

## Identidad, cuerpo, exclusión y gays

José Ignacio Pichardo Galán.

<http://www.plazamayor.net/antropologia/boant/articulos/ABR0202.html>

### Introducción

El presente artículo se origina a raíz del trabajo realizado durante los primeros meses del año 2001 en un Colectivo de Gays, Lesbianas, Transexuales y Bisexuales de Madrid (España). El trabajo consistió en analizar la problemática específica, identidad y estilos de vida de un grupo de gays varones de más de 30 años que se reúnen para realizar diversas actividades todos los viernes.

En este tiempo pude comprobar cómo buena parte de ellos se sentían, en cierto modo, incómodos o fuera de lugar en lo que se viene conociendo como *el ambiente*, es decir, el conjunto de locales, bares, calles y lugares de encuentro y ocio frecuentado mayoritariamente por gays y lesbianas. Este espacio se identifica hoy en la ciudad de Madrid fundamentalmente con el barrio de Chueca y alrededores.

Después de recoger información diversa en el citado colectivo; analizar los comentarios que fueron surgiendo durante algunas de las actividades y los resultados de entrevistas en profundidad; observar las actitudes corporales y la moda existente en este entorno y examinar la literatura existente al respecto, llegué al convencimiento de que el cuerpo se constituye en un elemento central en la construcción de la identidad gay. Es más, se convierte en un instrumento de pertenencia y aceptación por parte del grupo o, en su defecto, de exclusión.

Antes de entrar directamente en la relación del cuerpo y los gays me ha parecido necesario hacer un pequeño recorrido por el término homosexual, la identidad gay central y ver la importancia del cuerpo y la imagen en esta identidad. Tras el marco teórico ofrezco unas pinceladas extraídas del trabajo de campo con el fin de ilustrar lo que se expone en este marco teórico.

### MARCO TEÓRICO

#### Homosexualidad

Para [Alberto Mira](#)<sup>1</sup> este concepto “parece referirse” a “el **deseo y las relaciones sexuales entre individuos del mismo sexo**”. El término *homosexualidad* pertenece a ese grupo de palabras Libertades Laicas. Programa Interdisciplinario de Estudios sobre las Religiones (PIER), El Colegio Mexiquense, A.C. Ex Hacienda Santa Cruz de los Patos, Zinacantepec, CP 51350, México, Teléfono: (+52) 722 279 99 08, ext. 215 y 216. Correo electrónico: libertadeslaicas@cmq.edu.mx

cuyos significados no son unívocos o fijos, sino que lo subjetivo o ideológico contribuyen a darle un sentido determinado: para unos es un acto o conjunto de actos, para otros una identidad social o cultural, para otros una enfermedad, para otros un deseo, para otros un pecado...

Mira piensa que no sólo el concepto, sino también esas realidades a las que parece referirse, han sido siempre parte de una estrategia de demarcación de fronteras y marginación de la diferencia. Se trataría así de una palabra creada desde una perspectiva heterosexista, con el afán de nombrar algo, cuando otros muchos rasgos de la personalidad no reciben ni atención ni etiqueta, y de este modo se crea una otredad con la que un nosotros rechaza cualquier identificación. La homosexualidad se construiría como una identidad cuyo fin sería el de reforzar por oposición un modelo: el de la familia heterosexual supuestamente monógama con fines pro creativos.

Además -indica- no se puede hablar de *homosexualidad*, sino de *homosexualidades*, ya que (repassando las manifestaciones del amor o deseo entre individuos del mismo sexo) podríamos ver distintos **modelos** que se identificarían en cierto sentido con el concepto de homosexualidad, aunque no se puede hacer una identificación absoluta entre cualquiera de ellos: homosexualidad ritual en Melanesia y otras culturas, la pederastia griega, la sodomía en la edad media, el travestismo, el modelo patológico de fines del XIX que considera la homosexualidad como una enfermedad y que perdura en cierto modo hasta nuestros días...

Todos estos modelos enfatizan la marginación, la trasgresión y la condena. En los sesenta surge (principalmente en los países anglosajones) el **modelo gay**, que supone una definición afirmativa de la homosexualidad. La homosexualidad dice "yo" sin máscaras ni rodeos y se introduce y apropia del concepto de identidad. Hasta ese momento, el rol se definía según un sistema de coordenadas masculino-femenino, los gays defienden un rol que va más allá de ambos y no depende necesariamente de éstos: ser gay es un modo de ser en el mundo legítimo en sí mismo.

El modelo gay se ve contestado en los 90 por el movimiento **queer**, que cuestiona la posibilidad de una identidad social estable basada en ese deseo entre personas del mismo sexo. Este modelo se basa en su capacidad de oponerse a cualquier fijación de la identidad y por tanto en la trasgresión (en cuanto a prácticas, deseos o roles).

### Identidad

[Oscar Guasch](#)<sup>2</sup> comienza su artículo *Minoría Social y sexo disidente: de la práctica sexual a la subcultura*, con la siguiente aseveración: "Las relaciones sexuales entre varones son unas

prácticas sociales en torno a las que se ha construido un estilo de vida primero y una **subcultura** después”. El mayor logro social de estas prácticas sería para él, el haber configurado una identidad social específica que ofrecer a sus practicantes: la identidad gay.

Él utiliza el concepto de subcultura como aquel que nombra intersubjetividades no exóticas, contraponiéndolo al concepto antropológico de cultura que se aplica a las sociedades exóticas. Además el concepto de subcultura sería un sistema de valores que siendo parte de otro más amplio y central, ha cristalizado aparte. Por su parte otro antropólogo, [Alberto Cardín](#)<sup>3</sup>, defenderá la teoría de que la cultura gay es la única subcultura presente en la aldea-mundo-occidental y la única que presenta un carácter de **globalidad** comparable.

Al hablar de identidad gay es muy interesante la propuesta que hace Oscar Guash en otro de sus libros: [La Sociedad Rosa](#)<sup>3</sup>. Guasch nos muestra un proceso por el cual, durante los últimos años de la dictadura franquista en España, se da una disolución entre país real y país oficial. Así, mientras el régimen dictatorial trataba de mantener una moral de posguerra, la sociedad española muestra una importante tolerancia frente a los comportamientos sexuales. Esta tolerancia se restringe únicamente a los comportamientos heterosexuales, ya que en el caso de los homosexuales se mantendrán fuertemente estigmatizados.

En los finales de los 70 y, sobre todo en los 80 y 90, se da una *transición homosexual* que supone:

- la redefinición de lo homosexual
- cambios en la percepción de la homosexualidad
- variaciones en las concepciones que los/las homosexuales tienen de si mismos/as.
- cambios en su estilo de vida y en sus costumbres sexuales.

Se pasa así de lo que él denomina modelo pre-gay al modelo gay.

### Modelo pre-gay

La homosexualidad se construye a partir de la perspectiva heterosexual, en la que se identifica la homosexualidad masculina con **lo femenino**. El marica cumple una función social para el hombre heterosexual. Las identidades se construyen por afirmación, pero también por negación: para el varón heterosexual el marica es un punto de referencia para fijar los rasgos viriles. El homosexual afeminado renuncia a los roles socialmente indicados para el varón y logra de este modo reducir la presión social que el entorno ejerce sobre él. Ésta homosexualidad no implica agresión, porque la

misma imagen del marica revela su condición y hace estar prevenido ante él. En este sentido, *la pluma* (amaneramiento) reproduce en cierto modo el estereotipo heterosexual del marica: gesto, pose y compostura afectados.

El problema surge con los homosexuales que no renuncian a los roles masculinos. La homosexualidad viril en este modelo se sitúa en lo indefinible, porque contradice los códigos culturales de categorización y [“lo indefinible, lo que está en los límites, produce temor”](#).<sup>5</sup>

Son muy importantes también los códigos propios para reconocer y ser reconocidos sólo por los miembros del grupo. Las pautas para reconocer a los iguales se basan en tres variables: el contexto, la apariencia y la actitud. Los encuentros se suelen dar en marginalidad espacial y temporal (lugares apartados, como playas por ejemplo, y horas intempestivas), pero también la centralidad (estaciones de trenes, horas punta en el metro).

En cualquier caso Guasch nos recuerda que no fue fácil ser homosexual bajo la dictadura franquista.

### Modelo gay

Se construye la identidad por parte de los propios homosexuales tomando como referente el modelo **masculino – viril** (por ejemplo: cueros, bigotes, músculos...). No es un modelo creado desde fuera por los heterosexuales. Los homosexuales dicen ahora llamarse gays y construyen **su propia identidad** como una alternativa válida a la heterosexualidad común. Llegando incluso a afirmar [“ser gay no sólo es bueno, ser gay es mejor”](#)<sup>6</sup>.

Se plantean las reivindicaciones en la calle, se busca la **visibilidad**, que da el paso de la practica sexual entre hombres del mismo sexo a la creación de una identidad gay. En cualquier caso este nuevo modelo es de origen anglosajón y se caracteriza por la **institucionalización** del universo homosexual. Es pues un modelo **importado**, que no llega de la mano de los movimientos políticos gays, sino por canales privados: son los empresarios/as los que reproducen las instituciones homosexuales ya presentes en otros países. Estas instituciones son básicamente tres: las saunas, los bares y las discotecas.

De este modo se da una institucionalización incluso espacial, que lleva al extremo de la creación de **barrios o guetos** gays, con fronteras bien definidas, al estilo de otras ciudades europeas y estadounidenses. Leer los textos escritos a principios de los 90 con la perspectiva que nos da hoy

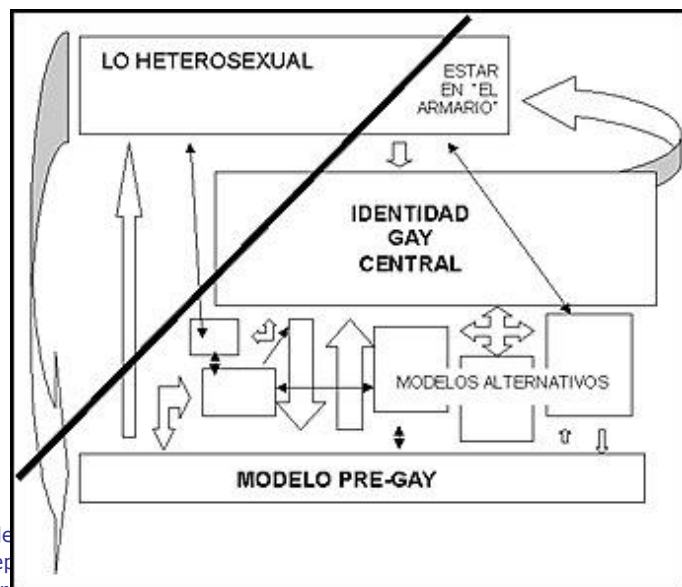
el tiempo nos confirma la visión de que en España se ha producido el mismo proceso que marcan esos textos, pero de un modo acelerado, en los años 96-98. Hoy día podemos hablar de un gueto o barrio gay en ciudades como Madrid o Barcelona, con locales con banderas de arco iris (símbolo gay por excelencia) bien visibles en sus puertas, grandes ventanales que dejan ver lo que ocurre al interior, bares, restaurantes, floristerías, tiendas de ropa, librerías, centros sociales, asociaciones, etc... todo ello para gays y, en algunos casos, para lesbianas.

[Aliaga<sup>7</sup>](#) propone medir el nivel de concienciación por la participación en las manifestaciones del 28 de Junio (día del Orgullo Gay) y llega a la siguiente conclusión: "si se la compara con los países anglosajones las diferencias son abrumadoras". Hoy día, aunque se esté lejos del medio millón de manifestantes en París o del millón de Nueva York, podemos ver que la progresión ha sido imparable: en la manifestación en Madrid del año 2001 participaron 150.000 personas, mientras un pocos años antes (1995) apenas participaron 5.000 personas, por cierto, el mismo número que a finales del los 70.<sup>8</sup>

En cualquier caso y, tal y como Guasch señalaba en su libro, el paso de un modelo dominante a otro ha sido gradual, y no se puede decir que desaparezcan de un día para otro las características de un modelo y se implanten de repente las del otro. Se van produciendo pequeños cambios, grupos que conviven: unos más cercanos al modelo pre-gay, otros al modelo gay. Nuevos modelos y alternativas que van surgiendo, movimientos de resistencia... Así por ejemplo, en el nuevo contexto, el ligue callejero deja de ser central, pero sigue existiendo y siendo quizás el único para mucha gente.

Habría pues una serie de identidades que conviven en el momento actual y que se podrían expresar, más o menos, según el gráfico adjunto.

Se establece una separación básica, a nivel de identidad, entre lo heterosexual y el mundo homosexual. Una separación que a mi entender se va diluyendo cada día más y que quizás más adelante, hoy en día no, a lo mejor carece de sentido. Tal y como hemos



señalado anteriormente, los dos modelos básicos serían el pre-gay y el gay. El primero viene del mundo heterosexual, pero los homosexuales se apropian de él y lo modifican, sigue presente como una base sobre la que se construyen las demás identidades. El modelo gay es hegemónico, creado por los propios homosexuales y el que estos han devuelto a la sociedad, que hoy maneja esas dos concepciones principales de ser homosexual (pre-gay y gay).

Frente a estos modelos surgen muchos más, llegando incluso a las identidades personales. Hay algunos importados, como los *bears* (osos = gorditos y peludos), los *leather* (cuero)... y otros propios como, por ejemplo, la *peineta* (folklorismo). Además, hay muchas personas que mantienen relaciones homosexuales y no se sienten identificadas con estos modelos, bien porque se mantienen en el “armario” (no se asumen como homosexuales y/o no lo expresan en su entorno), o bien porque siguen con unos estilos de vida, modas, etc consideradas “normales” en la sociedad heterosexual. Es decir, que el mantener relaciones con otros hombres no genera para muchas personas necesariamente una identidad particular. De hecho, la mayoría de las personas que mantienen relaciones con personas de su mismo sexo no son particularmente diferentes del resto.

También hay que señalar que, incluso en Madrid, nos encontramos con propuestas y locales diferentes, que no se encuentran en Chueca sino, por ejemplo, en Las Vistillas, barrios de la periferia, e incluso existe un barrio se perfila como barrio gay alternativo: Lavapiés, donde se pueden encontrar algún local para lesbianas y varios (9 ó 10) locales para gays que presumen precisamente de ser *alternativos*. Estos espacios se dan en convivencia con otras comunidades que buscan también su lugar en la ciudad (inmigrantes, por ejemplo). Los gays que acuden a esta zona buscan precios más asequibles (Chueca es caro), nuevas formas de vestir, divertirse y un ambiente menos rígido.

Es muy importante señalar que todos estos modelos interaccionan entre sí y se retroalimentan. No cabe duda de que el mundo gay ofrece una nueva imagen de los homosexuales a la sociedad y ésta se la devuelve reelaborada al tiempo que se apropia de algunos de sus elementos.

En cualquier caso, hoy en día parece que se impone el modelo gay, que implica una serie de valores, de sentidos, que forma parte del discurso oficial que dan los medios y revistas gays (*Shangay Express*, *Zero*, *Odisea...*), pero también los heterosexuales (como por ejemplo la televisión o los periódicos de información general), el que llega desde asociaciones y colectivos, por el ambiente de Chueca. Es un discurso con el que un gay, le guste o no, debe relacionarse y,

lo que es peor, un discurso que le puede hacer sentir *dentro o fuera*, incluido o excluido, con posibilidades de mantener relaciones de amistad y/o sexuales o “no comerse una rosca...”

Como hemos señalado, frente a este discurso oficial gay hay alternativas y residencias, pero es el predominante, por eso vamos a estudiar lo que significa esta Identidad Gay Central en los próximos epígrafes.

## Identidad Gay Central

[Oscar Guasch indica:](#)<sup>9</sup>

- la cultura gay es **global** y tienen características propias que se han ido definiendo a lo largo de la historia
- es una subcultura amenazada por el **sida**
- está **desapareciendo** a causa no del sida (que actúa como importante catalizador) sino como consecuencia de los cambios que acontecen en la cultura madre, ya que muchas de las características que le daban especificidad son hoy asumidas por el conjunto de la sociedad: el paso de una sociedad de familias a una sociedad de **individuos**, el **hedonismo**, **culto al cuerpo**, el mito de la **juventud**, pensar el tiempo en unidades de **ocio**.
- el tiempo y el dinero que el gay ahorra en gestionar una familia lo invierte en gestionar su **sexualidad**.
- en España no se ha producido lo que es realmente importante en la subcultura gay estadounidense: la convicción de pertenecer a una comunidad. Ha quedado reducido a un discurso político y a un conjunto de rasgos dispersos (a menudo **meramente estéticos**) que conforman sus señas de identidad más visibles.

[Mira](#)<sup>10</sup> se refiere a otro tipo de rasgos personales: **sensibilidad**, **creatividad**, **sentido del humor**, mirada oblicua, etc. También lo relaciona con el **mercado** y, especialmente, con tener dinero “los gays, se dice, tienen **dinero** a raudales y son **consumidores** voraces. [...] Hay que reconocer que ser gay se está convirtiendo en algo no apto para todos los bolsillos.” Él mismo señala más tarde que no todos los gays están podridos de dinero ni pueden permitirse la *utopía consumista*. Sin embargo, esta imagen del gay con dinero es la que también se refuerza en medios de comunicación con tanta influencia en nuestro país como el diario *El País* (01-07-01, Pág. 34).

[Aliaga<sup>11</sup>](#), por negación, nos muestra lo que significa ser gay en el ambiente, aunque él lo critique: “No se es más gay por ser más **joven** y lucir más **ropa** de Jean-Paul Gaultier (los que se la pueden permitir) sobre calzones de Calvin Klein, que por llevar un astroso pantalón vaquero. No se es menos gay por disfrutar del jazz y de la **música** indie, que por bailar al tirmo de la house. No es incompatible **leer** a Luis Cernuda y a Leo Bersani con frecuentar los ambientes leather...”

[Cortés<sup>12</sup>](#), sin llegar a concretar tanto, también nos habla de las implicaciones de la identidad gay en el estilo de vida: “en las actuales circunstancias ser gay significa mucho más que acostarnos o amar a otro hombre. Hoy en día, ser gay tiene una **concreción clara en todos los aspectos de nuestra vida cotidiana**; desde la actividad profesional que elegimos (huimos de los oficios más machistas y buscamos los más **liberales**), hasta la ciudad o el barrio en el que deseamos vivir – emigramos a las **grandes ciudades** en busca de aire para respirar e iguales a los que amar–, pasando por los lugares que frecuentamos”. En otro momento sí nos da pistas muy específicas de lo que supone ser gay: “sexo fácil y rápido (emergen los cuartos oscuros y las saunas), unas **nuevas drogas** (popper´s), un **activismo** queer (organizaciones gays radicales), la pandemia del sida (con la desaparición de una parte importante de una generación), un fuerte sentimiento de **comunidad** y un **cuestionamiento de los roles sexuales** (masculinidad / feminidad)”

Por lo tanto, la identidad gay tiene mucho que ver con el cuerpo, la juventud, la edad, tener una red de amigos gays, estar a la moda, que te guste un tipo de música, bailar, tener tiempo de ocio (y preparación) para poder disfrutar la lectura, el cine y la cultura en general, trabajar en una profesión liberal, vivir en una gran ciudad y, a ser posible, en un barrio gay, salir de marcha, en determinados círculos el utilizar determinadas drogas, como la droga gay por excelencia: el poppers (nitrito de amilo en forma de líquido inhalable con efecto estimulante <sup>13</sup>), pero también otras como las pastillas o el éxtasis... (derivados anfetamínicos con efectos alucinógenos). En definitiva, ser gay se relaciona, sobre todo, con tener dinero.

Ante todo esto ¿Cómo te sientes si eres albañil, vives en un pueblo y no sales por Chueca? ¿Si dejaste tus estudios en primaria? ¿Si no vas a los museos ni te gustan las películas francesas en versión original? ¿Si no tienes dinero para salir todos los fines de semana? ¿Si eres mayor? ¿Si no puedes costearte el llevar la moda fashion o simplemente no te gusta? ¿Encuentras tu lugar dentro de la identidad gay? ¿Te sientes como perteneciente a ese grupo o excluido del mismo? Y, lo que es peor ¿Cómo te valoran y perciben el resto de gays que sí encajan en esa identidad? Se habla mucho de promiscuidad sexual ¿Qué pasa si no mantienes relaciones sexuales porque tu cuerpo



no sigue el modelo? En la identidad gay el elemento de la visibilidad es clave: requiere una inversión personal que mucha gente no puede o no quiere realizar.

Es fácil darnos cuenta que a la gente que tiene unos determinados hábitos de clase les es difícil socializarse como gay y encontrar su lugar en esta identidad. Esto es algo que varios autores señalan en sus obras. Así, las principales críticas a las victorias del movimiento gay vienen de la mano de su clasismo, ya que las mismas están al alcance sólo de una élite: “en efecto, se le reprocha al movimiento gay la facilidad de sus victorias obtenidas por y para los segmentos privilegiados de la sociedad americana.” <sup>14</sup>

El movimiento gay español parece adolecer de sesgos similares: “Los gays no son revolucionarios. Si conoces los movimientos gay ves que sus militantes son todos gente de clase media, asalariados, técnicos, profesores de instituto, empleados de banca, ejecutivos (sic)... que políticamente creen lo que creen las locas intelectuales: que el hecho de irse a la cama con un tío ya es subversivo y revolucionario. Y no ven que repiten con otro objeto los mismos comportamientos sexuales [legales]” <sup>15</sup>

Por otra parte, no todos los homosexuales creen en la existencia, o en la necesidad de existencia, de una identidad gay. La corriente queer critica la política identitaria gay de los 70 y 80, su esfuerzo por crear una identidad específicamente gay sobre la base de la clase media blanca. Así, los queers critican no solo el concepto de homosexualidad creado por la sociedad heterosexual, sino también “la identidad impregnada de prejuicios de clase y raza que ha sido creada por los gays mismos durante los años históricos de la Liberación Gay” <sup>16</sup>. El movimiento queer muestra una aversión histórica contra la identidad, su grito de guerra es “estamos en todas partes”, lo que quiere decir que no pueden ser localizados, ni verse limitados por un lugar o un grupo particular como, por ejemplo, los homosexuales pudientes en un medio urbano. Los queer se convierten así en la subversión diseminada por todas partes y estratos de la sociedad dispuestos a romper los fundamentos de esa misma sociedad “normal”.

## Cuerpo e imagen

“La perfección corporal se convierte en un objeto de contemplación que suscita admiración y/o deseo, al tiempo que refleja una visión de la realidad en la que el cuerpo es algo más que un azaroso ensamblaje de formas, para convertirse en el símbolo o la metáfora mediante el cual entender o expresar la propia identidad, es decir, cómo somos o cómo queremos ser vistos.” <sup>17</sup>

Cortés nos presenta tres modelos de cuerpos homosexuales:

El modelo heterosexista: *La loca* - identifica a los homosexuales con lo supuestamente femenino. El homosexual debe ser pasivo, sumiso, débil, delicado, afeminado y amanerado en su comportamiento. En el vestir se utilizan ropas de mujer, travestismo, etc.

El modelo clásico/mediterráneo: *El efebo* – el joven o adolescente imberbe, de trazos arquetípicos, oscuros ojos, bello rostro, cuerpo delgado y atlético... la belleza clásica acercándose a lo andrógino.

El modelo gay: *El cachas* – este modelo es el que nos ocupa. En la identidad gay el cuerpo (al igual que la visibilidad, que tiene mucho que ver con el cuerpo) toma un papel central. El cuerpo gay es el cuerpo musculado, tendente a la hipermasculinidad. Surge en cierto modo como reacción al modelo heterosexista (afeminamiento). A este modelo se le asimilan también otras características: juventud, ausencia de vello corporal y grasa corporal (michelines), pene de gran tamaño, etc.

¿Cómo es exactamente este cuerpo hipermasculino?:

- Los músculos tensados y sobresaliendo o marcando sus formas y bultos aparecen como elementos básicos para una necesaria auto-identificación masculina<sup>18</sup>
- Gran desarrollo de los músculos del pecho, los brazos y amplios hombros, que ayudan a configurar una estrecha cintura (esto queda plasmado en las figuras del militar, policías, bomberos y todos los uniformes)<sup>19</sup>
- Su cuerpo está perfectamente manufacturado, músculo a músculo, fibra a fibra. En él se ha invertido tiempo y dinero tiempo y dinero hasta convertirlo en objeto de consumo. A este modelo Mira<sup>20</sup> lo llama los *marimarios*.

Este modelo es criticado por Cortés como machista, puesto que pretende reforzar los estereotipos y valores masculinos y exagerar las diferencias entre los dos sexos, incluso entre los propios homosexuales. Esta visión supone en muchos casos exclusión: despreciando a la loca, el amanerado, el travestí y llegando, en último término a intentar por todos los medios que no se les note que son homosexuales. Posteriormente se llega a un modelo menos radical, pero no por ello menos masculinizado: “un cuerpo masculino duro y formado, sin pelos y con una gran polla que marque paquete”<sup>21</sup> Esta imagen del cuerpo gay viene acompañada y fortalecida por la literatura gay (*El gladiador de Chueca*, de Carlos Sanrune), los comics o dibujos, tanto extranjeros (Tom de

Finlandia) como españoles (los dibujos de Ivan Soldo), las estrellas del cine porno gay (Jeff Stryker) y, sobre todo, los medios de comunicación para gays.

Las revistas gays están plagadas de imágenes de hombres jóvenes, musculados, guapos, sin pelo, con penes grandes, etc. que aparecen tanto en las entrevistas, como en dibujos, en los artículos sobre moda y, muy especialmente, en la publicidad gay. Un “buen cuerpo” (es decir, músculos), y concretamente, un buen tórax, sirve para vender desde ropa interior a una línea erótica, pasando por tiendas de ropa, canales de televisión, bares, discotecas y saunas, sex-shops, etc. En estos anuncios suelen aparecer torsos desnudos de uno o varios hombres y en muchos de ellos ni siquiera aparecen los rostros de los modelos.

¿Por qué surge y triunfa este modelo?

- Es una reacción al modelo femenino heterosexual,
- Otros señalan la relación entre la irrupción del sida y la necesidad del cuidado del físico, la preocupación por la salud y, sobre todo, la necesidad de dar una imagen saludable, que nadie piense que se está enfermo de sida, lo cual reduciría las posibilidades de encontrar parejas sexuales
- En la era del sida se muestra el cuerpo y se ocultan los deseos, se vuelve a la masturbación y se recuperan prácticas sexuales antes denostadas (como el voyerismo y el exhibicionismo)<sup>22</sup>
- El concepto de belleza es socialmente construido y se llena de contenidos que es necesario configurar ideológicamente.
- La perfección física abunda en los locales de ambiente simplemente porque tiene éxito social: los cuerpos esculpidos despiertan miradas, admiración, deseo. Es decir, tienen éxito.
- La influencia de los medios de comunicación, tanto gays como generales. Desde los medios se nos presenta ahora el modelo de los *cuerpos danone*, que para Mira <sup>23</sup>son una especie de mariarmarios de formas elegantes. Los modelos de la publicidad general reproducen en muchos casos los cánones de belleza que prevalecen en el mundo gay: “jóvenes, de musculatura clásica y narcisistas hasta decir basta. La cultura gay crea así imágenes que incitan al consumo a mujeres heterosexuales y hombres de cualquier orientación.”

El modelo mariarmarios va poco a poco dejando paso a “un modelo de belleza más clásico: robustez pero sin exageración, joven, definición muscular sin llegar al bulto, cuerpos lampiños, bronceados, pelo corto, juventud, espaldas amplias, abdominales marcados como el vientre de una tortuga o una tabla de fregar, juventud, juventud y sobre todo juventud” .<sup>24</sup>

En el mundo gay, no sólo es importante tener un bonito cuerpo, sino también mostrarlo, observar y disfrutar mirando (juzgando) los cuerpos de los demás. Ricardo Llamas comenta: “Las numerosas terrazas de la plaza de Chueca y los tórridos veranos de la villa consolidaron un espíritu de pasarela permanente, de cotidiano mirar, cotillear, ser visto, mostrarse [...]”<sup>25</sup> Y para mostrar y realzar esos cuerpos, nada mejor que el vestido y la moda, que adquieren, colateralmente, una relevancia esencial en la identidad gay. Mira<sup>26</sup> comenta “cuando están de moda los Calvin Klein, llevar la etiqueta hace sexy a su portador, y cuándo se estila otra marca, llega el momento del cambio [...]. El fetichismo de las marcas es el final del camino de la parafernalia gay”.

Si, como señala Toro, “el vestido trasluce, manifiesta, subraya, disimula, relega u oculta aquellas zonas corporales que la sociedad en cuestión ha consensuado implícitamente en un momento dado”<sup>27</sup>, basta darse una vuelta por Chueca para comprobar que la moda gay está hecha para marcar (músculos, paquete, etc) con lycras, pantalones ajustados, camisetas cortas, apretadas; llamar la atención (colores vivos) y mostrar el cuerpo con pantalones cortos, camisetas de tirantes o sin mangas...

## **Pertenencia y exclusión a través del cuerpo**

Cuando una persona homosexual “sale del armario” (se reconoce a sí mismo como tal) busca un modelo con el que identificarse, incluso en lo corporal y, sobre todo, en lo que se refiere a la parafernalia y la forma de vestir. Si además esta persona es un adolescente, la necesidad de identificación es mayor: “Los cambios corporales durante esta etapa del desarrollo obligan a fijar la atención sobre el propio cuerpo y a integrarlo en la auto imagen general tras su imprescindible evaluación. [...] El adolescente compara su imagen (mental) corporal con el modelo estético corporal vigente en su medio social, modelo que asume plenamente, anhelando y procurando que su cuerpo, renovado y recién estrenado, se aproxime máximamente a aquel”<sup>28</sup> ¿No se dará esto también entre los gays que han pasado la adolescencia pero que, del mismo modo, estrenan una nueva identidad y quieren expresarlo a través de su cuerpo?

La lectura del libro de Toro abre varios interrogantes y conexiones entre los trastornos alimentarios que él presenta (anorexia, bulimia...) y la relación que tienen los gays con su cuerpo<sup>29</sup>. Creo que el

hecho de que los hombres gays se preocupen por su cuerpo del mismo modo que las mujeres lo han hecho tradicionalmente tiene mucho que ver con la feminización de los homosexuales: “En la práctica totalidad de las culturas, la belleza física de la mujer recibe una consideración más explícita que la del hombre”. Lo que ocurre es que el hombre gay ahora le da un contenido distinto a lo que es esa belleza física que, como se sabe, es social y culturalmente construida. La subcultura gay tiene su propia valoración subjetiva y social de cuerpo y sus propios parámetros de belleza. Además, estos van transmitiéndose después al resto de la sociedad.

Entre muchos gays se está creando una especie de **élite** de este tipo de personas **sin tener en cuenta otros criterios para valorar al individuo**. “Reducir la cultura o la sensibilidad gay a lo que sucede en el ambiente (nocturno) es empobrecedor, sobre todo cuando en éste predominan algunos usos abusivos que eclipsan a otros (el hecho de que ciertas tendencias o modelos estéticos se conviertan en varas con los que medir a los distintos gays)”<sup>30</sup>

Como señalan varios autores, de ahí a pasar a la exclusión hay sólo un paso:

- Cortés <sup>31</sup> habla del peligro de que este modelo corporal gay “puede convertirse en un claro **menosprecio** al gran número de gays mayores, gordos, bajitos o escuchimizados” que no participan del modelo impuesto.
- Mira <sup>32</sup> indica que el gueto “ha creado una mitología a la que se puede llamar, siguiendo a los anglosajones, **fascismo corporal** según la cual se valora al individuo por unos criterios (músculos, aspecto externo) que no tienen nada de positivo y que **alienan** a aquellos que no siguen estos códigos: a quienes están demasiados delgados o, peor aún, demasiado gordos, a quienes no tienen la cara del momento, la distribución muscular de la temporada o los pectorales unisex de la década se les hace sentir fuera de juego y quedan descalificados como objetos del deseo [...] Marcas y objetos, prendas de vestir y el dejarse ver en locales en los que se suele estafar al personal, se convierten en rasgos de rigor que, cada vez más, definen la experiencia del homosexual urbano en los albores del siglo XX”. “Lo que tendría que ser un entorno donde la gente que se siente socialmente discriminada por su identidad por su identidad sexual encuentra refugio, se ha convertido en un entorno donde quienes no alcanzan las proporciones clásicas, según la moda del momento, se sienten incómodos o **rechazados**. [...] Los miedos nacen de actitudes reales, y la obesofobia puede ser tan dura como la homofobia”
- Leo Bersani <sup>33</sup>: “Cualquiera que haya pasado una noche en una sauna gay sabe que es [...] uno de los espacios más despiadadamente sometidos a criterios de rango, jerarquía y

competencia que pueda imaginarse. Tu aspecto, tus músculos, las distribución del vello, el tamaño de la polla, la forma del culo determinan exactamente cuán feliz vas a ser en el transcurso de esas pocas horas, y el rechazo, acompañado por lo general de dos o tres palabras a lo sumo, puede ser fulminante y brutal, desprovisto de todas las civilizadas hipocresías con las que nos deshacemos de los indeseables en el mundo exterior”

Una vez más, citando a Toro, podemos comprobar como “los desfases entre el modelo corporal cultural y el cuerpo real de cada individuo concreto serán, forzosamente, fuente de malestar, de ansiedad” <sup>34</sup>En el caso de los gays podemos ver como se está produciendo una enfermedad que tiene mucho que ver con los casos de anorexia de los que habla Toro en su libro y que, por el momento, está teniendo una especial incidencia en el mundo gay: la vigorexia.

En un artículo aparecido en la revista de información gay *Zero*<sup>35</sup> se explica que “la persona vigorética, al igual que la anoréxica, tiene una obsesión por su físico. Si la anorexia es la obsesión por la delgadez, la vigorexia consiste en una obsesión por ganar masa muscular a toda costa”. Esto va acompañado por trastornos en la alimentación, consumo de hormonas y anabolizantes, y la dedicación de numerosas horas al deporte en el gimnasio. La revista habla de unos 75.000 españoles en situación de riesgo y señala explícitamente como algunos gays que pretenden asumir su identidad sin tener referentes adecuados, caen en la búsqueda de un “cuerpo perfecto”.

En definitiva, el cuerpo se convierte entre los gays en elemento de exclusión e inclusión y, tal y como aparece en los artículos de Bourdieu<sup>36</sup> y Boltanski<sup>37</sup>, en el caso de los gays su identidad, y por tanto su cuerpo, están conformados en buena parte por sus habitus sociales y de clase.

## EL CUERPO EN UN GRUPO DE GAYS ADULTOS

Como he señalado al principio del texto, este estudio surge del trabajo de campo realizado en el Grupo de Gays de un Colectivo de Madrid. Aunque la investigación que realicé es más amplia, intento reflejar en este documento sólo los aspectos de la misma que más tienen que ver con el título de este trabajo, es decir: la identidad, el cuerpo y la exclusión.

El citado colectivo se organiza a través de grupos (grupo de jóvenes, grupo de lesbianas, grupo de auto apoyo) y en él se vio la necesidad de crear un espacio específico para hombres gays de más de 30 años. El Grupo de gays con el que trabajé está dirigido fundamentalmente a este sector, pero abierto al resto de personas (“grupo abierto para gays, lesbianas, trans y simpatizantes” reza en sus folletos y programaciones). A pesar de ello, en la mayoría de las actividades, excepto quizá

en las proyecciones de vídeo, prácticamente todos los participantes son hombres, en muchos casos mayores de 30 años, pero también hay algunos menores de esta edad, especialmente de 25 a 30 años. La persona de más edad tiene 74 años.

Por este motivo, el presente trabajo no pretende ser representativo de la realidad o las identidades de los gays, sino simplemente ilustrar, mediante el discurso que elabora un grupo de gays maduros de Madrid, los planteamientos teóricos expuestos anteriormente.

¿Qué encuentra la gente en el grupo?

- Un espacio donde se sienten “personas”. Varias participantes lo comentaron en una de las actividades. Esta idea fue respaldada con entusiasmo por el resto del grupo cuando surgió.
- Un espacio donde se les valora por su interior, no por su aspecto físico o por su ropa.

“La gente del Grupo de Gays es diferente a la del ambiente. Hay de todo, hay quienes van a las discotecas, a la sauna y de todo. Y lo dice. Gente muy abierta. Pero en su mayoría es gente que está cansada un poco del ambiente promiscuo y del ambiente de usar y tirar, del consumismo. Están un poco cansados de eso y tratan de hacer relaciones sociales un poco cercanas. Eso me parece bien.” (Camilo)

“Yo no le doy tanta importancia al aspecto físico, sé que es envoltorio. Y los envoltorios pueden ser muy atractivos, pero siguen siendo envoltorio.” (Vicente)

- Un lugar donde formarse e informarse, donde participar.  
“Voy al grupo por las actividades. Porque unas veces ponemos alguna película, la comentamos, otras veces tratamos un tema y al ir conversando con la gente vas haciendo amistad”. (Javier)  
“El grupo me parece interesante porque se dan actividades y cosas. Vas, conoces gente, se pueden presentar ocasiones de ligar, pero también hay otras cosas y eso también me agrada mucho: cine, talleres, coescucha, charlas... cosas que te atañen como gay. Es un espacio donde tienes mucho”. (Vicente)

Pero, a pesar de este discurso, hay gente que busca pareja en el grupo y, como no la encuentra, lo deja:

“Necesitaba un novio y no lo encontré. Por eso me fui.”

“Para mí la misión del colectivo es la reivindicación, pero hay quién cree que el colectivo es un lugar de ligue, y claro si no encuentran ligue... Porque no es ninguna discoteca, ningún pub, ningún

bar de alterne... La misión del colectivo no es esa, es reivindicar nuestros derechos. Entonces cuando la gente ve que no es eso, que lo que él ha ido, que es a ligar, no... entonces se larga". (Javier)

Además, ellos mismos se fijan en la apariencia física de sus compañeros, aunque hay disparidad de criterios:

"La gente del grupo de gays son muy feos."

"En el grupo de gays hay gente muy guapa y muy interesante."

"Hay algunos tíos que están buenísimos."

"En el grupo hay gente muy agradable físicamente y también en lo personal, que es la gente que me interesa más". (Vicente)

"A nivel físico hay de todo. Hay chicos muy guapos y hay chicos no tanto. Hay chicos gorditos... Físicamente hay chicos descuidados, aunque no quiero decir descuidado porque parece que el cuidado es el que está en el gimnasio con un cuerpo atlético. Y eso no es ser cuidado, a lo mejor es descuidado porque se maltrata mucho dándose caña. Gente que tiene la barriguita. O viejitos... Gente común y corriente." (Camilo)

Contradiendo las expectativas de la gente, son pocas las parejas que han salido del grupo:

"Esperamos al guapo que nos haga tilín y nos haga caso. No salen más rollos del grupo por eso."

Todo esto siempre en contraposición a lo que ocurren en el ambiente (lugares de encuentro gay, Chueca). En el discurso aparece constantemente la idea de que en el grupo no se dan los valores del ambiente, es otra historia. Esta contraposición Grupo – Ambiente es una de las que pueden dar más pistas tanto sobre el grupo, como sobre la problemática de la gente que acude al mismo.

"Vengo buscando novio, amistad... algo que no sea pasajero como lo que puedes encontrar en el ambiente."

"Aquí me puedo expresar como persona, en el ambiente sólo se te juzga por el físico."



“La gente del Grupo es diferente de la gente del ambiente, creo que es gente que está buscando otras cosas, más lo humano, algo que te enriquezca. Yo voy buscando conocer gente pero no sólo para ligar. El intercambio, aprender... Es gente con inquietud”. (Vicente)

“Lo de irse a cenar y socializar: eso es lo que a mi me gusta. A veces ligas con alguno y te piden el teléfono y no sé qué... y eso es bonito. A mi eso me divierte. A veces hay un chico que le gusto y me gusta y eso es divertido. Aunque en mi caso no se ha concretado en ninguna relación o ningún polvo. Pero eso es divertido, es sentirte vivo y creo que eso es importante.” (Camilo)

“Ahora yo creo que están obsesionados, no preocupados, sino que constituye una obsesión para los gays: aparentar y estar guapísimos y gustar a la gente, pero se fijan en el físico, la juventud de ahora no aprecia el valor moral de la persona.” (Javier)

## **La Identidad Gay Central**

Tal y como hemos visto en el marco teórico, hay diversos factores que se constituyen en elementos centrales en la construcción de la identidad gay (cuerpo, moda, consumo, visibilidad), Es más, se convierten en instrumentos de pertenencia y aceptación por parte del grupo o, en su defecto, de exclusión. Después de escuchar los diversos comentarios que fueron surgiendo durante algunas de las actividades y las respuestas que han salido en algunas de las entrevistas en profundidad que he realizado, me dio la impresión de que buena parte de los miembros del grupo de gays se sienten, en cierto modo, incómodos o fuera de lugar en lo que se conoce como *el ambiente*.

Se repite constantemente la dicotomía “aquí” (en el Grupo de Gays), frente a “en el ambiente”. Parece que en el ambiente no se sienten cómodos, ¿Quizás rechazados por no encajar en sus patrones? ¿Qué pasaría si esa persona que se queja de que en el ambiente sólo se juzga por el físico saliera bien parada del juicio? ¿Se quejaría del ambiente? ¿Tendría necesidad de acudir al Grupo de Gays para que se le juzgue también por otras características personales?

Creo que cuando se habla sobre *el ambiente*, por extensión se está hablando de la Identidad Gay Central. La mayoría de las personas que acuden al mismo no responden a esa identidad. Existe la impresión, por parte de algunas personas con las que he conversado, de que muchos de los que acuden al grupo están en el armario. Incluso alguna de las personas que asistió una vez al grupo y no volvió a ir, tras preguntarle las razones me contestó:

“Ese grupo huele demasiado a naftalina.”

Lo que quiere decir que percibía que muchas de las personas del grupo estaban todavía en el armario y eso no le hacía sentirse a él cómodo. Vemos como se comprueba que, para algunos gays, la visibilidad se convierte en motivo de exclusión, que ese discurso existe. Pero, lo más interesante es que buena parte de la gente que acude al grupo sí ha comentado su opción sexual en sus círculos más cercanos. Una posible explicación es que al no vestir de la forma indicada por dicha Identidad Gay Central, se infiere directamente que están todavía en el armario. De hecho, en todas las entrevistas en profundidad las personas no sólo se sentían plenamente identificadas con su opción sexual, sino que percibían del mismo modo al resto de la gente del grupo:

“Estoy tranquilo y coherente conmigo mismo. No siento malestar o sufrimiento por ser gay. Sufro lo que sufre todo ser humano, no específicamente por ser gay.” (Vicente)

“Me encuentro de lo más feliz y de lo más satisfecho. [...] Yo, si no voy voceando por ahí que soy marica, es por evitar una paliza. Pero si no, yo no tendría ningún inconveniente”. (Javier)

“Me siento feliz siendo lo que puedo. [...] La mayoría de la gente del grupo lo tiene asumido y no tiene doble vida.” (Camilo)

Lo que sí está claro es que la gente que participa en el Grupo de Gays no son, casi ninguno, representantes de la identidad gay en lo que cuerpo e imagen se refiere:

- por edad
- no son cachas (aunque muchos de ellos acuden al gimnasio)
- no visten ropas de marcas gays ni van ajustados marcando el cuerpo

“Yo no soy de modas, tiendo más a lo clásico [...] A nivel físico, de moda... la gente del grupo no me atrevería decir que sigue la línea del ambiente porque hay gente ya mayor y que ya el vestir no tiene nada que ver con lo fashion del ambiente. Una o dos personas sí van más en esa onda. Pero por lo demás no”. (Vicente)

“Hay algo de moda para maricas. De ese algo la culpa la tenemos nosotros mismos. Yo no soy así. O sea, no soy así precisamente porque mi poder económico no me lo permite. Porque yo voy viendo en los escaparates cosas que me gustan pero digo ¡Si esto para mí es privativo! Yo no me

puedo gastar 11 o 15 mil pesetas en unos pantalones o en una camisa que a mí me gusta. Entonces tengo que joderme y aguantarme sin ella.” (Javier)

Esto se nota claramente cuando caminas por las calles de Chueca, donde, a diferencia de los miembros del grupo, predomina el músculo, la lycra, determinadas marcas, y después subes al Colectivo. Se nota el cambio a primera vista. Esto genera juicios de valor del tipo:

“Fui una vez por el Colectivo pero no regresé porque la gente me pareció muy cateta.”

Esta imagen del gay no sólo se da entre los homosexuales, sino que se va extendiendo a toda la sociedad. He aquí algunos comentarios que me han realizado personas heterosexuales:

“Cuando piensas en un gay jamás tienes la imagen de un señor mayor, con barriga y camisa de rayas...”

“Siempre había escuchado que los gays eran muy guapos y estaban muy buenos, pero cuando fui al Colectivo yo no vi ninguno”

Tanto el cuerpo, como la edad, el consumo y, por extensión, la clase social y el nivel de formación, sí generan exclusión en el ambiente. Todos estos niveles de exclusión interconectados son verbalizados explícitamente por las personas que participaron en las entrevistas en profundidad:

“El modelo de identidad de Chueca es el consumo, la frivolidad, la juerga, la pluma... [...] Me he sentido excluido en el sentido de que tengo una concepción de la vida que se diferencia de la del colectivo. La gente va en una y yo voy en otra, que no es la mayoritaria. Por ejemplo, te vas al Ricks y no hablas con nadie porque no estás en el grupo. La gente está cada quién en su grupo y lo demás no importa. El individualismo. No estar tan pendiente del rollo de la apariencia, el gimnasio, los músculos, la camisita... Hay otras cosas más... Yo no entro por ahí ni me interesa entrar por ahí. Yo creo que un gay que no entra por ahí se siente incómodo en cuanto que ves que tu concepción de las cosas va por un lado y hay una tendencia que va por otro. [...] La exclusión entre los gays se da de los gays pijos, el tío del gimnasio... [...] Yo por edad no me he sentido excluido. Aunque tengo algo a mi favor: no lo aparento”. (Vicente)

“Yo veo en España un culto enorme a la juventud, a ser joven o por lo menos parecerlo... La vive peor aquí la gente mayor. Aquí la gente ya con 30 años se siente viejísimo. El culto a la juventud,

## Libertades Laicas

red iberoamericana por las libertades laicas

el culto a la suavidad de la piel, a la tersura, a la delgadez también. El cuerpo sumamente delgado y también hay otra vertiente: al cuerpo musculoso, hiper-musculado. Todo esto son construcciones culturales. Porque anteriormente el ser homosexual había sido cercano a ser femenino, al lado de la mujer. Sin embargo, ahora está al lado contrario, a que la que parezca mujer, la que sea muy afeminada, la que dé mucha pluma, pues se le manda, critica, se burlan de ella, hace quedar mal a todo el mundo... La otra vertiente es ser muy masculino y así tienes mucho más pegue. Aparte, no sólo el cuerpo marcado, sino mostrarlo y con ropa que lo realce: sumamente pegada, de un tipo y un cierto estatus de ropa y de cuerpo, como aparentando que tienes mucho dinero... Un modo muy burgués. Ser gay en España es ser casi burgués. Con mucho dinero en ropa, en zapatos, en moda, en peinados, en el gimnasio. [...] Está la imagen de que tienes que cuidar tu cuerpo, hacerte el pene más grande, hacerlo más ancho, a tener más cabello, a que no tengas entradas, a parecer joven, a ser musculoso, a ser delgado. Los gorditos no tienen cabida en el mundo gay, los viejos no tienen cabida en el mundo gay, los seropositivos tampoco. Los negros, a menos que estén buenísimos, tampoco. Entonces es una cuestión anti edad, anti clase, porque gays pobres, no entran. Tampoco gays que no estén en la forma de vestirse de los gays. Tienes que parecer pijo aunque no lo seas. [...] A mi me indigna y es algo que tristemente sucede, que la persona vale por su apariencia física. Entonces si un chico es rapado, bueno pues aparenta ser más masculino y entonces ahí también está ¿no? Si es delgado, bueno, pues es más susceptible a que lo toquen, a que tenga más acceso a compañeros sexuales, más musculosos o más buenos. Pero no se preocupan de si los dientes están bien o si tiene las plaquetas altas o bajas, que eso también es cuerpo.” (Camilo)

“Entre los gays he sentido, no llega a ser rechazo, pero si ese prurito de decir: ¡Mira el viejo este...! No me lo han dicho nunca, pero he sentido esa cosa de decir: no le dará vergüenza, tan mayor y... A mi eso me es indiferente. [...] Hay cierta discriminación de la juventud con los mayores. Los jóvenes se reúnen entre sí y verás a muy pocos o ningún mayor que esté con ellos. Yo la razón la encuentro no en que los jóvenes nos rechacen, que lógicamente, claro, yo entiendo que al joven le guste el joven o le gusten los mayores, pero ya no de mi edad. Eso lo entiendo perfectísimamente y, eso claro, me hace sufrir.[...] A mi lo que más me atrae son los chavales, porque en el Colectivo hay unos cuantos que están de miedo, pero claro, yo sé que para mí son fruta prohibida. Es fruta prohibida por una razón: por la edad. Porque si yo fuera una persona poderosa, o sea, con dinero, tú sabes que el dinero lo puede todo. Y entonces, pues, ofreciendo dinero, consigues. Ahora, si encima de ser mayor no tienes un céntimo, ¿Que puedes esperar? Pues un desprecio.” (Javier)

¿Qué ocurre al interior del Grupo de Gays? Muchos reconocen que siguen ese modelo mayoritario que ellos mismos critican. Durante una de las actividades del Grupo de Gays se hizo una dinámica consistente en recortar de varias revistas imágenes de hombres para hacer un collage sobre “el hombre ideal”. Curiosamente los dos grupos en que se dividieron los presentes eligieron prácticamente las mismas fotos: los mismos torsos, las mismas piernas, los mismos ojos:

“A mí me encantan los tíos guapos, que tengan un cuerpo muy bien, un cuerpo que me demuestre fuerza mucha masculinidad. Fíjate lo que estoy diciendo y qué contradictorio soy, porque no estoy de acuerdo con todo esto... Yo he gozado con cuerpos no tan bonitos y con cuerpos muy, muy bien. Para mí un cuerpo bonito es como de copa: amplios hombros, como una copa, con cintura estrecha, que tenga piernas, que no tenga barriguita, que tenga muchas nalgas, muchas piernas y la piel suavecita, que lo pueda tocar y que se resbale rico. Sin pelo me gusta más. El ideal no es sólo mío, es colectivo. Colectivo de hombre blanco, heterosexual y burgués. Es también una imposición porque tú ves en la televisión y ves en los programas, en los telediarios, qué hombres aparecen, en la publicidad...” (Camilo)

No obstante, en general se valoran los aspectos positivos que tiene el ambiente y, por extensión, la Identidad Gay:

“Eso de la identidad gay lo siento como un terreno muy movedizo. Se puede caer muy fácil en todo lo que son los estereotipos del gay y de las imágenes que se han construido: la loca, la pluma, la peineta, el promiscuo... todo lo que es el estereotipo. Pero también el hecho de estar fuera y excluido te puede llevar a eso, a la búsqueda de un espacio social, a construir una identidad para decirle a la gente: aquí estoy y soy esto. Pero bueno, es un terreno muy movedizo. Dentro de los gays hay una gran diversidad. [...] El ambiente es un espacio de libertad y tolerancia, y eso me gusta muchísimo.” (Vicente)

“Conocer el ambiente gay para mi fue un descubrimiento positivo.” (Camilo)

“Del ambiente me gusta la libertad que hay para cada uno hacer aquello que en un momento determinado le apetece. Si te apetece darle un beso a tu novio o un abrazo o tocarle el culo”. (Javier)

### Consideraciones finales

Un grupo discriminado socialmente como es el de los gays también reproduce a su interior la exclusión social: de clase, edad, género, etnia. No obstante, el cuerpo como elemento de exclusión tiene a mi entender (y también en el discurso emic) una mayor relevancia que en otros colectivos. Como futuras vías de estudio está el analizar porqué eso es así.

También me gustaría resaltar la cantidad de estudios antropológicos referidos a gays y lesbianas que he encontrado en mi revisión bibliográfica, así como un importante corpus de teorías y autores, tanto extranjeros como españoles. Una última puntualización que me gustaría realizar es que me he centrado exclusivamente en los gays (entendiendo como tales a homosexuales varones), contribuyendo una vez más a la invisibilización de las lesbianas que se da en buena parte de este tipo de estudios. Queda pues abierta también la vía para continuar ahondando en este campo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **Bibliografía citada**

- ALIAGA, J.V. y G. CORTÉS, J.M. Identidad y diferencia. Sobre la cultura gay en España, Editorial Gay y Lesbiana – EGALES, Madrid – Barcelona, 1997, Pág. 127
- BERSANI L. Homos. Repenser l'identité. Editions Odile Jacob. París 1998, Pág. 35
- BOLTANSKI L. Los usos sociales del cuerpo. Edic. Periferia, BBA, 1975
- BOURDIEU P. Notas provisionales sobre la percepción del cuerpo en VV.AA. Materiales de Sociología Crítica. Ed. La Piqueta, 1986
- BUXÁN, X.M. (comp..). ConCIENCIA de un SINGULAR DESEO. Estudios lesbianos y gays en el estado español. Ed. Alertes, ---- Pág. 159
- CARDÍN A. Una cierta sensación de fin en Cuadernos del Norte, nº 44, Sep-Oct. 1987
- GUASCH O. La sociedad rosa, Anagrama, Colección Argumentos, Barcelona, 1995
- MIRA A. Para entendernos. Diccionario de cultura homosexual, gay y lesbica. Llibres de l'Índex, Barcelona 1999
- LLAMAS, R. (Comp.) Construyendo Sidentidades. Estudios desde el corazón de una pandemia, Siglo XXI de España Editores, Madrid 1995, Pág. 242

### **Bibliografía consultada**

- BOURDIEU P. La dominación masculina. Anagrama, Colección Argumentos. Barcelona 2000
- LLAMAS R. Teoría Torcida. Prejuicios y discursos en torno a "la homosexualidad". Siglo XXI Editores. Madrid 1998

SORIANO S. Como se vive la homosexualidad y el lesbianismo. Amaru Ediciones. Salamanca 1999

## Periódicos y revistas

El País, 29 de junio de 2001, página 2 suplemento Madrid

El País, 01 de julio de 2001, portada

Revista Zero, nº 12 – 1999. Pág. 116

Varios números de las revistas: Entiendes, Shangay Express, Zero y Odisea