



FIGURACIÓN DE LOS CUERPOS EN TRÁNSITO CUERPOS TRANSGÉNERO, CUERPOS SIMBÓLICOS

LÓPEZ, Gustavo Z.

guszepol@gmail.com

Comunicación Ledesma – FADU UBA – proyecto UBACyT derecho a la imagen. Figuraciones de colectivos desfavorables de la sociedad en el diseño emergente argentino.

Resumen

El trabajo analizará las figuraciones del colectivo transgénero tradicionalmente desfavorecidos en una sociedad hetero-normativa. Nos proponemos rescatar y reflexionar sobre los espacios de resistencia y las visualidades que tematizan estos problemas. Podemos entender “genero” como el elemento constitutivo de las relaciones sociales basado en las diferencias percibidas entre los sexos. Es decir un elemento de raíz cultural referido a un conjunto de valores, comportamiento, actitudes y expectativas que cada cultura diseña y adjudica a varones y mujeres en función de haber nacido de uno u otro sexo. A lo largo de la historia los constructos culturales han modelado un concepto o idea que en este siglo fue puesto fuertemente en crisis. Se apuesta a rescatar visualidades que no respondan a un binarismo con definición taxativa de pertenencia a un género determinado (y por lo tanto no a otro) e identificar un sentido fluido de la identidad no adscripta a definiciones hegemónicas que deje de construir “SarrasineS” (Barthes, 1970) que imponemos las imágenes en una estética suponiendo una lógica estética binómica. Estas manifestaciones de lo visual abarcan todas las formas de ver, de ser visto y de mostrar. En este caso particular se buscar explicar el par representación/figuración en las representaciones del Notitrans –el primer Magazine trans de la Argentina– y las figuraciones Queer.



Palabras clave

Cuerpos transgénero, Imágenes que interpelan, Imágenes inconclusas, Representación y figuración, Imágenes domesticadas

Figuración de los cuerpos en tránsito. Cuerpos transgénero, cuerpos simbólicos

Antes de que el ojo y su actividad
fueran nombrados,
él ya estaba mirando,
e incluso antes de que el ojo
estuviera mirando-de tal-modo,
su mirar mismo ya nos había abierto el mundo
–le había dado un sentido al mundo–
bajo la modalidad de lo visible.

Merleau-Ponty

Las imágenes visuales juegan un papel clave en nuestra percepción y valoración del entorno social. Se nos bombardea con imágenes de la mañana a la noche. Los medios de comunicación, los libros ilustrados, la publicidad, el Diseño gráfico urbano y hogareño, el infodesign, los sitios en internet, las aplicaciones del celular son solo algunos de los dispositivos que las soportan. Vivimos en un mundo donde la iconicidad juega un papel clave y sin duda “la nuestra es una época visual, no es extraño que se diga que estamos entrando en una época histórica en que la imagen se impondrá a la palabra escrita. Dada la importancia de esta afirmación debemos aclarar las posibilidades de la imágenes en la comunicación. Preguntarse qué puede y que no puede hacer mejor que el lenguaje hablado o escrito” (Goombrich, 1996). Si una imagen constituye un enunciado que dice algo del mundo, ante ella nos preguntaremos también: ¿qué valor o fuerza (ilocutiva) tiene el ver o no ver algo? Como primera respuesta, Merleau-Ponty habla elocuentemente de la fe perceptiva:

Se dice que taparse los ojos para no ver un peligro es no creer en la cosas, no creer más que en el propio mundo particular”. Creer sólo en aquello que vemos o decimos ver, “es creer que lo que es para nosotros, es absolutamente; que un mundo que hemos logrado ver sin peligro carece de peligros”. (Merleau-Ponty, 1970)



Ese mundo en el cual creemos o el mundo que creemos conocer es el mundo de nuestras representaciones, en las mismas intervienen diversos mecanismos de configuración de los sentidos por los cuales se atribuyen a la imágenes determinados valores. Existen, además de las metodologías proyectuales, leyes no dichas, pero conocidas por el grupo social, fronteras contextuales de la representación icónica, que construyen el mapa interno y olvidado de nuestros propios límites (en tanto borde, ruptura) que son también, origen de nuestros actos de diseño. Todo lo que procede no es más que un boceto, una aproximación a una superficie casi infinita que ese el cuerpo y su imagen. Este cuerpo palimpsesto, múltiples veces interpretado, representado. Este enunciado que como tal inscribe marcas (encuadre, tipografía, señales, convenciones) que dan cuenta de la subjetividad del fragmento discursivo en el cual se encuentra y ante el cual expone una lectura del cuerpo.

En su gran mayoría las disciplinas del diseño giran en torno al cuerpo humano. Aunque esta observación parece evidente solo en algunas de ellas el cuerpo toma presencia como objeto de estudio; “en el caso de la indumentaria el cuerpo resulta ser la estructura base del objeto que se proyecta ...la ropa no es auto-portante.” Establece con el cuerpo una relación dialéctica que modifica el estatus de ambos en forma constante y autoalimentándose en su relación simbiótica. El diseño de indumentaria es un rediseño del cuerpo lo que se proyecta en la ropa afecta la calidad y el modo de vida, sus percepciones, su vitalidad, su sexualidad y conforma al cuerpo, lo configura y lo oprime y lo libera (Saltzman, 2009).

La arquitectura se ha acercado al cuerpo en el habitar, aunque si bien lo entiende en el individuo –persona– hace foco en el carácter social del hecho arquitectónico R. Doberti dice que

La Teoría del Habitar establece un territorio conceptual que sintetiza la interrelación dialéctica entre espacialidad y “socialidad”. En este sentido, el habitar en tanto entidad cultural, significativa, histórica, es irreductible a su consideración como fenómeno natural, es indescifrable con las premisas de la causalidad mecánica y, en consecuencia, impone una teoría específica en razón de sus modos particulares de manifestación. El acceso a la condición humana se alcanza a través de la elaboración y el ejercicio de los sistemas de Hablar y de Habitar.

En el Diseño Industrial el cuerpo es la interfaz de uso con el producto y su relación se sitúa sobre todo en los estudios de ergonomía y antropometría. Hay una relación físico matemático y por supuesto biológico.



En Diseño Gráfico y en el Diseño Audiovisual, el cuerpo es por sobre todo representación. Quizás nada sea más cotidiano que el cuerpo y sin embargo nada más inaprensible.

toda representación del ser humano, como representación del cuerpo, es obtenida de la aparición. Trata de un ser que solo puede ser representado en la apariencia. Muestra lo que el ser humano es en una imagen que lo hace aparecer. Y, por otro lado, la imagen realiza esto en sustitución de un cuerpo al que escenifica de tal manera que proporcione evidencia deseada. La persona es como aparece en el cuerpo. El cuerpo es en sí mismo una imagen desde antes de ser imitado en imágenes. La copia no es aquello que afirma ser, es decir; reproducción del cuerpo. En realidad, es producción de una imagen del cuerpo que ya está dada de antemano en la auto representación del cuerpo. No es posible descomponer el triángulo-persona-cuerpo-imagen si no se quiere perder la relación dimensional entre los tres elementos” (Belting, 2007) :112.

El ver y el representar son actos materiales en la medida que constituyen medios de intervenir en el mundo. No vemos simplemente lo que está ahí ante nosotros. El Ver es un gesto tan común, tan aparentemente mundano, que es necesario hacer un considerable esfuerzo para extraer del mismo esa naturalidad que nos confunde y lo vuelve in-significante. Debemos hacer ese esfuerzo para resituarlo en la esfera de la consciencia verdaderamente humana. Cuando colocamos algo frente a nuestros ojos, no tanto para verlo como para mirarlo, construimos formas específicas de la mirada –y la representación- del mundo que determina como actuamos ante él y, como lógica consecuencia, como lo creamos es decir lo hacemos significativo. Le construimos sentido. Es allí donde la naturaleza social de la visión entra en juego, dado que tanto el acto aparentemente individual de ver, como el acto más obviamente social de representar, ocurren en redes históricamente específicas de relaciones sociales (Poole, 2000).

La búsqueda de lo visual en este caso va más allá de las técnicas o dispositivos específicos de las imágenes abordadas con la única condición de ser imágenes fijas, –aunque algunos fotogramas remitan un producto de Comunicación audiovisual– tratando de escapar de la muy común opinión de que si a uno le interesa lo visual debe limitarse a una técnica o un género discursivo de tratar lo visual y así establecer categorías de interés especial: pintura, Diseño Gráfico, Diseño de Imagen y Sonido, sueños, etc., olvidando el significado y enigma de la propia visualidad (Caggiano, 2012, pág. 21) (Berger, 2004, pág. 59). En este caso trabajaremos sobre las representaciones y figuraciones de los colectivos LGTBQ+ –lesbiana, gay, transexual, bisexual, queer y +- tradicionalmente desfavorecidos en una sociedad hetero-normativa. Se busca identificar visualidades que frente a la acción política propuesta caen en formas de representación que ahondan el binarismo a partir de las



imágenes propuestas favoreciendo la definición taxativa de pertenencia a un género determinado. A esta situación opondremos otras formas de la visualidad que permiten identificar un sentido fluido de la identidad no adscripta a definiciones hegemónicas, construyendo el par representación/figuración que abarcan todas las formas de ver, de ser visto y de mostrar. Ubicando los primeros en las representaciones del Notitrans –el primer Magazine trans de la argentina– y los segundos en las figuraciones *queer*.

“Notitrans”, magazine trans de la Argentina, producido por ACA –cultura, arte y educación de la UNA (artes dramáticas)– y el voluntariado universitario, se presenta como la búsqueda de un colectivo al derecho a la información, a la comunicación fundamental que permita conocer los derechos y las realidades que atraviesan y viven las personas Trans. En su página de Facebook y su canal de Youtube se puede leer la siguiente declaración de principios:

Los medios de comunicación fueron sañosos y muy ignorantes de nuestras identidades, violentaron nuestras vidas y ejercicio ciudadano. Los relatos se fijaron en espacios de poder, clase y con enorme racismo. Queremos expresarnos y construir otras herramientas de comunicación, buscamos promover sociedades diversas, con respeto a nosotras mismas. En este esfuerzo colectivo hay personas trans que estamos formándonos en edición, gráfica, guiones, cámaras, sonidos, iluminación y todo el engranaje de la comunicación audiovisual. Así surge Noti-Trans el Primer Magazine Trans de Argentina, un proyecto en construcción, somos activistas trans que proponemos contenidos sobre realidades trans pero también nos formamos colectivamente para mostrar que tenemos capacidad laboral trabajando con nuestros saberes.

En Noti Trans queremos visibilizar la diversidad donde habitamos las personas Trans, las dificultades y las herramientas para vincularnos por fuera de las exigencias de las dicotomías biologicistas o la propia heterosexualidad obligatoria. Buscamos discursos, palabras y realidades por fuera de la violencia, la discriminación.

Promovemos el conocimiento de los derechos civiles, reproductivos, sexuales y comunicacionales, queremos hablarte a vos, a nosotras y colectivamente aportar valores a las ciudadanías trans.



Figura 1 Notitrans, magazine de noticias trans de Argentina



Fuente: <http://agenciapresentes.org/2017/12/14/70358/> (Recuperado 10/06/2019)

Sin embargo, más allá de la propuesta verbal caen en la trampa de la visualidad. La información visual entra en un esquema de representación hegemónico que no se condice con sus principios. Es lo que Gombrich llama el principio del estereotipo adaptado: se parte de lo transmitido, el estereotipo, cuya adaptación implica la solución de nuevos problemas que debería demandar una cuota de transgresión. Esta fórmula resume el procedimiento de toda la historia de la ilustración gráfica (GOMBRICH, 1975) cualquier forma nueva debe asimilarse a los diseños y esquemas que un artista ha aprendido a manejar. El rinoceronte de Durero, grabado en 1515, y que poco reproduce del rinoceronte real, fue el esquema modélico de todos los rinocerontes copiados “del natural” hasta casi tres siglos después, en 1789. Lo familiar es el más probable punto de partida de lo no familiar: una representación ya resuelta y socialmente aceptada siempre influirá sobre una sacada “del natural” hasta que los sucesivos ajustes impongan un nuevo estereotipo. (Schnaith, 1988) Pero en este caso el estereotipo consume el mensaje, lo domestica y por lo tanto lo vuelve aceptable y, por ello, “representable” socialmente. Sobre lo exhibible Didi Huberman nos dice Cuando el pueblo significa unidad del cuerpo social –el *demos* griego, el *populus* romano– y funda la idea de nación, su representación es obvia e incluso se impone a todos. Pero cuando denota la multiplicidad hormigueante de los bajos fondos –*pollen* griego, *multitudo*, turba, *vulgus* o *plebsen* latín–, su figuración se convierte en el ámbito de un conflicto inextinguible (Didi Huberman, 2014, pág. 106) podemos trasladar estos concepto a nuestro objeto de estudio y pensar que si el cuerpo no es unidad, sino pluralidad irreductible, no es un ser sino un devenir, entonces su representación es portadora de una conflictividad irreductible. Y si la figuración



no es un mero dar forma a una materia bruta, sino también un mostrar lo informe dar cuenta de la singularidad y del colapso de un orden sensible, entonces el cuerpo puede abrirse paso en su multiplicidad, no siendo configurado por una forma, sino figurándose a sí mismo.

En este segundo lugar, el de la figuración –en tanto representación con manifiesta y explícita voluntad política de influir– ubicamos las representaciones *queer*. En un discurso visual subversivo que desafía las representaciones estereotipadas de lo femenino y lo masculino profundamente arraigados aún y que resiste la sociedad heterocentrada y su construcción del sistema sexo/género, proponiéndose como agente destructor del discurso heteronormativo. Los análisis de dichas pluralidades presentan disrupciones al género y lo presentan sin fronteras y sin límites.

El cuerpo de la multitud *queer* aparece en el centro de lo que podríamos llamar –para retomar una expresión de Deleuze/Guattari– un trabajo de "desterritorialización" de la heterosexualidad. Una desterritorialización que afecta tanto al espacio urbano (por tanto, habría que hablar de desterritorialización del espacio mayoritario, y no de gueto) como al espacio corporal. Este proceso de "desterritorialización" del cuerpo supone una resistencia a los procesos de llegar a ser "normal". La política de multitudes *queer* no se basa en una identidad natural [...] (Preciado, 2004).

Para el pensamiento *queer* el sexo es un constructo igual que el género y este aparece como un concepto moldeable, flexible, transgredible y fluido. Por ello, las imágenes aquí expuestas rechazan el discurso normativo y revelan un género fuera de los márgenes heterocentros. *Queer* es una figuración que existe fuera de la narrativa dominante.



Figura 28 junio, 2017. Por Irene Galicia



Fuente: <http://www.notodo.com/queer-cabinet> (Recuperado 10/06/2019)

Como decíamos antes el cuerpo es el objeto de muchos aspectos y disciplinas del diseño, más allá de sus múltiples formas de manifestación nos interesa su aparición, en este contexto, en tanto imagen ya que el ícono es la materia prima del diseño en general y del diseño gráfico en particular. Su estudio nos debe permitir ampliar las posibilidades metodológicas para pensar los estudios visuales y reflexionar sobre los fragmentos de sentido que nuestros actos de diseño van otorgando entre otras formas a partir de las representaciones y figuraciones ya que en el par representación/figuración podemos pensar el “No Lugar” de la creatividad que situamos en las fronteras y en los bordes de los regímenes escópicos dominantes (Jay, 2008) y por otro lado, al analizar el universo de las imágenes y mirar una constelación expandida de lo visual podremos escuchar esa voces articuladas que encontramos incluso en documentos de escasa importancia” (Ginzburg, 1989) de las que hablaba Aby Warburg y que nos permitan comprender un poco mejor porque vemos como vemos y representamos, tantas veces, como el poder manda.



Bibliografía

- Barthes, R. (1970). *S/Z*. Barcelona: SXXI.
- Belting, H. (2007). *Antropología de la imagen* (1° ed.). Buenos Aires, Argentina: Katz.
- Berger, J. (2004). *Mirar*. Buenos Aires: De la Flor.
- Caggiano, S. (2012). *El sentido común visual. Disputas en torno a género "raza" y clase de imágenes de circulación pública*. Buenos Aires, Argentina: Minio Davila.
- Didi Huberman, G. (2014). *Pueblos expuestos. Pueblos figurantes*. Barcelona: Manatíal.
- Ginzburg, C. (1989). *Indicios. Raíces de un paradigma de inferencias indiciales. En mitos, emblemas, indicios. morfología e Historia*. Barcelona: Gedisa.
- Gombrich, E. (1975). *Arte e ilusión*. Barcelona: GG.
- Gombrich, E. H. (1996). *Gombrich esencial*. Madrid: Debate.
- Jay, M. (2008). *Ojos abatidos: La denigración de la visión*. Madrid: Akal.
- Merleau-Ponty, M. (1970). *Fenomenología de la percepción*. Barcelona: Altaya.
- Notitrans. Declaración de origen (s/A) 10/noviembre/2017 recuperado 15/Julio/2019 <https://www.facebook.com/NotiTransArgentina/>
- Poole, D. (2000). *Vision, Raza y modernidad. una economía visual del mundo andino de imágenes*. Lima: Sur casa de estudios del Socialismo y Consejería en Proyectos.
- Preciado, P. B. (2004). *Notas para una política de los "anormales"*. Paris: X..
- Saltzman, A. (2009). *El cuerpo diseñado. sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. (3° ed ed.). Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Schnaith, N. (1988). *Los códigos de la percepción del*. Buenos Aires: Revista Tipografica.