términos homofóbicos, es el hombre homosexual y no la mujer lesbiana. Se corrobora así lo planteado por Leo Bersani (1987) quien afirma que ser penetrado equivale a renunciar al poder. No solamente se establece aquí un paralelismo entre mujer y hombre homosexual, sino que se constata que el hombre homosexual es una amenaza para el statu quo porque pone en entredicho el poder natural del hombre que se fundamenta en la diferencia anatómica (Bourdieu, 2000). Dicho de otra manera, el homosexual pasivo vuelve incomprendible cómo un ser que por naturaleza (anatomía) puede ejercer el poder, quiere renunciar a él.

Una de las maneras en las que el sistema ha logrado incorporar a los homosexuales e incluir la “desviación” en la dinámica de consumo del capitalismo, sin violentar la norma heterosexual, es creando espacios específicos para ellos. Cuando las personas entrevistadas indican que los homosexuales tienen cabida en sus bares de referencia pero que se entiende que tengan sus propios espacios, se refieren principalmente a la seguridad y la comodidad de la clientela homosexual. El que existan bares “para ellos” (los homosexuales) es positivo porque de alguna manera les resguarda de la agresión y la discriminación que pueden experimentar en un bar heterosexual.

A pesar de que se reconoce la discriminación, en la justificación de la existencia de bares gays como lugares a prueba de homofobia se ignora un elemento importante que se visibiliza si se introduce aquí el concepto de “lo abyecto” de Julia Kristeva (1998). Para Kristeva los desviados son abyectos que al estar tan cercanos a lo recto<sup>73</sup>, del otro lado de la norma, son peligrosos porque amenazan con derrumbarla. La particularidad de la abyección, en este caso de la homosexualidad, es su ambigüedad porque ahí donde se la aleja para que deje de amenazar el estado de las cosas es donde precisamente denuncia ese estado de las cosas como en continuo peligro. Así, al tiempo que se protege al homosexual de la discriminación, más importante aún, se está protegiendo al sistema de tambalearse al revelarse lo frágil y artificial de la norma heterosexual.

Otro elemento relevante con respecto a la homosexualidad es que se ve el deseo homosexual como un asunto de la vida privada, pues el límite al cuerpo homosexual está evidenciado en la restricción a las manifestaciones de afecto homosexual. Aquí las técnicas corporales también deben contenerse para no confundir a otras personas heterosexuales a propósito de la propia heterosexualidad. Es decir, los homosexuales deben evitar mostrar afecto a un heterosexual pues podrían confundir a los posibles ligues.

En este ejercicio del hombre heterosexual poniendo límites al homosexual se cristaliza la diferencia de poder entre ambos. Cuando el único hombre homosexual entrevistado indica que hay hombres a quienes no les molesta un abrazo suyo esta diferencia es reiterada. Ellos pueden decir si aceptan el abrazo o no. Esto también es posible verlo en el componente cómico de la historia de “Pechitos”. El hombre tocado por Pechitos no se siente amenazado y este episodio es más bien motivo de risa. En este caso el homosexual es visto –en un espacio de despliegues de poder- como feminizado y por esto no es percibido como amenazante.

Es necesario reiterar que este análisis refiere a este caso particular. De acuerdo con Salas (Ahmimed & Quesada-Montano, 2016) si un hombre es acosado por una mujer, el temor al ridículo y la burla homofóbica le impedirían reaccionar molesto. Es más, si un hombre es acosado por una mujer atractiva y deja pasar la oportunidad se considera que es homosexual. Sin embargo, si el hombre es acosado por otro hombre –a diferencia del caso de Pechitos- en muchas de las ocasiones el evento se resuelve “como hombre, a golpes” (Ahmimed & Quesada-Montano, p 19). Esto

---

<sup>73</sup> Interesante destacar que en inglés a la persona heterosexual también se le dice “straight”, recta, en oposición a lo desviado.



contrasta completamente con lo ya expuesto sobre la violencia de los hombres hacia las mujeres. En el caso de que una mujer sea acosada por un hombre, esta situación es más bien despliegue de hombría y dominio (Segato, 2003) y es por esto que esta reiteración del poder es tan amenazante.

**f. Publicidad en redes sociales: la construcción de hombres y mujeres en las imágenes de ambos bares**

Un punto que merece ser incorporado al análisis es el lenguaje gráfico con el que se publicitan los bares en redes sociales. Esto es especialmente importante en el caso del Brixton, que hace más esfuerzos por incorporar una línea gráfica definida a su mercadeo. En el caso de Calle U las publicaciones también son importantes, más que porque estén cuidadosamente diseñadas, porque permiten lecturas muy interesantes de los hombres y las mujeres a quienes vende su propuesta de ocio. En ambos casos, como se mencionó ya, las imágenes fueron observadas en sus respectivas páginas de Facebook. Debido al gran número de publicaciones, y a que en todos los casos se menciona en ellas el nombre del bar, se presentarán como ejemplos solamente algunas imágenes con aquello que permita identificar al bar alterado de manera que sea ilegible.

## 1. Brixton

En la página de Facebook del Brixton hay alrededor de 300 afiches publicitarios que promocionan sus eventos. El arte de estos afiches sigue invocando la idea original del bar: un lugar dirigido a jóvenes en el mundo del diseño –gráfico, de modas, publicitario- en la zona oriental de San José, aun cuando ya este público haya variado. Así, es posible ver que el lenguaje gráfico de las publicaciones se sigue ajustando a esta población. Esto es posible notarlo especialmente en algunas imágenes que hacen uso de elementos de la subcultura de la música punk, post-punk y new wave inglesa, como es el caso de la Figura 5, donde se presenta una chaqueta punk invitando a un evento que reproducía este tipo de música.

Un código presente en todos los afiches es el uso de una mezcla de español e inglés para comunicarse. En la misma Figura 5 se lee todo el texto en inglés, por ejemplo, mientras que en otros afiches como la Figura 6 se lee “Normal clothes” (ropa normal) encima de “Sorteo [de] una botella [al] mejor styling<sup>74</sup>”, junto con “Boys in dresses” y “Girls in bra” (Hombres en vestidos; Mujeres en brassiere).



Figura 5. Afiche en Facebook de Brixton para promocionar evento punk.

<sup>74</sup> *Styling* se refiere a una manera de vestirse que mezcle un conjunto de ropa y accesorios coherente. En esta publicidad específicamente se refiere a que hombres y mujeres pueden ganar una botella de algún licor si además de solo venir en vestido o en brassiere, “estilizan” su atuendo.

Los afiches se valen de técnicas mixtas que combinan fotografía con ilustración. En gran número de ellos la imagen utilizada es la de una mujer. Es posible que esto responda en gran medida al hecho de que muchos promocionan el ladies night de cada semana. Es, sin embargo, pertinente enfocarse un momento en la manera en la que las mujeres son representadas gráficamente en el arte del Brixton y lo que esto puede revelar sobre cómo se piensan la feminidad y la masculinidad.



Figura 6. Afiche en Facebook de Brixton con la imagen del artista punk Iggy Pop y mezcla de español e inglés.

Por ejemplo, ¿qué comunica la Figura 7? Aquí se ve la ilustración de una mujer joven cuya disposición corporal y rasgos faciales son entre osados e infantiles. Sus ojos son quizás el rasgo más añorado de todos, aunque símbolos de corazones aquí y allá refuerzan esa idea. En este sentido, un seno descubierto muestra un pezón muy rosado en forma de corazón. El dedo índice de su mano izquierda está introducido en su boca, cerca de la comisura, en un gesto extraño que dirige la atención a unos labios muy carnosos. Su mano derecha muestra las uñas cortadas al ras y pintadas de negro. Su pelo está recogido en un moño sostenido por pinceles, en abierta referencia al arte. Un extraño patrón rayado color rosa decora la parte baja de sus ojeras. Su cara es rematada por una curita con un corazón que cubre transversalmente el puente de su nariz.

¿Quién es esta chica?, ¿qué hace?, ¿qué quiere? Tiene un aire desinhibido que se puede encontrar en otras imágenes. Es más, en todas ellas. Los afiches del Brixton parecen indicarnos quién es la chica que va al bar o al menos con qué tipo de mujer se identifica. Es una chica joven, fuerte, que no teme mirar de frente a la cámara y que controla qué hace con su cuerpo, sea esto tatuarlo, perforarlo, cortar su cabello al ras, teñirlo de colores, vestirlo al estilo sadomasoquista o mostrarlo (ver a manera de ejemplo las Figuras 8, 9 y 10).



Figura 7. Ejemplo 1 de afiche en Facebook de Brixton para promocionar un ladies night.

Esta chica brixtoniana en algo nos recuerda a aquella mujer de la portada de la revista National Geographic (Ver Figura 2 en la Reflexión Teórica); una mujer vestida de látex, sin temor, desafiante, aparentemente rompiendo el molde de lo tradicionalmente femenino. Desplazando lo femenino de un significante a otro. De sumisa ama de casa a dominatrix. Vale la pena preguntarse ¿hay aquí transformación real de lo femenino, de la mujer?, ¿realmente se trastoca el poder o simplemente se disfraza?



Figura 8. Ejemplo 2 de afiche en Facebook de Brixton para promocionar un ladies night.

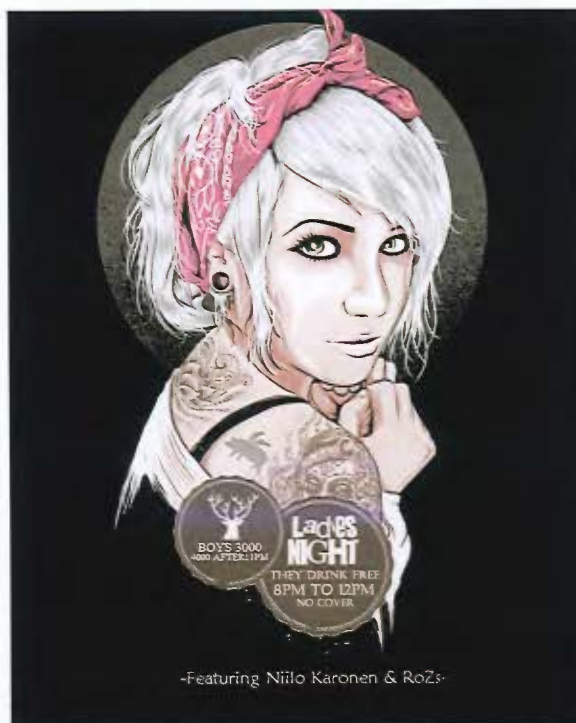


Figura 9. Ejemplo 3 de afiche en Facebook de Brixton para promocionar un ladies night.

Aparte de Iggy Pop en vestido (ver Figura 6) promocionando Babel en el Brixton no muchos afiches muestran a hombres. Uno en particular llama la atención porque además de que presenta a varios hombres con cabeza de alce<sup>75</sup> en esmoquin, publicita una promoción para caballeros: shots gratis para ellos de 9:00 p.m. a medianoche (Ver Figura 11). Eso sí, deben pagar 2 mil colones mientras que, como es usual, las mujeres entran gratis. Curioso también es que estos caballeros-

<sup>75</sup> El alce es el símbolo del Brixton.

alces comparten espacio en el afiche con una muñeca inflable, colocada casi de manera aleatoria en el extremo derecho de la imagen. Al mirar el *hashtag* (#) que se brinda como información en el centro del afiche, cobra más sentido la promoción. Allí se lee #Stag Do; en inglés: despedida de soltero. Alguien celebró en el Brixton la curiosa tradición que, por lo menos desde Hollywood, promueve un último exceso antes de la vida matrimonial.

Un peculiar afiche de ladies night no presenta a una mujer (ver Figura 12). Presenta a un joven afrodescendiente quien por su actitud puede estar asociado a lo que se conoce como *gangsta rap*, rap que canta sobre la vida en el barrio (el ghetto suburbano estadounidense) en relación principalmente con la vida en una pandilla. Con una actitud desafiante, el hombre parece estar haciendo con sus manos las señas que identifican a alguna de las pandillas estadounidenses más conocidas. El hombre ilustra el ladies night porque este, a su vez, es una noche de hip hop. Este también es un hombre fuerte y osado, como las mujeres analizadas. Sin embargo, en este caso su género no está asociado a la hiper-sexualidad, sino a la agresividad. Esta es una masculinidad dominante y amenazante. Su poder no proviene del control sobre su propio cuerpo, sino del control de los cuerpos de los otros. Además, aun en el entendido de que el hip hop es un movimiento negro, no queda sino la duda de si hay aquí también un subtexto racista. Al menos en Costa Rica es bien sabido que la pobreza tiene color; por ejemplo, los cantones con los Índices de Desarrollo Humano más bajo son los cantones con gran población migrante, negra e indígena<sup>76</sup>. El muchacho afrodescendiente de barrio no es el gentleman del Brixton; no juega con muñecas inflables.

Finalmente, algunos afiches presentan a mujeres y a hombres juntos. Tal es el caso de las Figuras 13 y 14. Ambas coinciden en presentar a la mujer en relación de sumisión con respecto al hombre. En el caso de la Figura 13, el bozal de cadenas que amarra a la joven es jalado nada más y nada menos que por un hombre-lagarto<sup>77</sup>, pero esto no parece molestarle a ella quien mira desafiante a la cámara con un lenguaje corporal un tanto animalesco. En el caso de la Imagen 14, un policía de Scotland Yard se toma los bordes del chaleco mientras sonrío pícaramente. Frente a él una mujer afrodescendiente se dobla en dos, prácticamente poniendo sus nalgas a disposición del policía. La imagen, que implícitamente implica una doble dominación (por etnia y género), es

<sup>76</sup> Se pueden ver los datos, al visitar el sitio del Atlas de Desarrollo Humano Cantonal de Costa Rica (<http://desarrollohumano.or.cr/mapa-cantonal/>)

<sup>77</sup> Como solía decir una profesora psicoanalista: "Ahí no hay metáfora".

atravesada por la palabra “Propasados!” (sin el signo de exclamación inicial), que es el nombre del evento.



Figura 10. Afiche en Facebook de Brixton con el calendario de actividades de la semana.



Figura 11. Afiche en Facebook de Brixton promocionando una noche para caballeros.



Figura 12. Afiche en Facebook de Brixton que promociona el ladies night presentando un rapero/gangster.



Figura 13. Afiche en Facebook para promocionar Babel en el Brixton.





Figura 14. Afiche subido a Facebook para promocionar el evento "Propasados!" en el Brixton.

Entonces, repasando, tenemos dos mujeres distintas. La mujer que se apropia de su cuerpo y la mujer que aun cuando está consciente y parece gozar, se somete al poder masculino. ¿Son dos mujeres distintas? Tenemos también a tres hombres distintos: el que puede ponerse un vestido y continuar siendo una estrella de rock, el caballero que tiene derecho al exceso y la dominación, y el que proviene del barrio bajo y sabe de pandillas. Igual hay que preguntarse, ¿son tres hombres distintos? Es material para discutir.

## 2. Calle U

En las más de 500 imágenes subidas a Facebook por Calle U el lenguaje y la intención de los mensajes son un tanto distintos a los del Brixton. El abordaje de ambos bares difiere principalmente porque Calle U en lugar de recurrir a grandes imágenes y pocas palabras, recurre a las imágenes para respaldar lo dicho por las palabras en un acercamiento un poco más literal al mensaje. Es distinto también porque la variedad de mensajes compartidos por este bar es muy grande. No todas las imágenes son afiches para promocionar eventos. Se suben desde fotos de comida hasta fotos de futbolistas, pasando por memes y chistes; muchos chistes.

Fotos de cervezas y de las bocas del menú muestran la oferta de comida y bebida del bar. Numerosas imágenes que incluyen ya sea jugadores o los escudos de los clubes de fútbol que disputarán un título (ver Figura 15) invitan a ver el mentado evento deportivo en las múltiples pantallas disponibles. Pero es posible distinguir tres grupos de imágenes que construyen mensajes que establecen cierto grado de complicidad especial entre el bar y su clientela.

Un primer grupo está compuesto por los mensajes relacionados con el consumo de licor y “la fiesta”. Estos se presentan a manera de invitación o chiste. En estos casos, los mensajes parecen estar dirigidos a todas las personas por igual, sin importar el sexo o el género. Son mensajes para gente fiestera (ver por ejemplo Figura 16, que incluye un error ortográfico).

Un segundo grupo lo componen los mensajes patrioterros. Algunos están relacionados con fútbol –por ejemplo, una publicación que celebra el título del Real Madrid pero muestra solo una foto del portero costarricense Keylor Navas; o la foto subida a la red en época del Mundial de Fútbol de 2014 que, mostrando gente con banderas de Costa Rica, presenta como texto: “Salados los que no tuvieron la suerte de nacer en este lindo país”.



Figura 15. Publicación en Facebook invitando a ver en Calle U el clásico Real Madrid-Barcelona.



Figura 16. Publicación en Facebook de Calle U con chiste sobre el consumo de licor.

El tercer grupo es vasto y, para efectos de este trabajo, arroja información muy útil. Estos mensajes hacen referencia a actitudes o situaciones relacionadas con la interacción hombre-mujer, desde una perspectiva heteronormativa. La mayoría de estos mensajes se entrega en la forma de chistes que dependen, para su comprensión, de nuestra capacidad para evocar imágenes estereotipadas asociadas a los hombres y las mujeres y lo masculino y lo femenino. Estos no presentan imágenes, en su mayoría, por lo que pueden simplemente ser transcritos aquí como texto, aunque sí hay algunas referencias gráficas que se copiarán como imágenes.

Los chistes en este tercer grupo me recuerdan las intervenciones del animador. Las referencias constantes a clichés sobre la vida en pareja, en un mundo compulsivamente heterosexual, son numerosas. El Chiste 1 ilustra bien el caso. Este lee: “A las gatas, víboras, zorritas y perritas... les informo que mi novio no es veterinario”.

Narrado tácitamente por una mujer, el mensaje se dirige a aquellas mujeres que quieren acercarse a su novio, endilgándoles toda clase de epítetos: “gatas” por peleoneras, “víboras” por chismosas, y “zorritas” y “perritas” por prostitutas. El chiste está en que ella le recuerda a este bestiario que, puesto que su novio no es veterinario, no hay razón para que lo busquen. Aparte de la agresividad con que la novia “protectora” se dirige a sus congéneres, llama la atención que

deposite en ellas la responsabilidad por sus celos, en lugar de molestarse con “el veterinario”. En otras palabras, si el novio le es infiel es porque este tipo de mujer se le acercó. Esta idea es abordada también en los chistes 2, 3 y 4 donde nuevamente la infidelidad es culpa de una “zorra”, la referencia es ahora a una “perra” o se hace mofa con la frase que se enseñaba en Ciencias en la escuela, sobre el ciclo de los seres vivos, respectivamente.

Chiste 2: “El amor es cosa de dos, pero siempre hay alguna zorra que no sabe contar”.

Chiste 3: “P.E.R.R.A= Persona Especialista en Romper Relaciones Ajenas”.

Chiste 4: “Las perras nacen, crecen, se reproducen y... se reproducen y se reproducen...”

A pesar de esta afrenta, junto a estos mensajes se muestran otros en lo que a mí me parece un abordaje contradictorio. Por ejemplo, la Figura 18 afirma que por más cielo que merezcan las niñas buenas, este no se compara con la posibilidad de “ir a todas partes” de las niñas malas. Por su parte, en la Figura 19 se lee cómo no hay que portarse bien, sino negar el haberse portado mal. Especial mención merecen las visiones judeocristianas del bien y del mal en estos mensajes. En la Figura 18 estas visiones son respaldadas inclusive con cuernos y rabo de diablo y aureola angelical en las palabras relacionadas. Sin embargo, la nota al pie en la Figura 19 es reveladora: no se puede sostener un buen actuar en medio de tanto pecado. Aquí sí que no hay metáfora.

Las relaciones de pareja (heterosexual) son también un tema común en estos mensajes. Por ejemplo, ver el Chiste 5: “Este 14 de febrero tendría que ser Navidad de nuevo, por tantos animales con cuernos llevando regalos...!”. El texto hace mofa de aquellas personas quienes en San Valentín andan con sus regalos sin saber que les están engañando (“poniendo los cuernos”, como se dice popularmente). De este tipo de chiste inocentón no hay muchas muestras. Hay más bien una mayoría de mensajes de alto contenido misógino y perpetuador de los estereotipos de los géneros.

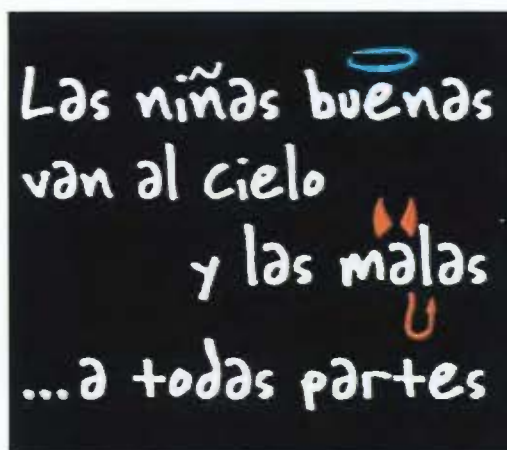


Figura 17. Chiste en Facebook de Calle U sobre la recompensa para las niñas buenas y malas.



Figura 18. Chiste-consejo en Facebook de Calle U sobre portarse mal y negarlo.

Un ejemplo agresivo es el Chiste 6 que, haciendo un juego de palabras, transmite la idea de que los hombres se valdrán de cualquier artimaña para tener relaciones sexuales con una mujer. Este dice: “¿En qué se diferencian las mujeres de las niñas?... A las niñas las llevas a la cama y les cuentas un cuento, y a las mujeres les cuentas un cuento y luego las llevas a la cama”.

La Figura 20 no hace mucho por defender a un hombre presentado ahora como embaucador y superficial. La Figura 21 remata gráficamente esta idea insinuando que las mujeres aman con el corazón y los hombres con el pene.

Esta forma de pensar permite entender el mensaje de la publicación que lee: “Todo lo que una mujer realmente quiere es un hombre que le pruebe a ella que no todos son iguales ♥”. Este mensaje asume varias cosas: (1) que todas las mujeres son heterosexuales; (2) que todas las mujeres heterosexuales quieren tener una pareja; (3) que todas las mujeres heterosexuales que han tenido pareja han sido decepcionadas por esta; (4) que todos los hombres son iguales, aunque puede haber excepciones.

Este mensaje, que da la impresión que fue escrito por una mujer (será porque tiene fondo rosado y un corazón al final), es contestado por un mensaje (tipo meme) con la famosa imagen del basquetbolista Yao Ming (mismo personaje de la Figura 16) indicando que no es un asunto de que todos los hombres sean iguales, sino de las escogencias que hacen las mujeres. La publicación lee: “No todos los hombres son iguales. Que usted siempre se enamore de un hp que no la valora son otros cien pesos”. Nuevamente, la responsabilidad es de la mujer.

### EN QUÉ SE FIJA UN HOMBRE DE UNA MUJER



Figura 19. Chiste gráfico en Facebook de Calle U que indica en qué se fija un hombre de una mujer.

Pero si todos los hombres son iguales, pareciera que todas las mujeres también. Dan cuenta de ello la Figura 22 y el Chiste 7, que lee: “Para aquellos HOMBRES que NO SABEN SATISFACER a una mujer... “EL PUNTO G está ubicado al final de la palabra ¡!!!!..... S.H.O.P.P.I.N.G. ¡!!!!... para tener en cuenta, noooo???? Jajajaja”. Esta última juega con los supuestos intereses de hombres y mujeres: al hombre le interesa el sexo entonces quiere saber dónde está el punto G; a la mujer le interesa ir de compras entonces le plantea un nuevo punto G al hombre. Finalmente, si portarse mal es la manera de divertirse, ciertamente una relación monógama es el fin del juego, como bien lo expone la Figura 23.



Figura 20. Chiste gráfico en Facebook de Calle U que indica que las mujeres aman con el corazón y los hombres con el pene.



Figura 21. Publicación en Facebook de Calle U para el Día Internacional de las Mujeres.

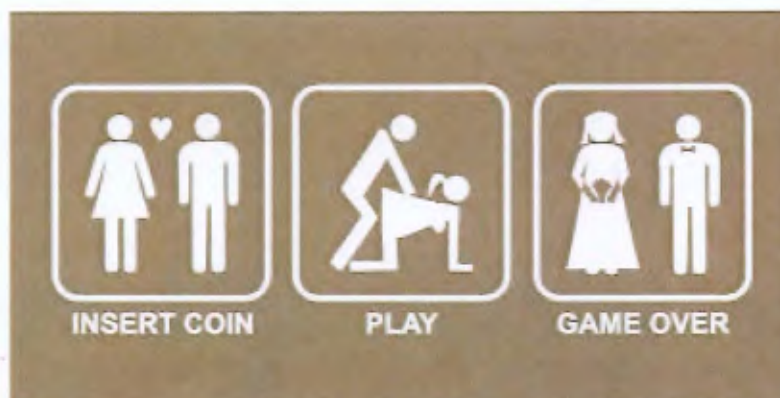


Figura 22. Chiste gráfico en Facebook de Calle U sobre el juego de las relaciones de pareja.

Es posible ver en estas imágenes que hombres y mujeres están contruidos a partir de la división binaria del mundo. A los hombres se les asignan ciertas características y a las mujeres no solamente otras, sino además las opuestas. Es así que al hombre con insaciable apetito sexual se debe anteponer una mujer “bien portada”. Si esta no es niña buena, mejor que nadie se entere, de otra manera será humillada y llamada perra.

Finalmente, similar al arte del Brixton, en Calle U se transmite el mensaje de que el sexo es diversión. Hay entonces una idea que recorre transversalmente el espacio de un bar: parece que la gente sale para divertirse, como me lo mencionaron todas las personas entrevistadas, pero oculta a plena vista en esa propuesta de diversión está la idea más o menos implantada por los bares – pero también por diversas fuentes como la televisión- de que quizás, ¡por qué no!, alguien tenga suerte esta noche.

### ***Resumen del apartado y discusión***

Se puede corroborar que para ambos bares es importante presentar una imagen en redes sociales a través de la actualización constante de contenido. Los dos bares son activos en Facebook y usan este espacio para tener contacto con su clientela, para dar a conocer sus actividades.

El contenido de las publicaciones de ambos bares en Facebook es distinto entre sí y difiere en estilo. En Brixton se valen más de las imágenes y los mensajes menos literales. Sus imágenes hacen uso de palabras para informar directamente sobre los detalles de un evento: fecha, precios de entrada y las/los DJ o bandas que se encargarán de la música. En Calle U lo gráfico, como se menciona ya, está más en función de la palabra y los mensajes son más literales, conteniendo mucho más texto que en las publicaciones de Brixton, principalmente en la forma de chistes.

Se considera que se requieren bases distintas para leer los dos tipos de publicación. Para Brixton se requiere de capital subcultural (Thornton, 1995) basado en el capital cultural (Bourdieu, 2002) para entender los referentes artísticos de las imágenes y también para comprender su contenido, por ejemplo, en las imágenes que refieren al punk (como la Figura 5). Para las publicaciones de Calle U más relevantes para este estudio se requiere más bien de ciertos marcos y referencias culturales para entender los chistes. Aquí el sentido del humor es visto como la unión de conceptos, ideas o situaciones de formas inesperadas o sorprendentes (Taecharungroj & Nueangiamnong, 2015) que para ser comprendidas requieren de un contexto y un entendimiento



comunes entre quienes participan de la broma o chiste (Korczynski, 2011) y que puede llevar a la trivialización de una situación, como es el caso de algunos chistes publicados por Calle U.

En ambos bares hay imágenes que no se relacionan con caracterizaciones de hombres y mujeres, pero se puede encontrar como punto en común que muchas de las publicaciones permiten acceder a un mundo que describe y nos acerca a los hombres y las mujeres en el espacio del bar, quizá no como aquello que está dentro del bar como tal, sino más bien como ideales e imaginarios de esos hombres y esas mujeres con quienes se puede identificar al bar y a su clientela.

En Brixton las construcciones de las imágenes de mujeres refieren a su corporalidad y, en la mayoría de las ocasiones, aluden de alguna manera a la sexualidad o la sensualidad. El tratamiento del cuerpo de los hombres no es sexualizado en ninguna de las ocasiones. Esto constata el uso erotizado y objetificado que se hace de los cuerpos de las mujeres en la publicidad y los medios. En estas representaciones se privilegia la delgadez y tipos de belleza y atractivo físico propios de un segmento muy pequeño de la población (Jung-Hwan & Lennon, 2007), donde se establecen nociones clasificatorias de belleza reguladas por el mercado que son, para países en desarrollo, importadas de países con los cuales se tiene una relación histórica de dependencia (Adelman & Ruggi, 2008). Además, son imágenes producidas en una industria cuyos criterios de un cuerpo atractivo tienen un sesgo de clase y etnia que favorece las representaciones de mujeres blancas, jóvenes, de clase media y alta (Adelman & Ruggi) quienes son utilizadas como cebo para publicitar productos, transformándolas en objetos explotados en términos de su sexualidad y apariencia física (Instituto Nacional de las Mujeres, 2005).

Es importante destacar que la mujer en la publicidad de Brixton es presentada sola o con amigas. Esto es relevante pues indica que, al menos en las imágenes, la mujer no es construida como un ser que existe en tanto forma parte de una pareja, sino que su acercamiento a su corporalidad y sexualidad se hace de manera independiente. Coincidiendo con Lamas (1999) este tratamiento es relevante porque se presenta a la mujer como teniendo derecho a un placer propio, cuyo destino no depende de encontrar a un hombre. Esto se considera positivo y está en oposición a la construcción de mujer en las publicaciones de Calle U, donde ella siempre está en relación con un hombre.

Así, la mujer a la que hace referencia el bar Brixton es lo que podría llamarse hoy, desde la cultura popular, una mujer empoderada (Filipovic, 2016; Dines, 2012). Esta no es una mujer sumisa, no es tímida; es osada y su lenguaje corporal contradice la norma presentada por Bartky (1990) para

quien el lenguaje femenino es lenguaje de sumisión y deferencia. También es una mujer fuerte y poderosa en el sentido de cómo se apropia de su cuerpo: muestra lo que quiere, como quiere, se tatúa, se perfora y se cambia el pelo de color, contraviniendo las normas más tradicionales de la presentación personal de las mujeres.

La pregunta que hay que hacerse es si esto implica una transformación de lo femenino, de los roles de la mujer, y si el ejercicio de poder se está trastocando o si se está disfrazando. ¿Cuál sería la idea de empoderamiento que subyace a estas imágenes? ¿Cuándo es una mujer poderosa y cuándo se están transformando los balances de poder realmente?

Presentar imágenes de mujeres fuertes y sensuales es importante. Es necesario para ponerlo en contraste con las visiones más tradicionales y represivas del rol y el cuerpo de la mujer. Tómese para esto último como ejemplo lo enviado a la sección Cartas a la columna del periódico La Nación del lunes 22 de julio de 2016, en la Figura 24. Sin embargo, sucede que aquí tenemos un problema que había surgido anteriormente cuando se estaba haciendo el análisis sobre las fiestas CAKE y Babel en el Brixton. Muchas veces hay ambigüedad y no es claro si algo realmente es empoderamiento o si es perpetuación de la sumisión y de los ejercicios de poder más tradicionales.

**Otras costumbres**  
 Si yo fuera presentadora de televisión, situación en que toda Costa Rica me estaría viendo, me vestiría más recatadamente, sin escotes, pantalones cortos o minifaldas. No sería una prohibición para mí misma, sino una forma de vestir para dar un buen ejemplo a mi familia.  
**María del Mar Burbano Molina**  
 Santa Cruz, Guanacaste

Figura 23. Carta a la columna. Fuente: diario La Nación, lunes 22 de julio de 2016.

Es fundamental tomar en cuenta tres puntos. Primero, no es realista pensar que el empoderamiento es posible gracias a la (supuesta libertad para la) toma de decisiones personales

de las mujeres. Desde esta postura –que nuevamente está fundamentada en el individualismo metodológico- el empoderamiento no se trataría de reasignar recursos o influir en las decisiones políticas del colectivo de mujeres, sino que se reduciría a pensar ‘Yo quería hacer esto y me hizo sentir bien’ (Filipovic, 2016), algo que no comprende la transformación social o colectiva. Segundo, no es pertinente pensar en el empoderamiento de las mujeres solamente a partir de su cuerpo y de su sexualidad porque esto deja por fuera otros ámbitos que es importante tocar (Wilkins, 2004). Se están dejando de lado cuestiones que no se pueden reducir al cuerpo individual, como por ejemplo las brechas salariales o los usos desiguales del tiempo que implican que las mujeres tienen menos tiempo para el ocio y dedican más tiempo a labores domésticas, inclusive a edades tempranas (INEC, 2008; Freyre & López, 2011; Aguirre & Ferrari, 2013; Meil & Rogero, 2012; Instituto Andaluz de la Mujer, 2010; Demométrica, 2007; Blackden & Wodon, 2006; OECD, 2014; Pérez 2000/2001). Tercero, es muy problemático confundir “sexy” con sexual. Las ubicuas imágenes sexualizadas de mujeres llevan “lo sexy” a todas partes, pero aquellas cosas que de hecho permitirían a las mujeres tener sexo por placer (anticoncepción, aborto, educación sexual sobre el placer femenino) son políticamente y socialmente disputadas (Filipovic, 2016). La farsa de la mujer sexy logra construir a una mujer que debe ser atractiva para los hombres pero que es sucia y vergonzosa si tiene sexo y lo disfruta. Por tanto, la imagen de la mujer erótica por sí sola no contribuye a cambiar los ejercicios de poder; sin embargo, puede ser vista como resistencia al nivel más micro frente a las también ubicuas opiniones como la presentada en las “Cartas a la columna”.

Ahora bien, ¿cómo son las representaciones de hombres y mujeres en las publicaciones de Calle U?, ¿a pesar de no ser gráficas, tienen relación con lo que recién se expone? Es posible decir que existe relación a pesar de la diferencia en la manera de transmitirlo. Los mensajes publicados en Facebook refieren en la mayoría (si no en todas) las ocasiones a relaciones o atracción, ya sea momentáneas o a largo plazo, entre hombre y mujer demostrando lo normativo de la heterosexualidad (Rossi, 2000; Puustinen, 2000; Coelho & Mota-Ribeiro, 2014).

En los mensajes de Calle U se confirman hallazgos realizados en las entrevistas y el trabajo de campo. Aquí se presentan mujeres que son rivales entre ellas a causa de un hombre o que, en vista de una conducta sexual liberada, pueden ser llamadas zorras o perras. Esto último es motivo de preocupación debido a la libertad con la que se insulta u ofende a las mujeres en las publicaciones. En ellas se coloca a las mujeres en una situación en la cual se alude a su sexualidad como un ámbito sobre el cual se puede opinar de manera insultante. La constante referencia a las

perras y las zorras constata lo encontrado por Romero-Sánchez, Carretero-Dios, Megías, Moya y Ford (2016) acerca del humor sexista. El humor hace que las personas cambien de un estado mental literal, más serio, a la hora de interpretar un mensaje a un estado mental humorístico, acríptico que trivializa a su sujeto. Se crea así una norma de tolerancia hacia la discriminación sexual que permite que el comportamiento sexista sea más aceptado. De acuerdo con la teoría de la norma prejuiciosa (Ford & Ferguson, 2004), el humor permite la expresión del sexismo sin temor a represalias. Por esta razón estos insultos hacia las mujeres pueden ser trivializados y encontrados chistosos.

Algo muy importante de destacar es que en el caso de estos chistes el prejuicio es nuevamente la relación entre la sexualidad de la mujer y su valía moral. Como se percibió en las imágenes y la falacia que presenta lo sexy como realmente asociado a lo sexual (Filipovic, 2016), en la heterosexualidad el hombre piensa con el pene y se vale de argucias para acercarse a esos cuerpos de los cuales aprecia más sus curvas que su inteligencia. En este acercarse solamente él tiene la posibilidad del placer; si ella goza es una “niña mala”.

Aquí son importantes dos observaciones. La primera es que una mujer buena debe vivir una sexualidad reprimida, aunque aburrida. Se evidencia así una percepción de la sexualidad femenina como pecaminosa (Bersani, 1987; Schifter & Madrigal, 1996; Clark, 2008; Regnerus, 2007), por ende, sujeta al juicio moral. La segunda es el uso del epíteto paternalista “niña” que denota un ejercicio de poder que equipara a la mujer no con una adulta con control de su cuerpo sino con una niña vulnerable por su falta de racionalidad y control de sus emociones e instintos (Merskin, 2004; Papadopoulos, 2010; Mingo, 2016). Esto denota una visión de la mujer sobre quien se ejerce además del poder racional otros tipos de prácticas como la protección o el cuidado (pues la mujer-niña es desvalida) lo que justifica el control.

Es necesario para analizar las publicaciones de ambos bares sacar a la mujer de la representación como la sempiterna víctima (Martínez Barreiro, 2004), al tiempo que hay que desligar el empoderamiento y la felicidad de las mujeres de lo corporal-sexual y la búsqueda y hallazgo de una pareja-hombre. La sexualidad claro que ha sido un ámbito terriblemente reprimido que el feminismo ha luchado por transformar, pero se deben conectar los cambios en este dominio con los cambios en otros. Se deben visibilizar las conexiones para comprender que es una cuestión sistémica (y sistemática) y no solo relativa a un dominio específico. Además, se debe conectar la discusión también con el cuerpo de los hombres porque el cambio no se puede dar si las mujeres son percibidas como entidades para quienes lo problemático es un asunto esencialista y no

relacional. Recordando la premisa de donde se parte para este estudio, el género no es una esencia sino una relación de poder que además se relaciona con otras variables, como la etnia, para construir ideas de cuerpos distintos inclusive dentro de un mismo género. Muestra de ello es la diferencia entre el caballero blanco y el pandillero negro de Brixton y la predominancia de mujeres blancas en las imágenes eróticas.

Es posible conectar todo lo anterior con lo planteado por Foucault (1992) como una fortaleza del poder que es su capacidad de generar efectos positivos en las formas del saber y del deseo. El poder no solo reprime o prohíbe, si así lo hiciera fracasaría ridículamente. Su capacidad de dominación está más allá –de hecho, más acá, asida al cuerpo- de la soberanía de las grandes instituciones y radica en que produce, construye, crea. Esto es posible verlo en las publicaciones analizadas, que constatan nuevamente la construcción de un adentro y un afuera del bar, pues dentro las personas pueden romper las reglas del tiempo y la moral del afuera en un entorno altamente sexualizado que invita a las mujeres a beber alcohol y a los hombres a pagar por verlo.

## VIII. Conclusiones

En el apartado anterior se discute toda la información recolectada y los datos construidos a partir de ella dividiendo los resultados en temas, de acuerdo con lo que fue surgiendo en las entrevistas y con las reflexiones teóricas realizadas al inicio de este documento. Es necesario, por lo tanto, concluir este escrito regresando a la pregunta de investigación y a su hipótesis, valiéndonos de estos resultados generados y de las discusiones propias de cada sección anterior.

Un primer ejercicio que es importante realizar para concluir esta investigación es retomar el concepto de poder de Foucault. Una diferenciación es útil para colocar las discusiones recién sostenidas en el marco de cómo opera el poder, y es la que existe entre soberanía y disciplina.

Para Foucault (2002) el poder del soberano data de la Edad Media. Su modelo es el Leviatán “que presuntamente engloba a todos los individuos reales y cuyo cuerpo serían los ciudadanos, pero cuya alma sería la soberanía” (p 42). Es un poder que, si bien es absoluto, es discontinuo; localizado en un monarca que debe recorrer él todo el cuerpo social pero que se transcribe en términos jurídicos en “obligaciones discontinuas y crónicas de cánones” (p 43). Es un poder que depende de la existencia física del soberano para ser; se funda en el trono.

Frente a esta soberanía se desarrolla en el siglo XVIII un nuevo tipo de poder, valga decir una de las grandes invenciones de la sociedad burguesa y del capitalismo industrial. Este es el poder disciplinario (Foucault, 2002, p 44, 45) que tiene como anclaje los cuerpos individuales. Este nuevo poder, aunque injustificable en términos de la teoría del soberano, convive con ella porque es la manera en la que jurídicamente se enmascara lo que puede haber en ella (en la disciplina) de dominación.

Es necesario entender que para el siglo XVIII los sistemas jurídicos permitieron una democratización de la soberanía, pero precisamente porque esa democratización estaba anclada en la coerción disciplinaria. Es decir, “como las coacciones disciplinarias debían ejercerse a la vez como mecanismos de dominación y quedar ocultas como ejercicio efectivo del poder, era preciso que la teoría de la soberanía permaneciera en el aparato jurídico y fuera reactivada, consumada, por los códigos judiciales” (Foucault, 2002, p 44). Las disciplinas entonces portan por su lado un discurso que es el de la regla. Este no es el discurso de la regla jurídica propio de la soberanía, sino el de la regla natural: la norma. Entonces es entre el derecho de la soberanía y la mecánica de la disciplina, entre estos límites, que se da el ejercicio de poder.

Como advierte Foucault (2002, p 45), no es que haya por un lado una regla jurídica o un sistema de derecho de la soberanía explícitos y, por el otro, disciplinas mudas que trabajan en el subsuelo y que constituyen la operación en la sombra de la mecánica del poder. Las disciplinas tienen sus propios discursos, crean aparatos de saberes y se refieren a un cuerpo teórico: el saber científico, clínico. Es por esto que Foucault (p 41) insta a estudiar los puntos de remate del poder, eso que está en la base de la formación social, sujeto a

instrumentos efectivos de formación y acumulación del saber, métodos de observación, técnicas de registro, procedimientos de investigación y búsqueda y aparatos de verificación, [esto porque el poder, para ser ejercido en sus mecanismos más finos, necesita de la] formación, organización y puesta en circulación de un saber [...] que no son acompañamientos o edificios ideológicos.

Es en esta base que están los operadores materiales de ese saber y sus formas de sometimiento. En este caso, son los hombres y las mujeres que operan el saber de los géneros-sexos y se someten a él no a partir de la norma jurídica sino de los discursos del saber: saber científico acerca de los cuerpos, su moral y su (re)productividad.

Es habiendo entendido esto y habiendo comprendido cómo, cuando se habla de poder en los niveles moleculares se hace referencia a las disciplinas, que se pueden responder las preguntas de investigación planteadas para este estudio. El problema de investigación presenta la siguiente interrogante: ¿Cómo es configurado por y contribuye a configurar las relaciones de género —en tanto relaciones de poder— el bar como espacio de ocio? Esta pregunta está complementada además por otras que, poco a poco, fueron abordadas en los resultados de investigación y las discusiones:

- ¿Cuáles son las experiencias del espacio de ocio que construyen los hombres y las mujeres que asisten a los bares analizados?
- ¿Cómo se da la interacción inter- e intra-género en los bares elegidos?
- ¿Es posible identificar prácticas de resistencia/reforzamiento a las ideologías dominantes sobre género y sexualidad, tanto en hombres como en mujeres?
- ¿Hay similitudes y/o diferencias entre bares, en términos de la experiencia y la interacción?, ¿en qué se basan estas similitudes/diferencias?

A partir de lo analizado y discutido en el capítulo anterior es posible respaldar la hipótesis planteada. Las experiencias en ambos bares son pensadas allí como equivalentes para hombres y para mujeres. Esta idea de equivalencia es posible principalmente porque al ser el tiempo de ocio

en un bar construido como un momento de relajación de las normas sociales, se mira como capaz de promover igual acceso y disfrute para todas las personas. Sin embargo, esta supuesta homogeneidad es contestada por las evidentes diferencias que experimentan hombres y mujeres en este tipo de ocio, por ejemplo, en lo referente a sus intereses, miedos y a la manera en que ellas y ellos son evaluados. Estas diferencias no son simples distinciones personales, sino que son consecuencia de factores estructurales que moldean las relaciones de género. Así, aunque se constata que hay diversidad de experiencias individuales que dependen de los intereses o las personalidades de quienes participan de este espacio, es posible encontrar un factor común a ellas: la reproducción de las dinámicas de poder entre los géneros, factor que al tiempo que es configurado por los bares y su oferta de actividades, también es el principio que configura a los bares como espacios de ocio nocturno en la dinámica capitalista. Esto quiere decir que el bar está atravesado por y se encuentra inmerso en un sistema patriarcal heteronormativo que divide al mundo en binarios masculino-femenino, asignando valor a lo primero. Pero el bar también contribuye a configurar estos binarios de maneras que son propias para este negocio.

Se puede afirmar que las experiencias de ocio difieren para hombres y mujeres principalmente en razón de la asociación que se hace con la sexualidad y el trabajo para unas y otros. Esto impacta las relaciones intra- e inter-género dentro del bar, logrando que se reproduzcan dinámicas heteronormativas donde lo masculino valorado consume lo femenino objetificado. Esto no se da, sin embargo, de manera uniforme. Es posible encontrar respuestas que confrontan al patriarcado, identificando sus puntos opresivos e intentando revertirlos, esto en ambos bares y tanto por parte de hombres como de mujeres. Es así que los puntos en común entre bares están relacionados con la construcción del espacio a partir del anudamiento entre capitalismo y heteronormatividad, pues los ejercicios desiguales de poder por sexo-género se respaldan en el bar como negocio. Los puntos de diferencia se refieren, por su parte, a las manifestaciones de los estilos culturales que presentan esta configuración de los ejercicios de poder de maneras que, aunque tengan el mismo fundamento sistémico, tienen estéticas distintas.

Los estilos culturales son importantes para agrupar personas con intereses similares en uno u otro bar, y en efecto permiten hacer lecturas sobre las clases probables que dentro de ellos se encuentran. Algo relevante al respecto es la construcción que quienes van a un bar realizan sobre la posible clientela del otro bar, esto a partir de la música principalmente. Esta es quizás el producto cultural más importante dentro de los bares y estos la utilizan para convocar a cierto tipo de clientela



que –precisamente a partir de la música- se espera que provenga de determinada clase social y que estéticamente se manifieste de determinada manera, por ejemplo, a la hora de vestir, algo que depende enteramente de los capitales culturales y económicos tanto de quienes participan del espacio, como de quienes lo configuran. Así, la música, como elemento aglutinador, es uno de los principales marcadores sociales en ambos bares; es a partir de esta que la identidad y la clase del bar se pueden definir.

Ahora bien, la idea de las experiencias de ocio en estos bares como equivalentes para hombres y mujeres merece ser profundizada. Su fundamento está en aquella división explicada por Baudrillard (2009) que erige al tiempo de trabajo como dominante, central. Según esta división en tiempo de trabajo y tiempo de descanso y de acuerdo con los resultados obtenidos, todas las personas se miran como iguales para el ocio en estos bares porque este es un espacio-tiempo aparentemente no normado.

Al ser el ocio la otra cara de la moneda del tiempo de trabajo, este (el ocio) es considerado un tiempo residual. Esto se constata tanto en el espacio académico, algo reflejado en la poca producción local al respecto, como en las mismas declaraciones de las personas entrevistadas quienes, aunque lo consideran un momento importante de la semana, lo ven así en parte porque permite desentenderse de las actividades y espacios de la vida cotidiana que producen estrés debido a que son prioritarios: la familia, el estudio y el trabajo. Es así que se complementa esta idea del ocio en un bar como tiempo residual con su construcción como un momento de liberación; liberación en tanto olvido de la vida de afuera, pero también en tanto omisión de sus restricciones.

Esta mezcla de espacio-tiempo de segunda prioridad, pero también de liberación frente a lo normado, construye a estos bares como una contracara del afuera, privilegiada por su volatilidad. Esto le da licencia para que, poniendo la fachada de la libertad y el tiempo sin importancia, pueda ser diseñado respondiendo a intereses económicos. Estos intereses, a su vez, están unidos con andamiajes patriarcales de tal manera que en esta atadura sea ininteligible dónde empiezan unos y terminan los otros, realimentándose mutuamente y solidificando –para parafrasear a la pensadora Heidi Hartmann -un matrimonio bien avenido<sup>78</sup>. La relevancia de esta idea radica en que al considerárselo residual (que sobra después de hacer las cosas realmente importantes de la vida

---

<sup>78</sup> Hartmann titula un escrito suyo del año 1981 “Un matrimonio mal avenido” para referirse a la difícil búsqueda de la unión entre marxismo y feminismo.

cotidiana) y de liberación (que permite alejarse por un momento de las reglas propias de esas cosas realmente importantes) se está dejando de lado la regulación a la que este tiempo de ocio somete a sus participantes, regulación que precisamente por ser ignorada o pasar por inexistente es muy efectiva.

La regulación se vale del poder disciplinario para organizar las experiencias de acuerdo con el género y en línea con el modo de producción capitalista. En el bar se mezcla lo normativo de los géneros y el control de los cuerpos que asocia a unos con lo productivo y a otros con lo reproductivo, con la liberación facilitada por la mezcla de consumo de alcohol y de experiencias de diversión e hipersexualización. El cuerpo entonces se disciplina para que pueda liberarse de manera controlada o en un marco regulado. Así, las disciplinas relativas al trabajo y la sexualidad operan de manera muy clara solicitando de las personas que participan del bar el someterse a su rigor cuando haya tensión entre deber y libertad; un rigor y una libertad que son individuales, personales.

Aquí es posible comprender eso que destaca Roberto Ayala (2016) cuando expone el tema de la ruptura de la relación entre trabajo y goce que se da por el énfasis dado en la sociedad a la "maximización de la ganancia a partir de la explotación del trabajo asalariado" (Ayala, p 47). Es por esta vía que se imponen y crean las condiciones para internalizar criterios de eficiencia, productividad y disciplina, que son planteados como objetivos en el proceso de producción y que asumen la represión del goce, dado que el principio de placer atenta no solo contra el rendimiento de la fuerza de trabajo, sino además contra la docilidad general de quienes están en condición de subordinación.

Así, como antítesis del trabajo principalmente, pero también del estudio y la familia, los bares han sido diseñados teniendo en cuenta una dinámica de costo-beneficio en el sentido de que la liberación es importante porque es un escape controlado de la represión que promueve a su vez el consumo, por lo que esta debe darse siempre y cuando no afecte los espacios productivos. Es por esto que la salida al bar es casi siempre relegada al fin de semana. El que el bar produzca un ladies night exitoso el lunes o el martes podría reñir con este planteamiento, sin embargo, el disciplinamiento es tan efectivo que aun los cuerpos con la peor de las "gomas" se levantan a cumplir sus obligaciones al día siguiente, precisamente porque el consumo en un bar es visto como una decisión personal ajena al deber. Esto funciona así tanto para hombres como para mujeres.

Es en términos del disciplinamiento de los cuerpos y la sexualidad donde se encuentran las mayores diferencias entre hombres y mujeres, lo que impacta sus respectivas experiencias de ocio.

Estas experiencias, como se concluye a partir del capítulo anterior, están atravesadas por un discurso de liberación que no es aplicado de la misma manera a ambas partes. Las mujeres, por ejemplo, transitan entre ser juzgadas como sexualmente disponibles (o no) por su manera de vestir, de bailar, de consumir licor y de presentarse en general frente a las demás personas, y ser objetificadas como quienes pueden brindar placer momentáneo a los hombres. Esta tensión encuentra su punto más explícito y violento en el ataque sexual, fantasía ansiógena que pulula generando al tiempo que miedo en las mujeres, la idea de que la responsabilidad es suya y no de los atacantes. La sexualidad de las mujeres es aquí realmente un campo de batalla; un núcleo de disputa sin igual todavía hoy, décadas después del surgimiento del feminismo de la segunda ola.

Esta batalla es posible escucharla también en algunas canciones de hip hop y reggaetón. Allí los discursos de poder presentan los cuerpos de los hombres como espectáculos masculinos y los cuerpos de las mujeres como receptáculos femeninos ya sea del amor, del pene, de los golpes o de algún otro “regalo” que permita a los hombres alardear de su condición dominante. Vale recalcar que esto también es violento para con aquellos hombres que no calzan dentro de esta construcción que les exige demostraciones constantes de una masculinidad agresiva.

Sin embargo, el sistema patriarcal no siempre es tan evidente como en la letra de una de estas canciones. Si bien todas las interacciones en ambos bares se dan en este marco patriarcal-capitalista, hay manifestaciones de los ejercicios de poder desiguales que son mucho más sutiles, desde la caballerosidad hasta la incomodidad que producen las muestras de afecto de una pareja homosexual.

Así, las interacciones, las conductas, los comportamientos y las técnicas corporales son muy variadas y se presentan en un continuo que tiene muchos matices diversos, incluyendo posturas resistentes y de acomodación. Hay gente que condena el *ladies night* por considerarlo un evento que atenta contra la dignidad de las mujeres al venderlas como carnada para el beneficio económico del bar. Otras personas van a los bares y no quieren participar de la vibra hipersexualizada y salen para divertirse con su grupo de amistades, a pesar de que entienden que el bar se presta para la hipersexualización y este es el elemento que convoca a mucha de la gente que comparte con ellos ese espacio. Hay también mujeres que no están de acuerdo con la visión tradicional según la cual ellas deben esperar que un hombre las aborde, sino que ellas pueden tomar la iniciativa; y hombres quienes apoyan esta actitud. Está también la mujer que se aprovecha del *paganini* y de la dinámica que se supone la terminaría explotando a ella, logrando con esto beber gratis toda la noche. Está

también la dinámica más naturalizada de la mujer que decide con quién baila y con quién no y que puede poner límites a quien quiera acercarse a su cuerpo. Finalmente, están también los mayores grados de apertura hacia las personas homosexuales, principalmente los hombres, quienes son mucho más amenazantes para el sistema que las mujeres lesbianas. Todo esto se da en ambos bares.

Así es que en el marco de este mismo sistema hay pequeñas victorias que es válido celebrar y posturas que es necesario reivindicar, para no pensar que hay un contexto homogéneo y aplastante de agresión y dominación hacia las mujeres, que exige que los hombres ejerzan sin chistar esa agresión, aunque la repudien. Esto es importante también tenerlo en cuenta rescatando la idea de que la mujer no es solamente víctima y de que el hombre no es solamente agresor. Mujeres y hombres son agentes capaces de cambiar las condiciones de su entorno en tanto son puntos de remate del poder (Foucault, 2002). Pueden revertir en las microinteracciones las condiciones en las cuales ellas son víctimas y ellos victimarios, para establecer intercambios más igualitarios. Pero es importante comprender que esta no es la oferta diseñada en ninguno de los dos bares. Los bares cuentan con que hay desigualdad en los ejercicios de poder porque es esta dinámica de las truchas y los pescadores la que resulta ser más rentable, y no solamente en un ladies night, sino en su oferta de ocio en general en tanto lucran con la división sexual de los placeres. Esto no es obra de una mente cínica y maquiavélica; lamentablemente es así como se diseña el ocio en general, desde las películas de Hollywood hasta los deportes.

Desde el matrimonio capitalismo-patriarcado se disciplinan los cuerpos de hombres y mujeres de manera diferenciada, para que se dividan según los roles de las economías productiva y reproductiva. No importa si las mujeres tienen hoy más acceso al mercado laboral; el acceso no ha sido mejor. Por ejemplo, se sigue ganando menos que los hombres por realizar las mismas labores (Salazar, 2016). Además, como se vio en los "Antecedentes de investigación", los hombres no han incursionado de la misma manera en el trabajo doméstico, que sigue estando feminizado.

Un signo de la persistencia de esta división entre lo productivo y lo reproductivo está en las evaluaciones que se hace de los cuerpos de las mujeres, y en cómo difieren estas evaluaciones de las de los hombres. Esto refleja lo arraigada que está la postura más tradicional según la cual, la mujer –como se indicaba en los Antecedentes históricos– es el faro moral de la sociedad. Curioso es que esta postura pueda convivir con el engaño que pone en el lugar del verdadero disfrute de la sexualidad de las mujeres, un cuerpo "sexy". El pensar en lo sexy como equivalente a la sexualidad ha creado una falsa semejanza entre los cuerpos de las mujeres exhibidos con connotaciones

sexuales o eróticas en portadas de revistas, en la publicidad y en los bares mismos, y la liberación y el real goce de la sexualidad.

El publicar y publicitar el cuerpo de las mujeres ha permitido una normalización de estos, en todos los sentidos de la palabra: generalizándolos y regulándolos. No está de más recordar que esto no ha logrado que las mujeres tengan el poder y el control sobre sus cuerpos; ciertamente no ha sido el caso para un Estado confesional como el costarricense donde las portadas de algunos periódicos de mucha circulación que muestran a mujeres en traje de baño cohabitan con la ilegalidad del aborto y el hecho de que las mujeres trans no tengan derecho a cambiarse el nombre. Al hacer pública esta pseudo-sexualidad lo que se logra es que esté bajo el control de un sinnúmero de disciplinas, desde la medicina estética hasta la sexología, pasando por la psicología evolutiva y el saber que logra establecer normas corporales que relacionan matemáticamente belleza con salud.

El que la ropa de las mujeres—especialmente aquellas llamadas tierrosas— en los bares fuera llamada repetidamente “provocativa” da también indicios de cuál es la lógica aplicada al vestido femenino. La ropa en las mujeres debe seguir aquella regla del balance (mostrar arriba, cubrir abajo o viceversa) para no enviar un mensaje de completa disponibilidad sexual. Esto permite reiterar esta conclusión a la que se llegó al hablar de seguridad: el cuerpo femenino cuando se muestra se vuelve un objeto de dominio público. Esto justifica para algunas personas el ataque sexual al reducir el abuso a un “ella se lo buscó”.

Es importante que no parezca que se está apelando aquí a algún tipo de puritanismo cuando se critica la utilización del cuerpo de las mujeres para hablar de liberación sexual, asumiendo que se está proponiendo la idea de que se deben esconder o cubrir los cuerpos. La idea no es esta en lo absoluto. Hay algunos puntos que es necesario enfatizar, aunque ya hayan sido esbozados anteriormente. El primero es la necesidad que existe de deshacer esa asociación que ha sido naturalizada, y en la que hemos sido socializados durante las últimas décadas sin cesar, que hace pensar que la sola exhibición del cuerpo femenino es revolucionaria o capaz de generar empoderamiento. La segunda es que se debe cambiar la idea que reduce el empoderamiento y la liberación femenina al cuerpo de las mujeres. Que el locus del poder de las mujeres sea solamente el cuerpo invisibiliza los otros espacios de acción que son tan importantes para el feminismo, siendo el ocio uno de ellos.

Claro que el cuerpo es un campo de batalla, como se dijo anteriormente, pero no es el locus exclusivo del poder y definitivamente no lo es si este no está siendo usado para el placer propio de

las mujeres, sino para el control capitalista-patriarcal. Además, por supuesto no puede ser el locus del poder un cuerpo que responde solamente a un sector muy reducido de la población de mujeres: blancas, delgadas, jóvenes y sin discapacidad. Sí que es importante naturalizar la desnudez femenina pero precisamente para despojarla del halo represivo y pecaminoso que le rodea y que la vuelve objeto de control al colocarlo en la dimensión pública, insinuando que provoca o seduce.

Patriarcado y capitalismo necesitan perpetuar la asociación entre la mujer y el trabajo reproductivo y en tanto no saquemos la revolución del cuerpo y de la sexualidad ligada a la moral – que permite vincular sexualidad, moral y pobreza- será muy difícil salir de ese lugar donde han relegado estos cuerpos. La emancipación quizás empieza entonces por encontrar lugares distintos dónde rebelarnos. Este es uno de los grandes desafíos que tenemos como seres humanos.

Lo segundo que tiene que ver con si se exhibe el cuerpo o no y qué se exhibe (incluso, por ejemplo en el caso de que los hombres quisieran usar un vestido más allá de Babel en el Brixton), es lo referente a esta interpretación que dieron las personas que participan de estos bares sobre cómo se ejerce la libertad. Esto nuevamente tiene como sustrato el atomismo metodológico que sitúa como fundamental para el decurso de la vida la decisión personal, como si esta bastara para cambiar la opresión y exclusión materiales.

Es importante validar la agencia de cada sujeto que está en estos bares participando de una noche de ocio, pero no se puede ignorar la fuerza que tiene el sistema para coaccionar(nos) a partir de disciplinamientos ocultos que hemos interiorizado a lo largo de nuestra vida. La marcada diferencia que se nota en las interpretaciones de los cuerpos de las mujeres y los hombres es una señal clara de cómo no se están haciendo lecturas individuales de simples individuos. Cómo mujeres y hombres difieren en sus asociaciones con la sexualidad y el trabajo da cuenta de los discursos que se manejan sobre unas y otros y los saberes que alrededor de estas construcciones damos por sentado. Las peticiones de principio enunciadas una y otra vez sobre la “naturaleza” de los hombres y las mujeres son discursos de poder que están más allá de una decisión personal de pensar esta u otra cosa.

Por esta razón es importante contestar este atomismo y señalar el cómodo lugar que ha encontrado en los igualmente cómodos discursos posmodernos. Desde esta perspectiva lo que sucede en un bar se mira como la suma de las decisiones personales de su clientela, incluyendo el abuso sexual pero pasando por cuestiones aparentemente más simples, como el consumo en ese espacio. Según esta perspectiva cada individuo, cada cabeza, es un mundo. Cada quien es capaz de

salir de noche al bar con una idea personal de qué está bien y qué está mal. El gusto, la moral, la clase, la libertad, todos son relativos. Las personas pueden hacer un esfuerzo para que una situación se lea de cierta manera (soy un hombre amigable, soy una mujer rebelde), pero si no lo logran, el problema es de quien lee porque, según esta postura, la vida es un texto.

Es comprensible por qué es tan seductora esta idea; promete al individuo conseguir lo que desea si tan solo se esfuerza. En otras palabras, el poder está en el ojo de quien mira. Este radica en que cada quien está en su derecho de interpretar la situación a su antojo; no hay absolutos. Mientras tanto, en el lado que no vemos, yace la verdadera fortaleza de esta postura para con ella misma: el cebo del poder individual anula el cambio social y entonces todo permanece más o menos igual. ¡Tanta promesa de potencia para que al final no se pueda nada!, ni los sueños individuales, mucho menos los cambios estructurales.

Una consecuencia importante de esta visión ha permeado la configuración del ocio en general, no solamente en los bares. La paulatina privatización del desarrollo urbano presentada aquí en “Antecedentes históricos” se ve reflejada en la escasa oferta de espacios públicos para el ocio y en la reducción del ocio metropolitano prácticamente al consumo en espacios semi-privados—como un centro comercial— donde hay barreras simbólicas y materiales de exclusión. Esto ha promovido un menor contacto entre personas provenientes de clases sociales distintas y, por ende, el debilitamiento del tejido social. A esto se aúna la persistente segregación del espacio, contemporánea a esta privatización, que divide la provincia de San José y zonas colindantes en el Este y el Oeste, precarizando de paso las condiciones de existencia de muchas personas.

Esto lleva entonces a plantear la necesidad de reformular la distribución de los espacios de manera que se promueva la convivencia para la humanidad, no para el consumo. También lleva a que se replanteen las asociaciones entre las zonas urbano-marginalizadas y la criminalidad, la vagancia principalmente de los hombres y la promiscuidad principalmente de las mujeres, factores que—como se citó a partir de otros estudios (Weiner, Osborne & Rudolph, 2011)— se exponen como causas de la pobreza. Estas asociaciones generan nichos donde se considera inútil intervenir, pues las penurias se miran como causadas por la falta de voluntad individual, ocultándose así el grave problema de la desigualdad. Vale aclarar, en este caso la desigualdad no sería solamente de ingreso, que es ya de por sí una consecuencia de mecanismos fallidos de distribución de los recursos, sino desigualdad del acceso a mercados vitales: la tierra, el conocimiento y el empleo (Pérez-Sainz, 2014).

Como indica Foucault (2002) se pensaría que hoy, para enfrentar las mecánicas disciplinarias y combatir aquellos poderes sustentados en el saber científico, habría que recurrir al viejo principio de la soberanía y el derecho organizado a su alrededor. Esa sería una idea que podría surgir. Pero se ha visto que disciplina y soberanía, derecho y saberes disciplinarios constituyen los mecanismos del poder. Por ello,

para luchar contra las disciplinas, o, mejor, contra el poder disciplinario, en la búsqueda de un poder no disciplinario, no habría que apelar al viejo derecho de la soberanía; deberíamos encaminarnos hacia un nuevo derecho, que fuera antidisciplinario pero que al mismo tiempo estuviera liberado del principio de la soberanía. (Foucault, p 46)

Dice Rita Segato (2003) que no es precisamente por decreto que se revocarán las fantasías culturales que llevan, por ejemplo, a la violencia de género. De nada sirve un decreto sin cambio cultural. Desde Foucault, de nada sirve un decreto pues este es solamente el reverso que esconde lo que tiene de dominación la disciplina, para depositarlo en un dominio jurídico-canónico que no sufre al verse como impositivo. Si los discursos de poder construyen, organizan y verifican desde abajo hombres superiores y mujeres inferiores, ¿de qué sirve el derecho?

El poder soberano protege la libertad individual, y esta es traducida, en la disciplina económica, en el poder de la libre elección en el mercado. Esto pasa en el ocio. Cómo descansar, cómo ser libres, es también producto de un saber que va y viene entre la libertad personal y la norma capitalista (económica) y patriarcal (científico-evolutiva) en términos de qué días se sale, cuánto alcohol se bebe y qué se tiene “permitido” hacer sin estropear el dominio productivo.

¿Cuál sería una opción para que hubiera un espacio-tiempo de liberación que estuviera fuera del ciclo de producción y de consumo del que parece que no podemos escapar?, ¿podemos escapar; tenemos opción de controlar nuestro tiempo?, ¿podemos transformar el sustrato productivo-reproductivo que atraviesa el “tiempo libre”?

En una de las entrevistas un parroquiano de uno de los bares, aquel preocupado porque en el mundo ya no hay suficiente espíritu punk pues el sistema lo ha cooptado, al comentar sobre las posturas más transgresoras del sistema llega a una conclusión. Él se encuentra afirmando de repente, a propósito de los chatas: “... al rato son más antisistema ellos porque a los maes les vale un culo el sistema”. Mi informante continúa con su diatriba que está dirigida más bien a los hipsters, pero a mí esta idea me queda resonando. Estos maleantes son los verdaderos antisistema porque se atreven a violar la sacralidad de la propiedad privada. Esto es todavía más comprensible si



invertimos la afirmación para descubrir que, en realidad, es al sistema al que le importa un bledo un chata. No se trata de hacer una apología a la delincuencia, sino de evidenciar hasta dónde se debe llegar cuando se quiere hablar de ruptura.

Este mismo informante continúa minutos después con otra reflexión. Apelando a Greg Graffin, fundador de la renombrada banda punk Bad Religion, para interpretar el estado de las cosas, él concluye que no se trata de ir contra el sistema por ir contra el sistema; se trata de encontrar soluciones alternativas a este. Es la resistencia no como confrontación directa, sino como creación y creatividad colectivas, como rutas desviadas.

Decía Slavoj Žižek (Mapocho Press, 2011), un diciembre de 2011 frente a quienes ocupaban Wall Street, que el sistema nos ha truncado hasta la capacidad de soñar. El mejor ejemplo de esto se puede ver en las películas: siguiendo la famosa cita de Jameson, Žižek nos recuerda que se puede imaginar fácilmente el fin del mundo o un asteroide acabando con la vida en el planeta, pero no se puede imaginar el fin del capitalismo. Yo añadiría a este capitalismo, por supuesto, el patriarcado. Esto resume perfectamente lo que queda después de realizar este ejercicio de investigación, después de escribir una tesis sobre poder, género, clase, bares, libertad y cadenas, resistencia y empoderamiento; después de intentar pensar una y otra vez cómo podríamos construir otro ocio, otros géneros, desde lo colectivo.

En el entendido de que patriarcado y capitalismo han creado una mancuerna sumamente efectiva, es claro que la transformación de uno traería como consecuencia la transformación del otro. Como se ha dicho tantas veces, solucionar o eliminar la subordinación de las mujeres sin tener en cuenta la lucha anticapitalista, es un sinsentido. Por tanto, partiendo de que lo personal es político, se puede empezar por sospechar del sujeto como construcción internamente coherente, único y trascendente para encontrar nuevas manifestaciones de placer, deseo, lucha y vinculación con las otras personas (Bercovich, 2007). Para encontrar nuevos modos de estar juntos (Bersani, 1998).

Rita Segato (Babiker, 2016) nos alerta sobre la falta de empatía y desvinculación entre las personas que tiene la fase del capitalismo en la que estamos. El triunfo de este sistema se fundamenta en la anulación de la solidaridad y en la prioridad que tiene la relación con las cosas, no con las personas. Como humanidad hemos caído en la trampa del discurso de la acumulación y en esta sellamos un día a día profundamente sombrío. A quienes quisiéramos alertar del muro que nos espera más adelante, de seguir por esta senda, nos ha faltado –continúa Segato (Babiker)- crear una

retórica valiosa para el proyecto histórico alternativo que sea capaz de mostrar la existencia de cosas más festivas y más alegres y formas menos tristes de existir.

Peggy McIntosh (1988), reflexionando sobre el privilegio blanco y masculino, concluyó acertadamente hace décadas que para rediseñar los sistemas sociales es preciso primero reconocer que estos tienen dimensiones ocultas apabullantes. Lo no-dicho de los privilegios da paso a su perpetuación porque permite que el pensamiento sobre los ejercicios del poder se mantenga incompleto, invisibilizando por supuesto la condición de quienes históricamente han debido resistir y sufrir. Igualmente, lo silenciado del privilegio, por ejemplo, cuando se hace mofa de la importancia de ser políticamente correctos, protege las ventajas que quienes han logrado ser históricamente dominantes no están dispuestos a ceder.

Aquel diciembre en Wall Street ya citado, Žižek (Mapocho Press, 2011) contó un chiste que va más o menos así: un hombre de Alemania Oriental es enviado a Siberia a trabajar. Enterado de que las cartas que escribiera serían revisadas por los censores, acuerda un código con sus amigos: una carta escrita con tinta azul quiere decir que todo es verdad. Una carta escrita con tinta roja indica que todo es falso. Al mes de estar en Siberia los amigos reciben la primera carta, escrita en tinta azul. Esta lee: *Aquí todo es maravilloso. En las tiendas hay mucha comida muy buena, los cines exhiben excelentes películas occidentales, las casas son grandes y lujosas. Lo único que no es posible conseguir es tinta roja.* Esto significa que debemos también luchar por crear las herramientas de entendimiento de la realidad que nos permitan comprenderla fuera de las relaciones de dominación.

Entonces habría cuatro cosas que se me ocurre, como un inicio, podríamos empezar a hacer: construir tiempo de ocio con diversidad de personas no como liberación del trabajo sino como fruición en sí, quitarnos la ropa por el propio placer, llevar la ciencia social como voz donde haya silencios rodeando privilegios y escribir la historia con tinta roja.

## **IX. Recomendaciones**

A continuación, se expondrán cuatro recomendaciones muy puntuales a partir del estudio recién llevado a cabo. Estos cuatro puntos surgen a partir de algunas temáticas que fueron abordadas solamente de manera tangencial o superficial en este estudio debido a que superaban las posibilidades de trabajo que se podía realizar en el marco de la pregunta de investigación. Estas son recomendaciones que también surgen a partir de comentarios que se leen en otras investigaciones y estudios sobre temas poco abordados o vacíos de producción dentro de la academia, tanto a nivel nacional como internacional. Así, las recomendaciones serían las siguientes:

1. Siguiendo la lógica que se establece en esta investigación, según la cual el trabajo es un tiempo dominante y el ocio es un tiempo residual, se ha notado que esta división se reproduce en la academia. Tal vez a nivel internacional en las últimas décadas ha habido mayor interés por profundizar en el conocimiento alrededor del tema del ocio, sin embargo, a nivel local fue muy escasa la producción encontrada. Es importante recordar que la ciencia no es neutral y que al escoger temas de investigación nos atraviesa el poder, precisamente los disciplinamientos. Por ello, se debe reflexionar sobre la necesidad de profundizar en el tema del ocio desde la academia, evitando pensarlo como un tiempo sin importancia. Hay formas de explotación o dominación que son más evidentes en otros espacios, pero esto no significa que la sujeción y la potencial liberación en el ocio no merezcan ser contempladas como campos de estudio, sobre todo considerando que para lograr transformaciones se requiere entender el estado de las cosas.
2. En relación con el uso del tiempo, pero también con otros temas como la sexualidad o el consumo de drogas, está el estudio del placer. Este es muy importante porque allí donde se habla de placer se está hablando de ideología. Este es un tema que debe ser estudiado desde distintas disciplinas. La sociología tiene mucho que decir sobre el placer y puede dialogar con otros discursos críticos como el psicoanálisis, por ejemplo, para una comprensión más amplia. Como critica David Moore (2008), para el caso del estudio del consumo de drogas, el placer frecuentemente es analizado desde las perspectivas médica o judicial, estableciendo parámetros para las conductas consideradas “de riesgo”. Esto implica que poco se habla de lo que podría haber de liberador en *ello*. Además, se dejan de lado temas que podrían ser muy interesantes, como la música o el baile, que por no tener una

vinculación directa en nuestro imaginario con prácticas placenteras (a diferencia de la sexualidad o las drogas) se desplazan de este campo reduciéndose no en pocas ocasiones al campo de la producción cultural que, si bien es muy sólido, no abarca todas las posibilidades de goce de estas producciones. Es importante entonces dar fuerza a una teoría sociológica del placer que nos permita hacer análisis sobre estos elementos que nos refieren a la humanidad, el goce y la creatividad.

3. En relación con el anudamiento que existe entre patriarcado y capitalismo se recomienda siempre que se estudie uno u otro sistema, incorporar herramientas de análisis para estudiar el otro. Es decir, para una comprensión global de la realidad social se requiere de la inclusión de ambos sistemas en el análisis, sobre todo porque ambos están tan fundidos que, aunque teóricamente sean fáciles de identificar, en la realidad social su existencia entrelazada les hace prácticamente indisolubles. Debe hacerse un esfuerzo por unir teorías para lograr generar una perspectiva crítica que englobe de mejor manera la comprensión de las luchas y los ejercicios de poder en la formación social como un todo.
4. Finalmente, dentro de este anudamiento capitalismo-patriarcado queda un elemento que no fue tomado en cuenta en este estudio porque se salía de las posibilidades del análisis propuesto, pero que debería ser tomado en cuenta al hablar de ocio. Este tercer elemento ha sostenido el sistema como una tríada: capitalismo-patriarcado-racismo. La inclusión de la variable etnia como herramienta de análisis sería importante para entender de manera más completa las formaciones sociales en un mundo que se ha valido de la división por género y por etnia para mantener ciertos privilegios. Comprender también las disciplinas y los ejercicios de poder que se desarrollan a propósito de la etnia y que la vinculan con el género y la clase es particularmente relevante para un país como Costa Rica que se construye como una nación homogénea (blanca, vallecentralina) (Sandoval, 2002) que sostiene un racismo institucionalizado y terriblemente solapado bajo los discursos del "país de paz", (mismo discurso este último que logra definir, por ejemplo, un feminicidio como un "crimen pasional"). Incluir la etnia como herramienta conceptual permitiría de alguna manera completar el círculo del análisis de la sujeción de los individuos. Podría pasarse de las disciplinas focalizadas en el cuerpo individual a los saberes que definen poblaciones completas en lo que se ha definido como biopoder (Foucault, 2002), que podría ser otra herramienta conceptual de utilidad para futuros estudios.

## X. Referencias

- Adelman, M. y Ruggi, L. (2008, Julio). The Beautiful and the Abject Gender, Identity and Constructions of the Body in Contemporary Brazilian Culture. *Current Sociology*, 56(4), pp. 555-586.
- Aguilar, N. (2006, 19 de diciembre). Condenado por crimen en 'calle de la Amargura'. *La Nación*. Recuperado de [http://www.nacion.com/ln\\_ee/2006/diciembre/19/sucesos934749.html](http://www.nacion.com/ln_ee/2006/diciembre/19/sucesos934749.html)
- Aguilar, W. y Monge, D. (2005). *La configuración de la identidad juvenil frente a fenómenos de globalización cultural: un estudio sobre la participación de jóvenes de sectores urbanos en fiestas de música electrónica*. Tesis para optar por el grado de Licenciatura en Psicología. Universidad de Costa Rica.
- Aguilar, W. y Monge, D. (2011). Identidad social, cultura del entretenimiento y globalización cultural: la participación de jóvenes en fiestas de música electrónica. En R. Pérez (Ed.), *Psicología de los usos de los medios. Avances en la investigación de la psicología de los medios de comunicación*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Aguirre, R & Ferrari, F. (2013). *Las encuestas sobre el uso del tiempo y trabajo no remunerado en América Latina y el Caribe. Caminos recorridos y desafíos hacia el futuro*. Chile: Naciones Unidas.
- Ahmimed, C. y Quesada-Montano, S. (2016). *Vinculando a los varones con el logro de la igualdad de género en América Latina y el Caribe*. Conferencia llevada a cabo del 23 al 25 de noviembre de 2015, San José, Costa Rica.
- Aitchison, C. (1998). New cultural geographies: the spatiality of leisure, gender and sexuality. *Leisure Studies*, 18, pp. 19-39.
- \_\_\_\_\_. (2000). Poststructural feminist theories of representing Others: a response to the 'crisis' in leisure studies' discourse. *Leisure Studies*, 19(3), pp. 127-144.
- Aitchinson, C., Macleod, N., & Shaw, S. (2002). *Leisure and Tourism Landscapes. Social and cultural geographies*. Londres: Routledge.
- Alfaro, J. (2005). La retórica del poder. Miradas respecto del feminismo. *Athenea Digital*, 7, pp. 105-113.
- Alvarenga, P. (2004). *La política de los polvos y el colorete. El cuerpo femenino en disputa (1910-1930)*. Ponencia presentada en el VII Congreso Centroamericano de Historia, 19-23 de julio. UNAH, Tegucigalpa, Honduras.

- \_\_\_\_\_. (2005). *Los ciudadanos y el Estado de Bienestar. Costa Rica en la segunda mitad del siglo XX*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Amigot-Leache, P; & Pujal i Llombart, M. (2006). Ariadna danza: lecturas feministas de Michel Foucault. *Athenea Digital*, 9, pp. 100-130.
- Ampudia de Haro, F. (2004). *La civilización del comportamiento: urbanidad y buenas maneras en España desde la Baja Edad Media hasta nuestros días*. Tesis para optar por el grado de Doctor en Sociología de la Universidad Complutense de Madrid. Extraído de <http://eprints.ucm.es/10497/1/T28072.pdf>
- Araya, M.C. (2006). *Imaginario urbano, medios de comunicación y experiencias de ciudad. ¿Cuáles son las ciudades de nuestros deseos, fantasías y miedos?* Tesis de Doctorado para la obtención del título de Doctora en Estudios de la Sociedad y la Cultura, Universidad de Costa Rica, Costa Rica.
- Arce, T. (2008). Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación? *Revista Argentina de Sociología*, 6(11). Revista en línea, extraída de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1669-32482008000200013](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-32482008000200013)
- Ardévol, E. (2009, 7 de octubre). *Las técnicas de los sentidos: transformaciones de la práctica antropológica*. Presentación el 7 de Octubre en el Seminario IDES, Buenos Aires. Extraído de [https://eardevol.files.wordpress.com/2009/11/tecnicas\\_sentidos\\_ides.pdf](https://eardevol.files.wordpress.com/2009/11/tecnicas_sentidos_ides.pdf).
- Ávila-Fuenmayor, F. (2007). El concepto de poder en Michel Foucault. *A Parte Rei. Revista de Filosofía*, 53. Extraído de <http://serbal.pntic.mec.es/AParteRei>
- Ayala, R. (2016). *Marxismo y globalización capitalista*. San José, Costa Rica: Ediciones Perro Azul.
- Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz. (2011). *Uso social del tiempo con perspectiva de género en Vitoria-Gasteiz. Análisis comparativo y evolutivo del uso del tiempo en actividades domésticas y cuidado de personas*. España: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz.
- Babiker, S. (2016, 08 de julio). Pedagogía de la crueldad en un mundo de dueños. La antropóloga Rita Segato reflexiona sobre la violencia hacia las mujeres y la cultura de la dominación. *Resumen Latinoamericano*. Extraído de <http://www.resumenlatinoamericano.org/2016/07/08/pedagogia-de-la-crueldad-en-un-mundo-de-duenos-la-antropologa-rita-segato-reflexiona-sobre-la-violencia-hacia-las-mujeres-y-la-cultura-de-la-dominacion/>
- Báez, J. M. (2006). En mi imperio: Competing discourses of agency in Ivy Queen's reggaeton. *Centro Journal*, 28(2), pp. 63-81. Extraído de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=37718204>
- Banco Mundial. (2012, 13 de setiembre). *Mujeres tienen menos probabilidades que hombres de participar en el mercado laboral en la mayoría de los países*. Extraído de

[http://datos.bancomundial.org/noticias/mujeres tienen menos probabilidades que hombres de participar en el mercado laboral en la mayoría de los países](http://datos.bancomundial.org/noticias/mujeres-tienen-menos-probabilidades-que-hombres-de-participar-en-el-mercado-laboral-en-la-mayoria-de-los-paises)

- Barthes, R. (2003). *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona: Paidós.
- Bartky, S.L. (1990). Foucault, la feminidad y la modernización del poder patriarcal. En *Femininity and Domination Studies in Phenomenology of Oppression* (pp. 137-152). New York: Routledge.
- Barzuna, G. (2010). Comunicación costarricense en espacios urbanos y de vida cotidiana. *Revista Comunicación*, 19(1), pp. 5-12.
- Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Bejarano-Orozco, J. (2005). Alcohol, gender and partner aggression: a study in the Greater Metropolitan Area of Costa Rica. En I.S. Obot & R. Room (Eds.), *Alcohol, gender and drinking problems: perspectives from low and middle income countries* (pp. 69-88). Ginebra: Organización Mundial de la Salud.
- Benson, D. y Archer, J. (2002). An ethnographic study of sources of conflict between young men in the context of the night out. *Psychology, Evolution and Gender*, 4.1, pp. 3-33.
- Bercovich, S. (2007). *Intimidades transformadoras*. Extraído de [http://www.encuentropsicoanalitico.com/s1/Intimidades transformadoras.pdf](http://www.encuentropsicoanalitico.com/s1/Intimidades%20transformadoras.pdf) Bercovic?
- Bernard, R.H. (2006). *Research methods in anthropology*. Estados Unidos: Altamira.
- Bersani, L. (1987). Is the rectum a grave? *AIDS: Cultural Analysis/Cultural Activism*, 43, pp. 197-222.
- \_\_\_\_\_. (1998). *Homos*. Buenos Aires: Manantial.
- Bjerg, O. (2008). Drug Addiction and Capitalism: Too Close to the Body. *Body & Society*, 14(1), pp. 1-22. Extraído de <http://sites.middlebury.edu/drugs/files/2011/09/Bjerg-Drug-addiction-and-capitalism.pdf>
- Blackden, M. y Wodon, Q. (2006). *Gender, Time Use, and Poverty in Sub-Saharan Africa*. Washington, D.C: Banco Mundial.
- Boman, T. (2012). Among Superior Pleasers and Heartbreaking Seductresses. A Discourse Analysis of Constructions of Masculinity and Femininity in Contemporary Reggaetón Lyrics. *Human Rights Studies, MRSK30*. Extraído de <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=3349665&fileId=3349686>

- Bondi, L. y Christie, H. (2002). Working out the urban: Gender relations and the city. En G. Bridge & S. Watson (Eds.). *A companion to the city*. Reino Unido: Blackwell.
- Boris, E. (2010). Feminist Currents. *Frontiers: A Journal of Women Studies*, 31(1), pp. 166-171.
- Bourdieu, P. (1990, Setiembre). Espacio social y génesis de las clases. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, pp. 27-55.
- \_\_\_\_\_. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- \_\_\_\_\_. (2002). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. México: Taurus.
- Bovet J. y Raymond, M. (2015). Preferred Women's Waist-to-Hip Ratio Variation over the Last 2,500 Years. *PLoS ONE*, 10(4). Extraído de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4401783/>
- Brändle, G. (2010, Julio). Empleo femenino y consumo doméstico: el equipamiento del hogar como modelo de análisis. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 28, pp. 109-134. Extraído de [http://www.unizar.es/centros/eues/html/archivos/temporales/28\\_AIS/AIS28\\_04.pdf](http://www.unizar.es/centros/eues/html/archivos/temporales/28_AIS/AIS28_04.pdf)
- Brems, C. y Wagner, P. (1994). Blame of victim and perpetrator in rape versus theft. *The Journal of Social Psychology*, 134, pp. 363-374.
- Brooks, D. (2015). The Cost of Relativism. *The New York Times*. Extraído de <http://www.nytimes.com/2015/03/10/opinion/david-brooks-the-cost-of-relativism.html>.
- Brooks, O. (2009). *Negotiating Power, Resistance and Control Young Women's Safety in Bars, Pubs and Clubs*. Tesis para optar por el grado de Doctora en Filosofía en el Departamento de Ciencia Social Aplicada, Universidad de Stirling, Reino Unido.
- Brunner, J. J. (1991). *Modernidad y cultura en América Latina*. San José, Costa Rica: FLACSO.
- Butler, J. (1990). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. México: Paidós.
- \_\_\_\_\_. (2004). *Undoing Gender*. New York: Routledge.
- Caamaño-Morúa, C. (2007). El Colonialismo y los Skates, Bikers y Raggas en Limón. *Revista de Ciencias Sociales Universidad de Costa Rica*, 27(42), pp. 117-118.
- Cahill, S., Distler, W., Lachowetz, C., Meany, A., Tarallo, R. y Willard, T. (1985). Meanwhile Backstage Public Bathrooms and the Interaction Order. *Journal of Contemporary Ethnography*, 14(1), pp. 33-58.
- Calderón, R. (2012). *Delito y cambio social en Costa Rica*. San José, Costa Rica: FLACSO.



- Cantor, G. (2002). La triangulación metodológica en Ciencias Sociales. *Cinta de Moebio. Revista Electrónica de Epistemología de Ciencias Sociales*, 13. Extraído de <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=10101305>
- Carballo, P. (2001). *Cantar y contar: Un estudio cualitativo de la música como generadora de espacios de interacción de la juventud popular*. Tesis para optar por el grado de Licenciatura en Trabajo Social de la Universidad de Costa Rica.
- Carrasco, C. y Domínguez, M. (2003, Abril). Género y usos del tiempo- enfoques metodológicos. *Revista de Economía Crítica*, 1, pp. 129-152.
- Castón, P. (1996). La sociología de Pierre Bourdieu. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 76, pp. 75-97.
- Catterall, M., Maclaran, P. y Stevens, L. (2005). Postmodern Paralysis: The Critical Impasse. Feminist Perspectives on Consumers. *Journal of Marketing Management*, 21(5-6), pp. 489-504.
- Comisión Económica para América Latina CEPAL, División de asuntos de género. (2010). *Tiempo total de trabajo (remunerado y no remunerado). Recopilación experiencias encuestas. Uso del tiempo en los países*. CEPAL, Extraído de <http://www.cepal.org/oig/noticias/paginas/3/38403/tiempototaltrabajo.pdf>
- Chatterton, P. y Hollands, R. (2002). Theorising Urban Playscapes: Producing, Regulating and Consuming Youthful Nightlife City Spaces. *Urban Studies*, 39(1), pp. 95-116.
- Clark, D. (2003). The Death and Life of Punk, The Last Subculture [pp. 223-36]. En D. Muggleton y R. Weinzierl (eds.), *The Post-Subcultures Reader*. Oxford: Berg. Extraído de <http://individual.utoronto.ca/rogues/PunkLastSubculture.pdf>
- Clark, G.S. (2008). Sexuality: Social and Cultural Constructs of Women Represented through Art. Electronic Theses & Dissertations. Paper 139. Extraído de <http://digitalcommons.georgiasouthern.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1139&context=etd>
- Clarke, J. y Critcher, C. (1985). *The Devil Makes Work*. Basingstoke: Macmillan Houndmills.
- Coelho, Z. P. y Mota-Ribeiro, S. (2014). Discourses of Heterosexuality in Women's Magazines' ads: Visual Realizations and their Ideological Underpinnings. *Observatorio (OBS\*)*, 8(2), pp. 17-43. Extraído de [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1646-59542014000200002&lng=pt&lng=en](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-59542014000200002&lng=pt&lng=en).
- Collie, N. (2013). Walking in the city: urban space, stories, and gender. *Gender Forum. An Internet Journal for Gender Studies*, 42. Extraído de <http://www.genderforum.org/issues/gender-and-urban-space/walking-in-the-city-urban-space-stories-and-gender/>
- Colotelo, C., Marza, C., Mosneagu, A.M., Munteanu, C., Munteanu, P. y Preda, I. (s.f.). *Anthropology of Pubs: the Identity Role of a Pub*. SNSPA - National School of Political Science and

Administration, Bucharest, Romania. Extraído de <http://www.ccrit.ro/Pdf/ResearchReports/ResearchReportRalucaNagyCristinaP.pdf>

- Consejo Nacional de Política Pública de la Persona Joven. (2013). *Segunda encuesta nacional de juventudes: informe de principales resultados* [recurso electrónico] / Consejo Nacional de Política Pública de la Persona Joven. Extraído de [file:///C:/Users/Sofia/Downloads/segunda encuesta resultados principales 29 de agosto.pdf](file:///C:/Users/Sofia/Downloads/segunda%20encuesta%20resultados%20principales%2029%20de%20agosto.pdf)
- Contreras Castro, A. (2008). *Médium, medios masivos, modernización cultural y performace en Costa Rica (1950-1970)*. Tesis para optar por el grado de Doctor en Filosofía por la Freien Universität Berlin.
- Córdova, R. (2003). El concepto de habitus de Pierre Bourdieu y su aplicación a los estudios de género. *Colección Pedagógica Universitaria*, 40.
- Corngold, S. (1996). The Melancholy Object of Consumption. En R. Bogue y M. Cornis-Pope (Eds.), *Violence and Mediation in Contemporary Culture* (pp. 19-38), Albany, NY: State of New York Press.
- Coulangeon, P. (2015). Social mobility and musical tastes: A reappraisal of the social meaning of taste eclecticism. *Poetics*, 51, pp. 54–68.
- Crossley, N. (2005). Mapping Reflexive Body Techniques: On Body Modification and maintenance. *Body & Society* 11(1), pp. 1-35.
- De Beauvoir, S. (1953). *El segundo sexo*. Madrid: Cátedra.
- De Visser, R., Smith, J., Abraham, C. y Wheeler, Z. (2012, mayo). Gender, alcohol, and interventions. *Alcohol Insight*, 92. Extraído de [http://alcoholresearchuk.org/downloads/insights/AlcoholInsight\\_0092.pdf](http://alcoholresearchuk.org/downloads/insights/AlcoholInsight_0092.pdf)
- De Francisco, V.P., Palczwski, C.H. y McGeough, D.D. (2013). *Gender in Communication: A Critical Introduction*. Estados Unidos de América: Sage.
- Del Pino, M.J. y Matud, M.P. (2010). *Diferencias de género en tiempo dedicado al ocio. Un análisis de la relevancia de las variables sociodemográficas*. Ponencia presentada en el X Congreso Español de Sociología, 1-3 de julio.
- Demométrica. (2007). *Usos del tiempo, estereotipos, valores y actitudes*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Díaz, M. (2013). El significante muerte en la construcción subjetiva de jóvenes góticos. Tesis para optar por el grado de Licenciatura en Psicología de la Universidad de Costa Rica

- Dines, G. (2012, 7 de agosto). Cosmopolitan and the false promise of an 'awesome life'. *The Guardian*. Extraído de <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/aug/07/cosmopolitan-false-promise-awesome-life>
- Drake, B. (2013, Junio). *Another Gender Gap: Men Spend More Time in Leisure Activities*. Pew Research Center. Extraído de <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2013/06/10/another-gender-gap-men-spend-more-time-in-leisure-activities/>
- Durheim, K., Rautenbach, C., Nicholson, T., y Dixon, J. (2013). Displacing Place Identity. Introducing an Analytics of Participation. En F. Winddance y B. Gardener (Eds.), *Geographies of Privilege* (pp. 43-70). New York: Routledge.
- Duryea, S., Cox Edwards, A. y Ureta, M. (2001). *Las mujeres en el mercado laboral de América Latina y el Caribe en los años 90: Una década extraordinaria*. Departamento de Desarrollo Sostenible, División de Desarrollo Social, Serie Documentos de Trabajo Mercado Laboral, Banco Interamericano de Desarrollo. Extraído de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=356175>
- Edmonds, E. y Cahoon, D. (1986). Attitudes concerning crimes related to clothing worn by female victims. *Bulletin of The Psychonomic Society*, 24, pp. 444-446.
- Elias, N. (1977). *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. España: Fondo de Cultura Económica.
- Elias, N. y Dunning, E. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. España: Fondo de Cultura Económica.
- Enríquez, F. (2000). *Control social y diversión pública en Costa Rica (1880-1930)*. Ponencia expuesta en el XIX Congreso Internacional de Ciencias Históricas, 6 - 13 agosto. Oslo, Noruega. Extraído de <http://historia.fcs.ucr.ac.cr/articulos/contr-divp.htm>
- Esquivel, M. (2012). *Aumento de la participación de la mujer en el mercado laboral y sus efectos en actividades asignadas por tradición: el cuidado a niños y niñas y de los adultos mayores*. Ponencia presentada en el XVII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, 30 de octubre-2 de noviembre, Cartagena, Colombia. Extraído de <http://www.dgsc.go.cr/dgsc/documentos/cladxvii/esquipor.pdf>
- Falla Jara, A. y de Trazeguines Thorne, C. (2011). Ladies Night. Los negocios de doble plataforma y la regulación de competencia. *IUS ET VERITAS*, 21(43), pp. 122-139.
- Femenías, M.L. (2003). *Aproximación al pensamiento de Judith Butler*. Conferencia, Gijón 5 de diciembre. Extraído de <http://www.comadresfeministas.com/publicaciones/enlaweb/femenias.pdf>

- Ferguson, C.J., Muñoz, M.E., Garza, A. y Galindo, M. (2014, Enero). Concurrent and prospective analyses of peer, television and social media influences on body dissatisfaction, eating disorder symptoms and life satisfaction in adolescent girls. *Journal of Youth and Adolescence*, 43(1), pp. 1-14.
- Fernández, A. (2013, 15 de enero). La última luz de San José: el viejo bar El Balletero. *Su Casa*. Extraído de <http://www.revistasucasa.com/articulo/especiales/la-%C3%BAultima-luz-de-san-jos%C3%A9-el-viejo-bar-el-balletero>
- Fernández, O. (2000). Poder. En *Diccionario Electoral*, Tomo II. Instituto Interamericano de Derechos Humanos. San José, pp 1000-1007.
- \_\_\_\_\_. (2002). Weber y Foucault. *Revista Reflexiones*, 81(2), pp. 117-120.
- Fernández, V. (2006). *El discurso de las /12: hegemonía y lo contrapúblico en la construcción de la ciudadanía de mujeres*. X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Una década de encuentros para (re)pensar los intercambios y consolidar la Red. Ciudad de San Juan, Argentina, 19 al 21 de octubre de 2006.
- Filipovic, J. (2016, 10 de marzo). How Kim Kardashian Killed the Term "Empowerment". *Cosmopolitan*. Extraído de <http://www.cosmopolitan.com/entertainment/a55017/kim-kardashian-naked-selfie-empowerment/>
- Flowers, P., Marriot, C. y Hart, G. (2000). The Bars, the Bogs, and the Bushes: The Impact of Locale on Sexual Cultures. *Culture, Health & Sexuality*, 2(1), pp. 69-86.
- Follari, R. (2000). Elementos para una crítica del individualismo metodológico. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 5(9), pp 73-79. Extraído de <http://produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/viewFile/18656/18644>
- Ford, T. E., y Ferguson, M. A. (2004). Social consequences of disparagement humor: A prejudice norm theory. *Personality and Social Psychology Review*, 8, pp. 79-94.
- Foucault, M. (1976). *Historia de la sexualidad: la voluntad de saber*. México: Siglo XXI editores.
- \_\_\_\_\_. (1981). *Un diálogo sobre el poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- \_\_\_\_\_. (1988). El sujeto y el poder. *Revista Mexicana de Sociología*, 50(3), pp. 3-20.
- \_\_\_\_\_. (1992). *Microfísica del poder*. Madrid: Las ediciones de La Piqueta.
- \_\_\_\_\_. (1999). *Vigilar y castigar*. México: Siglo XXI editores.
- \_\_\_\_\_. (2002). *Defender la sociedad México*: Siglo XXI editores.

- Freyre, M. y López, E. (2011). *Brechas de Género en la Distribución del Tiempo*. Lima, Perú: Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social.
- Friedrich, E. (2013). Suiting Up and Stripping Down: the Changing Face of (American) Hegemonic Masculinity. *Spaces Between: An Undergraduate Feminist Journal* 1(1), pp. 1-18.
- Fuentes, L. (). *La construcción simbólica del "underground" goth y punk en la juventud del área urbana costarricense*. Tesis de Graduación presentada para optar al grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Periodismo, Universidad de Costa Rica.
- Fumero, P. (2004). La ciudad en la aldea. Actividades y diversiones urbanas en San José a mediados del siglo XIX. En I. Molina y S. Palmer. (Eds.). *Héroes al gusto y libros de moda. Sociedad y cambio cultural en Costa Rica (1750-1900)* (pp. 113-162). Costa Rica: EUNED.
- \_\_\_\_\_. (2009). La ciudad fragmentada: La Gran Área Metropolitana GAM. *Revista Herencia*, 22(2), pp. 7-12. Extraído de <http://www.latindex.ucr.ac.cr/her001/her001-2-22-2009-01.pdf>
- Galluci, M.J. (2008). Análisis de la imagen de la mujer en el discurso del reggaeton. *Opción*, 24(55), pp. 84-100. Extraído de [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1012-15872008000100006&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872008000100006&lng=es&tlng=es).
- García-Castro, J.D. y Pérez, R. (2010). Tiempo libre en adolescentes escolarizados de dos clases sociales de Costa Rica. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 8(1), pp. 439-454.
- Goffman, E. (1963). *Stigma*. New Jersey: Prentice Hall.
- \_\_\_\_\_. (1979). *Gender Advertisements*. Londres: MacMillan.
- \_\_\_\_\_. (1986). *Frame Analysis: An essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press.
- \_\_\_\_\_. (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Gómez, H. (2004). Reseña de la vida en San José allá por el año de 1877. En E. Zeledón (Comp.). *Del viejo San José* (pp. 68-70). Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- González Molina, A. (2008). *Perspectivas y tendencias del ocio y la recreación en el siglo XXI*. Memoria de Simposium Internacional de Educación Física, Deporte y Recreación. Instituto Provincial de Educación Física de Córdoba.
- González, A. (2005). *Mujeres y hombres de la posguerra costarricense (1950-1960)*. Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.

- Gottlieb, D. (1957). The Neighborhood Tavern and the Cocktail Lounge: A Study of Class Differences. *American Journal of Sociology*, 62, pp. 559-562.
- Grazian, D. (2008). *On the Make. The Hustle of Urban Nightlife*. EUA: The University of Chicago Press.
- Green, E. E., y Singleton, C. (2006). Risky bodies at leisure: young women negotiating space and place. *Sociology*, 40(5), pp. 853-871.
- Greif, M. (2010a, 24 de octubre). What was the hipster? *New York Magazine*. Extraído de <http://nymag.com/news/features/69129/>
- \_\_\_\_\_. (2010b, 12 de noviembre). The Hipster in the Mirror. *The New York Times*. Extraído de <http://www.nytimes.com/2010/11/14/books/review/Greif-t.html>
- Grosz, E. (1999). Bodies-Cities. En J. Price y M. Shildrick (Eds.) *Feminist Theory and the Body* (pp. 241-253). New York: Routledge.
- Hall, J. A. (2001). Status, Gender, and Nonverbal Behavior in Candid and Posed Photographs: A Study of Conversations Between University Employees. *Sex Roles*, 44(11-12), pp. 677-692.
- Hall, J. A., Carter, S., Cody, M. J., y Albright, J. M. (2010). Individual differences in the communication of romantic interest: Development of the flirting styles inventory. *Communication Quarterly*, 58, pp. 365-393.
- Hallet, T. (2007). Between deference and distinction: Interaction ritual through symbolic power in an educational institution. *Social Psychology Quarterly*, 70(2), pp. 148-171.
- Hannerz, E. (2013). *Performing Punk. Subcultural authentications and the positioning on the mainstream*. Suecia: Universidad de Uppsala.
- Harris, A. (2012). Art and Gentrification: pursuing the urban pastoral in Hoxton, London. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 37(2), pp. 226-241.
- Harvey, D. (1990). *The Condition of Postmodernity. An enquiry into the origins of cultural change*. Cambridge, Massachusetts: Blackwell.
- Haugg, F. (2006). Hacia una teoría de las relaciones de género. En A. Borón, J. Amadeo y S. González (comps.). *La teoría marxista hoy. Problemas y perspectivas*. Buenos Aires: CLACSO, pp. 327-339.
- Hek Vh (2013, 6 de diciembre). Tom & Nills: Anarchy in a Bar. *Círculo del miedo*, 1. Extraído de <http://www.circulodelmiedo.com/edicion4/index.html>
- Henderson, K. (1996). One size doesn't fit all. *Journal of Leisure Research*, 28(3), pp. 139-154.
- Henderson, K. y Hickerson, B. (2007). Women and Leisure: Premises and Performances Uncovered in an Integrative Review. *Journal of Leisure Research*, 39(4), pp. 591-610.

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). *Metodología de Investigación*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Herrera, M. L. (2007, 19 de marzo). Bar La Bohemia. *¿San José posible?* [Mensaje de blog] Extraído de <http://sanjosposible.blogspot.com/2007/03/bar-la-bohemia-hey-chicos-y-chicas-no.html>
- Herrera, S. (Lunes 04 de julio de 2011). *Rosa Braidotti, más allá del género*. En *Panorámica social S.O.S.* Extraído de <http://www.panoramicasocial.com/integracion/2-mujer/235-rosi-braidotti-mas-alla-del-genero#ftn3>
- Herrnstein, R.J. y Murray, C. (1994). *The Bell Curve. Intelligence and class structure in American life*. New York: Free Press Paperbacks.
- Hess, U., Adams Jr, R. y Kleck, R. (2005). Who may frown and who should smile? Dominance, affiliation, and the display of happiness and anger. *Cognition and emotion*, 19(4), pp. 515-536.
- Hetch, M. y LaFrance, M. (1998). License or obligation to smile: The effect of power and sex on amount and type of smiling. *Personality and Social Psychological Bulletin*, 24, pp. 1332-1342.
- Holloway, S., Valentine, G. y Jayne, M. (2009). Public and private drinking. *Geoforum*, 40, pp. 821-831.
- Hopenhayn M. (2008). Inclusión y exclusión social en la juventud latinoamericana. *Pensamiento Iberoamericano*, 3 (2), pp. 49-71.
- Horowitz, J. (2012, 14 de agosto). Forget Retro. The Men of Havana Embrace the Reggaeton Look. *The New York Times*. Extraído de <http://www.nytimes.com/2015/08/16/fashion/mens-style/forget-retro-the-men-of-havana-embrace-the-reggaeton-look.html?action=click&contentCollection=Fashion%20%26%20Style&pgtype=imageslideshow&module=RelatedArticleList&region=CaptionArea&version=SlideCard-2>
- Inda, G. y Duek, C. (2005, diciembre). El concepto de clases en Bourdieu: ¿nuevas palabras para viejas ideas? *Aposta: Revista de Ciencias Sociales*. Extraído de <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/indayduek.pdf>
- Instituto Andaluz de la Mujer. (2010). *Tiempo y desigualdades de género. Distribución social y políticas del tiempo*. España: Instituto Andaluz de la Mujer.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC. (2008). Principales resultados del Módulo de Uso del Tiempo, San José C.R. Serie de Estudios Especiales. Extraído de <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan037183.pdf>
- Instituto Nacional de las Mujeres de México. (2005, Octubre). *Las mujeres y los medios de comunicación*. Extraído de [http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/100762.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100762.pdf)

- Irigaray, L. (1982). *Ese sexo que no es uno*. Madrid: Saltés.
- Jacobson, L. (2010). Fashion, Feminism, and the Pleasure and Perils of Consumer Fantasy. *Journal of Women's History*, 22(1), pp. 178-187.
- Jameson, F. (1984). Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism, *New Left Review*, 146, pp. 53-92.
- Johnson, C. (2002). *Negotiating masculinity in a country western gay bar*. (Tesis de Doctorado en Filosofía). Universidad de Georgia, Estados Unidos.
- Johnson, C., Bowker, J.M. y Cordell, K. (2001). Outdoor Recreation Constraints: An examination of Race, Gender, and Rural Dwelling. *Southern Rural Sociology*, 17, pp. 111-133.
- Jung-Hwan, K. y Lennon, S.J. (2007). Mass Media and Self-Esteem, Body Image, and Eating Disorder Tendencies. *Clothing and Textiles Research Journal*, 25(1), pp. 3-23.
- Katz, M.B. (2013a). *The Underserving Poor. America's enduring confrontation with poverty*. New York: Oxford University Press.
- \_\_\_\_\_. (2013b). The Biological Inferiority of the Undeserving Poor. *Social Work and Society International Online Journal*, 11(1). Extraído de <http://www.socwork.net/sws/article/view/359/709>
- Kcuno, R. A. (2013, 24 mayo). Estudio revela desigualdades en el uso del tiempo entre hombres y mujeres. *Acontecer*. Extraído de [http://www.uned.ac.cr/acontecer/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1740:estudio-revela-desigualdades-en-el-uso-del-tiempo-entre-hombres-y-mujeres&catid=48:sociedad&Itemid=80](http://www.uned.ac.cr/acontecer/index.php?option=com_content&view=article&id=1740:estudio-revela-desigualdades-en-el-uso-del-tiempo-entre-hombres-y-mujeres&catid=48:sociedad&Itemid=80)
- Kilmartin, C. (1994). *The Masculine Self*. New York: MacMillan Publishing.
- Korczynski, M. (2011). The Dialectical Sense of Humour: Routine Joking in a Taylorized Factory. *Organization Studies*, 32(10), pp. 1421-1439.
- Kościński, K. (2014, Julio). Assessment of Waist-to-Hip Ratio Attractiveness in Women: An Anthropometric Analysis of Digital Silhouettes. *Archives of Sexual Behavior*, 43(5), pp. 989-997.
- Kristeva, J. (1998). *Poderes de la perversión*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Krum, S. (2006, 15 de mayo). No more faking. *The Guardian*. Extraído de <https://www.theguardian.com/world/2006/may/15/gender.features11>
- LaFrance, M. y Hetch, M. (2000). Gender and smiling. En A. H. Fischer (Ed.), *Gender and emotion: Social psychological perspectives* (pp. 118-142). París: Cambridge University Press.



- LaFrance, M; Hetch, M. y Levy Paluck, E. (2003). The Contingent Smile: A Meta-Analysis of Sex Differences in Smiling. *Psychological Bulletin*, 129(2), pp. 305-334.
- Lamas, M. (1995). Usos, dificultades y posibilidades de la categoría de género. *La ventana*, 1, pp. 9-61.
- \_\_\_\_\_. (1999). Género: los conflictos y desafíos del nuevo paradigma. En A.M. Portugal y C. Torres (Ed.), *El siglo de las mujeres*. Madrid: Isis Internacional. Extraído de <http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/Genero%20Fem%20Lamas.pdf>
- Lanham, R. (2003). *The Hipster Handbook*. New York: Anchor Books.
- Lee Bartky, S. (1990). Foucault, la feminidad y la modernización del poder patriarcal. En *Femininity and Domination. Studies in the Phenomenology of Oppression*. New York: Routledge.
- Lefèbvre, H. (1991). *The production of space*. Oxford, Gran Bretaña: Blackwell.
- \_\_\_\_\_. (2006). *La presencia y la ausencia. Contribución a la teoría de las representaciones*. México: FCE.
- Levy, A. (2005). *Female Chauvinistic Pigs: Women and the Rise of Raunch Culture*. EUA: Free Press.
- Lindsay, J. (2006). A big night out in Melbourne: drinking as an enactment of class and gender. *Contemporary Drug Problems*, 33, pp. 29-61.
- Lindsey, L.L. (2005). *The sociology of gender. Theoretical perspectives and feminist frameworks*. Estados Unidos: Pearson Prentice Hall.
- Linkon, S. (2015, 12 de abril). The Return of the Underserving Poor [Publicación de blog]. Extraído de <https://workingclassstudies.wordpress.com/2015/04/06/the-return-of-the-undeserving-poor/>
- Lipovetsky, G. (1996). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.
- Lisaliberatore. (2013, 9 de mayo). *Hillary Clinton: Transitioning to an Executive Presence. Fashion Diplomacy*. Extraído de <http://fashiondiplomacy.wordpress.com/2013/05/09/hillary-clinton/>
- López de Ayala, M. (2004). El análisis sociológico del consumo. *Sociológica. Revista de pensamiento social*, 5, pp. 161-188.
- Loughnan, S., Pina, A., Vásquez, E.A. y Puvia, E. (2013). Sexual Objectification Increases Rape Victim Blame and Decreases Perceived Suffering. *Psychology of Women Quarterly*, 37(4), pp. 455-461.

- Low, S.M. (2009). Cerrando y reabriendo el espacio público en la ciudad latinoamericana. *Cuadernos de Antropología Social*, 30, pp. 17-38.
- Löw, M. (2006). The social construction of space and gender. *European Journal of Women's Studies*, 13(2), pp. 119-133.
- Lumsden, K. (2010). Gendered Performances in a Male-Dominated Subculture: 'Girl Racers', Car Modification and the Quest for Masculinity. *Sociological Research Online*, 15(3). Extraído de <http://www.socresonline.org.uk/15/3/6.html>
- Lupton, J. (1979). Ladies' Entrance: Women and Bars. *Feminist Studies*, 5(3), pp. 571-588.
- Mandel, C. (2010). Estética del borde: cuerpo femenino, memoria y resistencia. *Istmo. Revista virtual de estudios literarios y culturales centroamericanos*, 20. Extraído de [http://istmo.denison.edu/n20/articulos/20-mandel claudia form.pdf](http://istmo.denison.edu/n20/articulos/20-mandel_claudia_form.pdf)
- Mantecón, A. (2008). *La experiencia del turismo. Un estudio sociológico sobre el proceso turístico-residencial*. Barcelona: Icaria.
- Mapocho Press. (2011, 10 de diciembre). *Filosofo Slavoj Zizek en Wall Street: "Estamos viendo como el sistema se destruye a sí mismo"*. Extraído de <http://www.contrainjerencia.com/?p=27551>
- Martínez Barreiro, A. (2004). La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas. *Papers*, 73, pp. 127-152.
- Massey, D. (1994). *Space, Place, and Gender*. Estados Unidos: University of Minnessota Press.
- Mauss, M. (1979). Técnicas y movimientos corporales. En *Sociología y Antropología*. Madrid: Tecnos.
- Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis. Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. Klagenfurt, Austria. Extraído de <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-395173>
- McBain, K.A., Hewitt, L., Maher, T., Sercombe, M., Sypher, S., y Tirendi, G. (2013, Diciembre). Is This Seat Taken? The Importance of Context During the Initiation of Romantic Communication. *International Journal of Humanities and Social Science Vol. 3(21)*. Extraído de [http://www.ijhssnet.com/journals/Vol\\_3\\_No\\_21 \[Special Issue December 2013\]/8.pdf](http://www.ijhssnet.com/journals/Vol_3_No_21_Special_Issue_December_2013/8.pdf)
- McCarl, J., Walden, G. y Kunkel, C. (2000). Gendered heteronormativity: Empirical Illustrations in Everyday Life. *The Sociological Quarterly*, 41(2), pp. 283-296.
- McCracken, G. (1988). *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington and Indianapolis, IN: Indiana University Press.
- McDonough, G.W. (1992). Bars, gender, and virtue: Myth and practice in Barcelona's Barrio Chino. *Anthropological Quarterly*, 65(1), pp. 19-33.

- McGinley, A. (2009). Hillary Clinton, Sarah Palin and Michelle Obama: Performing Gender, Race, and Class on the Campaign Trail. *Scholarly Works, Paper 171*, pp. 709-725.
- McIntosh, P. (1988). *White Privilege and Male Privilege: A Personal Account of Coming to See Correspondences through Work in Women's Studies*. Wellesley, MA: Wellesley College Center for Research on Women.
- McRobbie, A. (2009). *The Aftermath of Feminism Gender, Culture and Social Change*. Londres: Sage.
- Measham, F. (2004). Play space: historical and socio-cultural reflections on drugs, licensed leisure locations, commercialisation and control. *International Journal of Drug Policy*, 15, pp. 337-345.
- Meil, G. y Rogero, J. (2012, Abril). Las Encuestas de Empleo del Tiempo como instrumento para analizar el reparto del trabajo remunerado y no remunerado. *Tema de portada*, pp. 20-22.
- Merskin, D. (2004). Reviving Lolita? A Media Literacy Examination of Sexual Portrayals of Girls in Fashion Advertising. *American Behavioral Scientist*, 48(1), pp. 119-129.
- Michelman, S. O. y Kaiser, S. B. (2000). Feminist Issues in Textiles and Clothing Research: Working Through/With The Contradictions. *Clothing and Textiles Research Journal*, 18(3), pp. 121-127.
- Mi-Hye, C. (2006). Gender, leisure, and time constraint: Employed men and women's experience. *Development and Society*, 35(1), pp. 83-105.
- Milosavljevic, V. (2011). *Comentarios a la presentación de resultados de la ENUT 2010*. Lima, 24 de mayo.
- Mingo, A. (2016). ¿Ni con el pétalo de una rosa? Discriminación hacia las mujeres en la vida diaria de tres facultades. *Universia*, 7(18). Extraído de <https://ries.universia.net/article/view/1272/1752>
- Montilla, A.C. y Ávalos, C. (2012). *Análisis de la Encuesta de Prácticas y Hábitos Culturales de Costa Rica, 2010 – 2011*. En línea/ Costa Rica: Ministerio de Cultura y Juventud. Extraído de [http://si.cultura.cr/images/documentos/indicadores/Primera Encuesta/Primera%20Encuesta%20Cultura.pdf](http://si.cultura.cr/images/documentos/indicadores/Primera_Encuesta/Primera%20Encuesta%20Cultura.pdf)
- Moore, D. (2008). Erasing pleasure from public discourse on illicit drugs: On the creation and reproduction of an absence. *The International Journal of Drug Policy*, 19(5), pp. 353-358.
- Mugford, S. (1988, 22 de agosto). *Pathology, pleasure, profit and the state: Towards an integrated theory of drug use*. Artículo presentado en la Conferencia Anual de Criminología de Australia y Nueva Zelanda, Sidney.

- Munné, M. I. (2005). Social consequences of alcohol consumption in Argentina. En I.S. Obot y R. Room (Eds.) *Alcohol, gender and drinking problems: perspectives from low and middle income countries* (25-48). Ginebra: Organización Mundial de la Salud.
- Muñoz-Laboy, M., Weinstein, H. y Parker, R. (2007). The Hip-Hop Club Scene: Gender, Grinding and Sex. *Culture, Health & Sexuality*, 9(6), pp. 615-628.
- Niland, P., Lyons, A., Goodwin, I. y Hutton, F. (2013). Everyone can loosen up and get a bit of a buzz on: Young adults, alcohol and friendship practices. *International Journal of Drug Policy*, 24, pp. 530-537.
- Nolen-Hoeksema, S. (2004). Gender differences in risk factors and consequences for alcohol use and problems. *Clinical Psychology Review*, 24, pp. 981 – 1010.
- Núñez, F. M. (22 de noviembre de 1973, La Nación). El San José romántico, bullanguero y peleador de principios de siglo. En E. Zeledón (Comp.). *Del viejo San José*. (2004) (pp. 138-140). Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Nuño, L. (2008). *La incorporación de las mujeres al espacio público y la ruptura parcial de la división sexual del trabajo: el tratamiento de la conciliación de la vida familiar y laboral y sus consecuencias en la igualdad de género*. Tesis para optar por el grado de Doctora en Ciencias Políticas de la Universidad Complutense de Madrid.
- OECD. (2014, 3 de julio). *Balancing paid work, unpaid work and leisure*. Extraído de <http://www.oecd.org/gender/data/balancingpaidworkunpaidworkandleisure.htm>.
- Offera, S. y Schneiderb, B. (2011). Revisiting the Gender Gap in Time-Use Patterns. Multitasking and Well-Being among Mothers and Fathers in Dual-Earner Families. *American Sociological Review*. 76(6), pp. 809-833.
- Oficina Nacional de Estadísticas. (2002). *Encuesta sobre el uso del tiempo*. Cuba. Extraído de <http://www.one.cu/publicaciones/enfoquegenero/tiempo/eut.pdf>
- Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*. Nueva York: Marlowe and Co.
- Olivares Ferreto, E. (2006). Migraciones y división social del espacio. El asentamiento de la población nicaragüense en el cantón central de San José, Costa Rica. *Cuaderno de Ciencias Sociales* 144. Costa Rica: FLACSO.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2013). *Acoso sexual en el trabajo y masculinidad. Exploración con hombres de la población general: Centroamérica y República Dominicana*. San José: Organización Internacional del Trabajo.
- Ostberg, J. (2010, marzo). Thou shalt sport a banana in thy pocket: Gendered body size ideals in advertising and popular culture. *Marketing Theory*, 10(1), pp. 45-73.

- Pallarés J. y Cembranos, F. (2001). La marcha, la pugna por el espacio. *Revista de Estudios de Juventud*, 54, pp. 35-45.
- Pallavicini Magnère, P. (2008). Los objetos de consumo en la construcción de los procesos de individuación de adolescentes. *Última Década*, 16(29). Extraído de [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-22362008000200003&lng=en&nrm=iso&tlng=en](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22362008000200003&lng=en&nrm=iso&tlng=en)
- Palmer, C.T. (2005). Mummies and Moshers: Two Rituals of Trust in Changing Social Environments. *Ethnology*, 44(2), pp. 147-166.
- Papadopoulos, L. (2010). *Sexualization of Young people Review*. London: Home Office Publication. Extraído de <http://www.homeoffice.gov.uk/documents/Sexualisation-young-people>
- Parks, K. y Scheidt, D. (2000). Male Bar Drinkers' Perspective on Female Bar Drinkers. *Sex roles*, 43(11-12), pp. 927-941.
- Perahia, R. (2007). *Las ciudades y su espacio público*. Ponencia presentada en el IX Coloquio Internacional de Geocrítica: Los problemas del mundo actual. Soluciones y alternativas desde la Geografía y las Ciencias Sociales. Porto Alegre, Brasil.
- Pérez, M. (1998). La gobernabilidad urbana y la estrategia centroamericana de desarrollo sostenible. El caso del Área Metropolitana de San José. En M. Lungo (Comp.), *Gobernabilidad urbana en Centroamérica* (pp. 95-150). San José: FLACSO.
- Pérez, R. (2000/2001). Juventud, uso de medios y tiempo libre. *Revista de Ciencias Sociales, UCR*, 90/91, pp. 65-81.
- Pérez-Sainz, J.P. (2014). *Mercados y bárbaros. La persistencia de las desigualdades de excedente en América Latina*. San José, Costa Rica: FLACSO.
- Pérez-Sáinz, J.P., y Mora-Salas, M. (2007). *La persistencia de la miseria en Centroamérica. Una mirada desde la exclusión social*. Costa Rica: FLACSO.
- Piedra, N. (1998). *Sueños inconclusos y caminos de esperanza: Acerca de la construcción en la identidad de género en mujeres del sector urbano popular, San José*. Tesis para optar por el grado de Master por la Maestría Centroamericana en Sociología, Universidad de Costa Rica.
- \_\_\_\_\_. (2004). Relaciones de poder: leyendo a Foucault desde la perspectiva de género. *Revista de Ciencias Sociales*, 106(IV), pp. 123-141.
- \_\_\_\_\_. (2011). *Amor/Desamor: relaciones de poder en las parejas y vínculos amorosos en la Costa Rica urbana contemporánea*. Tesis para optar al grado de Doctor en Ciencia Social con especialidad en Sociología por el Colegio de México.

- Programa Agenda Económica de las Mujeres. (2010). *Boletín Uso del Tiempo en Honduras*. Extraído de <http://www.ine.gob.hn/index.php/servicios-ine/zona-de-descargas/category/36-genero#>
- Programa Estado de la Nación. (2008). *Estado de la Región en Desarrollo Humano Sostenible: un informe desde Centroamérica y para Centroamérica*. Costa Rica: Estado de la Nación. Extraído de <http://www.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2008/02232.pdf>
- \_\_\_\_\_. (2012). *XII Informe del Estado de la Nación*. Capítulo de Equidad e Integración Social. Extraído de <http://www.unfpa.or.cr/dmdocuments/Crecimiento%20Urbano%20Equidad.pdf>
- Puustinen, L. (2000) Advertising Design as Technologies of Gender. En A. Koivunen y S. Paasonen (Eds.). *Conference proceedings for Affective Encounters - Rethinking Embodiment in Feminist Media Studies* (pp. 203-212). Turku: University of Turku, School of Art, Literature and Music - Media Studies.
- Rainero, L. y Rodigou, M. (2004). *Indicadores urbanos de género. Instrumentos para la gobernabilidad urbana. Informe de resultados preliminares de la ciudad de Rosario- Argentina*. Córdoba, Argentina: CISCASA.
- Rani, K. (2003). A kiss is just a kiss... or ist? South Asian lesbian and bisexual women and the construction of space. En N. Puwar y P. Raghuram (Eds.) *South Asian Women in the Diaspora* (pp. 181-196). New York: Berg.
- Rank, J.E. (2005). Is ladies' night really sex discrimination?: public accommodation laws, de minimis exceptions, and stigmatic injury. *Setton Hall Law Review*, 36, pp. 223-247. Extraído de <http://scholarship.shu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1192&context=shlr>
- Regnerus, M.D. (2007). *Forbidden Fruit. Sex and Religion in the Lives of American Teenagers*. New York: Oxford University Press.
- Requena, A. (2014, 25 de mayo). [Entrevista a Silvia Federici, pensadora y activista feminista]. El diario.es. Extraído de [http://www.eldiario.es/economia/engano-trabajo-asalariado-liberar-mujeres\\_0\\_262823964.html](http://www.eldiario.es/economia/engano-trabajo-asalariado-liberar-mujeres_0_262823964.html)
- Retana, J.C. (2000). ¿Hacia dónde va la planificación urbana de Costa Rica? (Una interpretación sociológica). *Ciencias Sociales*, 88, pp. 97-108.
- Risman, B. (2004). Gender as a Social Structure: Theory Wrestling with Activism. *Gender and Society*, 18(4), pp. 429-450.
- Rivas, C. (2007). *Imaginaries of Transnationalism: Media and Cultures of Consumption in El Salvador*. Tesis para optar por el grado de Doctora en Filosofía en la Universidad de California, San Diego California, Estados Unidos.
- Rivera, L. (2010). Status distinctions and interactions: social selection and exclusion at an elite nightclub. *Qualitative sociology*, 33, pp. 229-255.

- Rivera, R. Z. (2009). Perreo & Power: Explicit Sexuality in Reggaeton Dance (Documento de trabajo), presentado en la Conferencia de la Asociación de Estudios Latinoamericanos en Rio de Janeiro, pp. 7-8.
- Roberts, M. (1998). Urban design, gender and the future of cities. *Journal of Urban Design*, 3(2), pp. 133-135.
- Rodríguez, E. (2009, 30 de agosto). Sesenta años con voz y voto. *La Nación*. Extraído de <http://www.nacion.com/ancora/2009/agosto/30/ancora2072197.html>
- \_\_\_\_\_. (s.f.). *La lucha por el sufragio femenino en Costa Rica (1890-1949)*. Extraído de [http://www.inamu.go.cr/index2.php?option=com\\_content&do\\_pdf=1&id=449](http://www.inamu.go.cr/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=449)
- Rojeck, C. (1985). *Capitalism and Leisure Theory*. Londres: Tavistock.
- Romero-Sánchez, M., Carretero-Dios, H., Megías, J.L., Moya, M. y Ford, T.E. (2016, Julio). Sexist Humor and Rape Proclivity: The Moderating Role of Joke Teller Gender and Severity of Sexual Assault. *Violence Against Women*, 6, pp. 1-22.
- Romo Parra, C. (2003). Tiempo de libertad para la libertad. Algunos apuntes sobre la crítica a la alienación del ocio en la sociedad industrial avanzada. *Baetica. Estudios de Arte, Geografía e Historia*, 25, pp. 773-790.
- Rosales-Mendoza, A. (2006). *Género, cuerpo y sexualidad. Un estudio diacrónico desde la Antropología Social*. Tesis para obtener el grado de Doctora en Ciencias Antropológicas por la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, México.
- Ross, A.M. (2015). *The Value of Taste: Consumption Strategies for Social Upward Mobility among Urban Chinese Youth*. Tesis para optar por el grado de Master en Ciencias en Estudios Globales por la Universidad de Lund. Extraído de <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=5470908&fileId=5470921>
- Rossi, L. M. (2000). *Masculine Women: Viable Forms of Media Representation? Options for Gender Transitivity in Finnish Television Commercials*. Artículo para el Cuarto Congreso Europeo de Investigación Feminista en Bologna, del 29 de setiembre al 10 de octubre.
- Rovira, J. (2005). Centroamérica: Política y economía en la posguerra (1944-1979). *Diálogos. Revista electrónica de Historia*. 6(1), pp. 94-143.
- \_\_\_\_\_. (2009). Costa Rica: el actual estilo nacional de desarrollo y sus principales tendencias. Por R. Churnside y E. Lizano (Comp. y Ed.) *Sociedad para el Avance de la Socioeconomía (SASE)*. Selecciones de la XX Conferencia Costa Rica 2008. San José, Costa Rica: Academia de Centroamérica, pp. 163-178.

- Sabaté, A., Rodríguez, J. M. y Díaz, M. A. (1995). *Mujeres, espacio y sociedad. Hacia una geografía del género*. Madrid: Síntesis.
- Sait, W. y Booley, M. (2003). *Gender, Sexuality and Masculinity in the Context of Disability*. Extraído de <http://www.soulcity.org.za/projects/soul-buddyz/soul-buddyz-series-3/literature-review/gender-sexuality-and-masculinity-within-the-context-of-disability>
- Salazar, C. (2016, 03 de agosto). Brecha de ingresos entre parejas cayó en 15 años. *La Nación*, p. 5A.
- Sánchez, L., Navarro, J. y Valderrama, J.C. (2004). *Estudio internacional sobre género, alcohol y cultura: "Proyecto GENACIS"*. España: Sociedad Española de Toxicomanías. Extraído de [http://www.pnsd.msc.es/Categoria2/publica/pdf/Genero\\_alcohol.pdf](http://www.pnsd.msc.es/Categoria2/publica/pdf/Genero_alcohol.pdf)
- Sandoval, C. (2002). *Otros amenazantes: los nicaragüenses y la formación de identidades nacionales en Costa Rica*. Costa Rica: Editorial Universidad de Costa Rica.
- Santamarina, C. (2005). *Consumo y ocio de los inmigrantes latinoamericanos en España. Un acercamiento desde la perspectiva cualitativa*. España: Ministerio de Asuntos Sociales.
- Schifter, J. y Madrigal, J. (1996). *Las gavetas sexuales del costarricense y el riesgo de infección con el VIH*. San José, Costa Rica: Editorial Imediex.
- Schmid, C. (2008). Lefebvre's Theory of the Production of Space. En K. Goonerwardena, S. Kipfer, R. Milgrom y C. Schmid (Eds.), *Space, Difference, Everyday Life. Reading Henri Lefebvre* (pp. 27-45). New York: Routledge.
- Scott, J. (1993). La mujer trabajadora en el S XIX. Por G. Duby (Dir.), M. Perrot (Dir.) *Historia de las Mujeres en Occidente* (pp. 405-436). España: Taurus.
- Scraton, S. y Watson, B. (1998). Gendered cities: women and public leisure space in the 'postmodern city'. *Leisure Studies*, 17, pp. 123-137.
- Segato, R.L. (2003). *Las estructuras elementales de la violencia: contrato y status en la etiología de la violencia*. Conferencia leída el 30 de junio de 2003 en la abertura del Curso de Verano sobre Violencia de Género dirigido por el Magistrado Baltasar Garzón de la Audiencia Nacional de España en la sede de San Lorenzo del Escorial de la Universidad Complutense de Madrid. Extraído de [http://www.escuelamagistratura.gov.ar/images/uploads/estructura\\_vg-rita\\_segato.pdf](http://www.escuelamagistratura.gov.ar/images/uploads/estructura_vg-rita_segato.pdf)
- Seidman, S. (1996). Introduction. En S. Seidman (Ed.), *Queer Theory/Sociology* (pp. 1-31). Cambridge: Blackwell.
- Seijas, A. (2014, 5 de setiembre). ¿Ciudades 24 horas? 5 razones para promover la economía nocturna. Banco Interamericano de Desarrollo. Extraído de <http://blogs.iadb.org/ciudadessostenibles/2014/09/05/economia-nocturna/>



- Share, P. (26 de abril, 2003). *A genuine 'Third Place'? Towards an understanding of the pub in contemporary Irish society*. Institute of Technology, Sligo, 30th SAI Annual Conference, Cavan.
- Shaw, S. (2005, mayo 17-20). *Leisure as resistance: Academic Debates, Social Action, and Applications to Professional Practice*. Undécimo Congreso Canadiense de Investigación sobre el Ocio, Nanaimo, B.C.
- Silverstein, M. y Fiske, N. (2003, Abril). Lujo para las masas. *Harvard Business Review América Latina*.  
Extraído de [http://www.planning.com.co/bd/archivos/0907\\_Lujo\\_para\\_las\\_masas\\_-\\_Michael\\_J.\\_Silverstein\\_-\\_Neil\\_Fiske.pdf](http://www.planning.com.co/bd/archivos/0907_Lujo_para_las_masas_-_Michael_J._Silverstein_-_Neil_Fiske.pdf)
- Simmel, G. (1957, Mayo). Fashion. *The American Journal of Sociology*, 62(6), pp. 541-558.
- Singh, D. (1993, agosto). Adaptive significance of female physical attractiveness: Role of waist-to-hip ratio. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(2), pp. 293-307.
- SIRC. (1998). *Social and cultural aspects of drinking: A report to the Amsterdam Group*. Oxford: Social Issues Research Centre.
- \_\_\_\_\_. (2004). *The flirting report. Report of research conducted by The Social Issues Research Centre*.  
Extraído de <http://www.sirc.org/publik/Flirt2.pdf>
- Smiler, A.P. (2013). *Challenging Casanova: beyond the stereotype of the promiscuous young male*. California: Jossey-Bass.
- Sørensen, F. (En prensa). *Innovating the urban leisure experience*. Dinamarca: Centre for Leisure Management Research.
- Stevens, L. y Ostberg, J. (2012). Gendered Bodies. Representations of femininity and masculinity in advertising practices. En L. Penalosa, N. Toulouse y L. Visconti (Eds.), *Marketing Management: A Cultural Perspective* (pp 392-407). Oxon: Routledge.
- Taecharungroj, V. y Nueangjamnong, P. (2015). Humour 2.0: Styles and Types of Humour and Virality of Memes on Facebook. *Journal of Creative Communications* 10(3), pp. 288-302.
- TerraU1. (2011, 18 de enero). Terra U (el mejor bar de Costa Rica. Extraído de <https://www.youtube.com/watch?v=xTw-8NwArZg>
- Thornton, S. (1995) *Club Cultures*. Cambridge: Polity Press.
- Tolstad, I. (2006). *Hey Hipster! You are a hipster!* Tesis presentada para optar por el grado de Master en Filosofía en Antropología Social por la Universidad de Oslo. Extraído de <https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/16577/1/Tolstad%5B1%5D.pdf>

- Toro, A.M. (2008, 09 de setiembre). Pluck and awe! Latino men declare war on unruly eyebrows. *New York Daily News*. Extraído de <http://www.nydailynews.com/latino/pluck-awe-latino-men-declare-war-unruly-eyebrows-article-1.320798>
- Vaes, J., Paladino, P. y Puvia, E. (2011). Are sexualized women complete human beings? Why men and women dehumanize sexually objectified women. *European Journal of Social Psychology*, 41, pp. 774–785.
- Vaillancourt, T. y Sharma, A. (2011, noviembre-diciembre). Intolerance of sexy peers: intrasexual competition among women. *Aggressive Behaviour*, 37(6), pp. 69-77.
- van der Laan, E. y Velthuis, O. (2016). Inconspicuous dressing: A critique of the construction through-consumption paradigm in the sociology of clothing. *Journal of Consumer Culture*, 16(1), pp. 22–42.
- Vargas, L.P. (2003). *Modelo desarrollista y de industrialización sustitutiva*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Veblen, T. (2004). *La teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica. Extraído de [http://argentina.indymedia.org/uploads/2012/10/teoria de la clase ociosa.pdf](http://argentina.indymedia.org/uploads/2012/10/teoria_de_la_clase_ociosa.pdf)
- Vizcaíno, I. (2000, 15 de junio). Un detenido por crimen en Calle de la Amargura. *La Nación*. Extraído de [http://www.nacion.com/ln\\_ee/2000/junio/15/pais8.html](http://www.nacion.com/ln_ee/2000/junio/15/pais8.html)
- \_\_\_\_\_. (2013, 18 de noviembre). [Entrevista a Laura Chinchilla Miranda, Presidenta de la República de Costa Rica]. *La Nación*. Extraído de [http://www.nacion.com/nacional/gobierno/Laura-Chinchilla-mujeres-intimidar-gestion\\_0\\_1379062137.html](http://www.nacion.com/nacional/gobierno/Laura-Chinchilla-mujeres-intimidar-gestion_0_1379062137.html)
- Vrangalova Z., Bukberg, R.E, y Rieger, G. (2014). Birds of a feather? Not when it comes to sexual permissiveness. *Journal of Social and Personal Relationships*, 31(1), pp. 93-113.
- Wade, L. (2008, 15 de diciembre). Women's Bodies and the Modernity/Tradition Binary. *Sociological Images*. Extraído de <http://thesocietypages.org/socimages/2008/12/15/womens-bodies-and-the-modernitytradition-binary/>
- Wary, G. (1992). Bars, Gender, and Virtue: Myth and Practice in Barcelona's "Barrio Chino". *Anthropological Quarterly*, 65(1), pp. 19-33.
- Wearing, B. (1998). *Leisure and Feminist Theory*. London: Sage.
- Weber, M. (1967). *El político y el científico*. Madrid: Alianza Editorial.
- \_\_\_\_\_. (1977). *Economía y Sociedad*, V. 1. México: Fondo de Cultura Económica.

- Weighill, A.J. (2002, 22 -25 de mayo). *Women, Leisure, and the Redefining of "Men's Work"*. Décimo Congreso Canadiense de Investigación sobre el Ocio, Nanaimo, B.C.
- Weiner B., Osborne, D. y Rudolph, U. (2011). An Attributional Analysis of Reactions to Poverty: The Political Ideology of the Giver and the Perceived Morality of the Receiver. *Personality and Social Psychology Review* 15(2), pp. 199–213.
- Wesely, J. y Gaarder, E. (2004). The Gendered "Nature" of the Urban Outdoors: Women Negotiating Fear of Violence. *Gender and Society*, 18(5), pp. 645-663.
- Wickham, D. (2004, 7 de junio). Ladies Night' ban in NJ sends the wrong message. *USA Today*. Extraído de [http://usatoday30.usatoday.com/news/opinion/columnist/wickham/2004-06-07-wickham\\_x.htm](http://usatoday30.usatoday.com/news/opinion/columnist/wickham/2004-06-07-wickham_x.htm)
- Wildner, K. (2005). Espacio, lugar e identidad. Apuntes para una etnografía del espacio urbano. Por S. Tamayo y K. Wildner (Coord.) *Identidades Urbanas* (pp. 201-228). México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Wilkins, A.C. (2004). So Full of Myself as a Chick: Goth Women, Sexual Independence, and Gender Egalitarianism. *Gender & Society*, 18(3), pp. 328-349.
- Willimon, B. (2014). *House of Cards* [Serie de television]. Baltimore, Maryland: Netflix.
- Wilsnack, R. W., Wilsnack, S.C., y Obot, I.S. (2005). Why study gender, alcohol and culture? En I.S. Obot & R. Room (Eds.), *Alcohol, gender and drinking problems: perspectives from low and middle income countries* (pp. 1-24). Ginebra: Organización Mundial de la Salud.
- Wilsnack, R.W., Wilsnack, S.C., Kristjanson, A.F., Vogeltanz-Holm, N.D. y Gmel, G. (2009). Gender and alcohol consumption: patterns from the multinational GENACIS project. *Addiction*, 104(9), pp. 1487-500.
- Wilson, J. (1988). *Politics and Leisure*. Boston: Unwin Hyman.
- Wintour, A. (2008, febrero). Carta de la editora. *Vogue*. Condé Nast Publications.
- Workman, J. y Freeburg, E. (1999). An examination of date rape, victim dress, and perceiver variables within the context of attribution theory. *Sex Roles*, 41, pp. 261–277.
- Young, I. (2005). *On Female Body Experience: Throwing Like a Girl and Other Essays*. New York: Oxford University Press.
- Zúñiga, M. (2003). Cartografía de los mundos posibles: miradas de protesta a la sociedad desde el rock y reggae costarricenses. Argentina: CLACSO.

