

Discreción y buen gusto: dos reglas para comprender el espacio de sociabilidad homosexual en Santiago de Chile.

Resultado de investigación finalizada

Género, desigualdades y ciudadanía

Pablo Astudillo Lizama.

Resumen

Los espacios de sociabilidad homosexual no agrupan a todos los individuos homosexuales de la misma manera. En el discurso de hombres y mujeres homosexuales respecto de las maneras de mostrar la homosexualidad, como también respecto de los lugares comerciales de sociabilidad homosexual se aprecia una jerarquía de identidades que se entiende a partir de dos reglas subjetivas principales: la discreción y el buen gusto, mecanismos dinámicos que permiten mantener una distancia social entre los grupos dentro de un mismo espacio social y que explican también la variación en las características de los lugares de sociabilidad homosexual. Detrás de ambas reglas subsiste un factor: en Santiago las posibilidades de privatizar y sofisticar la expresión de la homosexualidad están desigualmente distribuidas.

Palabras clave: Homosexualidad, Espacio de sociabilidad homosexual, Diferenciación social.

1. Introducción.

El estudio de los espacios de sociabilidad homosexual ha concitado crecientemente el interés de las ciencias sociales, especialmente de la geografía y la sociología urbanas (Bell y Valentine, 1995; García Escalona, 2000; Blidon 2008). Desarrollados inicialmente en un contexto anglosajón y en función de una tradición metodológica e intelectual que ha privilegiado los aspectos colectivos de la homosexualidad (Giraud, 2011), la caracterización de tales espacios ha tendido a estructurarse principalmente en torno a dos ejes: por una parte el surgimiento del espacio *gay* y lésbico a partir de una distinción espacio homosexual / espacio heterosexual (Aldrich, 2004; Sibalis, 2004; Leroy, 2005) y posteriormente en torno a la reproducción de una o de más identidades no heterosexuales (*gay*, lésbica, *queer*, *bds*m, entre otras) las cuales se jerarquizan diferentemente dentro de un espacio urbano predominantemente heterosexual (Bell y Valentine, 1995; Hubbard, 2002; Santos-Solla, 2006).

Ambos enfoques trazan una frontera entre los individuos que frecuentan y aquellos que toman distancia de un determinado lugar en función de la identidad sexual que allí se expresa. Sin embargo, siguen siendo desconocidas dos variables adicionales: la manera cómo al interior del espacio de sociabilidad homosexual distintas identidades se organizan y jerarquizan, así como el modo mediante el cual dicha jerarquización organiza la complejidad del espacio homosexual en su conjunto. Esto en la medida que - como en cualquier otro espacio social- aquí también se reproduce un principio de diferenciación social. Para abordar tal problemática es preciso observar las diferentes maneras cómo la homosexualidad es puesta en escena en dicho espacio social.

Los espacios de sociabilidad homosexual no agrupan a todos los individuos homosexuales de la misma manera. Tal como exponen Chamboredon y Lemaire (1970) el principio de proximidad espacial se relaciona con un principio de distancia social que refuerza la reproducción de estructuras sociales más amplias en espacios de interacción más pequeños. Al mismo tiempo, dicho espacio puede ser entendido de acuerdo al concepto de “espacio regional” (Goffman, 1973/2009) es decir, un espacio físico y social

donde la unidad de sentido está dada por expectativas de interacción limitadas –relativamente invisibles para los demás- que son compartidas y que se estructuran a partir de representaciones provenientes de la estructura social dominante.

Pierre Bourdieu (1979) sostiene que tanto el consumo como la forma de presentar el cuerpo (el *habitus*) permiten observar las diferencias entre grupos sociales independientemente del contexto observado. Recogiendo este planteamiento, Manuel Sheri (2006) sostiene que la manera de presentarse constituye un requisito fundamental para pertenecer y adquirir una determinada posición dentro de cualquier grupo no heterosexual, al igual como ocurre en la cultura dominante. En este sentido, Sheri sostiene que es necesario prestar atención a las prácticas cotidianas de integración social una vez los individuos reafirman su propia identidad sexual.

Es importante considerar que, junto a una creciente exposición de la sexualidad en el espacio público, se observa una retirada de la actividad sexual del mismo (Giddens, 1992/2004; Bozon, 2010). En este proceso, la disminución de los controles institucionales sobre la sexualidad está aparejada con un aumento en las exigencias individuales respecto al control de las propias pulsiones. Dado que el espacio de sociabilidad homosexual reproduce también ciertas reglas de la sociedad en la cual se inserta, el aprendizaje de códigos específicos para expresar valores generales es fundamental. Este espacio es por tanto un lugar paradójico: lo mismo que libera, obliga a los individuos a comportarse de una manera determinada para evitar la exclusión dentro del mismo (Valentine y Skelton, 2003).

La presente ponencia atiende precisamente a las distinciones que distintos hombres y mujeres homosexuales movilizan al momento de interactuar dentro de determinados espacios de sociabilidad homosexual en Santiago de Chile. No se propone dar cuenta de las estrategias de resistencia para vencer la inferiorización social asociada a la homosexualidad. Por el contrario, pretende describir cómo los individuos se jerarquizan a partir de lo que finalmente denominaremos la regla de la discreción y la regla del buen gusto, principios dinámicos y desigualmente distribuidos de diferenciación social, que se relacionan con la expresión visible de la identidad homosexual así como con de la frecuentación de determinados sitios de sociabilidad homosexual. Ambas reglas -la discreción y el buen gusto- explican el surgimiento de nuevos espacios de sociabilidad homosexual de la capital chilena, e ilustran la manera cómo los grupos con mayor capital sociocultural aseguran su posición dentro de ellos.

El trabajo de campo de esta investigación fue realizado en Santiago, entre septiembre de 2011 y mayo de 2012, y consideró tres técnicas principales. La primera, una cartografía de los lugares comerciales de sociabilidad homosexual de la ciudad a partir de la información disponible en distintos portales LGTB, confirmada y complementada *in situ*. La segunda, 16 entrevistas personalizadas a hombres y mujeres homosexuales entre 20 y 52 años –de diferentes segmentos socioeconómicos¹- además de 8 entrevistas a informantes clave (locatarios de espacios comerciales de sociabilidad homosexual, anfitrionas de discotecas *gay* y representantes de organizaciones LGTB, entre otros) todos los cuales fueron contactados empleando la técnica de muestreo denominada “bola de nieve”. Finalmente, se llevaron a cabo 3 *focus groups*, (1 grupo de mujeres homosexuales y 2 grupos de hombres homosexuales) con el propósito de describir el discurso grupal asociado a los espacios de sociabilidad homosexual y a la diferenciación de grupos expresada al interior de aquellos.

2. La banalización de la identidad *gay* en Santiago de Chile.

¹ Considerando la segregación socio-espacial de la ciudad de Santiago, uno de los criterios utilizados fue la comuna de residencia, el cual puede servir de referencia del capital sociocultural del individuo. Un segundo criterio correspondió a la situación profesional del individuo, considerada una pista sobre su capital económico. Aunque ambos criterios limitaban los contactos potenciales para incluir en la muestra, en la práctica permitían representar diferentes características de la población de la ciudad.

No obstante la homosexualidad sea considerada una “opción válida” por la mayor parte de su población, Chile puede ser considerado un país culturalmente poco tolerante con la homosexualidad (Barrientos et al., 2010) persistiendo hasta el día de hoy un bajo grado de apoyo a las demandas por la igualdad de derechos homosexuales. La posición de la identidad homosexual en el espacio público, por lo tanto, debe ser analizada a partir de este contexto social. Comparativamente, en Occidente la visibilidad homosexual contemporánea está asociada a la emergencia de la identidad *gay*, resultado de los movimientos de liberación e integración homosexual acontecidos en los años 1970. En contraposición a la figura de la “loca” sumisa y perseguida por el conservadurismo americano de los años 1950-1960, la identidad *gay* viene a designar de manera exclusiva al hombre homosexual orgulloso de su homosexualidad (Chauncey, 2003), representando una apropiación política de un estilo de vida: *gay* designa el “ser” homosexual y no solamente acceder al sexo y los espacios de sociabilidad homosexual.

En el caso de Chile los movimientos de integración homosexual acontecen a partir de los años 1990, con el objetivo explícito de despenalizar la sodomía (Robles, 2008; Sutherland, 2009). En paralelo, surgen en algunos puntos de Santiago una tímida concentración de lugares de sociabilidad homosexual (barrios Lastarria-Bellas Artes y Bellavista) entre los cuales se cuentan cafés, bares, discotecas, saunas y moteles que, a diferencia de otras metrópolis, carecen de signos visibles tales como la bandera arcoíris o determinados afiches mostrando cuerpos masculinos que permitan su identificación desde la calle. Sin embargo –al menos en el caso de Santiago- la palabra *gay* está altamente banalizada y es utilizada por los hombres y en algunos casos por mujeres homosexuales para autodefinirse y presentarse ante los demás, familias y amigos especialmente, demostrando la permeabilidad del concepto para referirse a un “estilo de vida”. *Gay* se utiliza aquí con una significación no peyorativa, a diferencia de las palabras “maricón”, “fleto” o “loca” para los hombres, y “tortillera” o “camiona” para el caso de las mujeres, etiquetas que persisten en el argot local y que, como explicaremos a continuación, son movilizadas para denotar una jerarquía de identidades homosexuales.

Contrariamente a su sentido original, la banalización de la palabra *gay* se inscribe más bien dentro de un proceso de asignación tradicional de roles de género (hombre masculino y mujer femenina). *Gay* representaría una transgresión homosexual visible pero menor en comparación a otras identidades más estigmatizadas o menos aceptadas. Sin embargo, esta banalización no significa necesariamente una legitimación total. En la actualidad, algunos individuos toman distancia de la visibilidad asociada la identidad *gay* privatizando su homosexualidad a través de dos reglas: la discreción y el buen gusto, cuyo manejo está casi siempre asociado a un determinado capital social.

3. La regla de la discreción y las maneras de poner en escena la homosexualidad.

La puesta en escena de la identidad homosexual en la ciudad de Santiago debe ser entendida a partir de la “regla de la discreción”, es decir, al retiro de las manifestaciones visibles de la conducta homosexual para que esta sea tolerada dentro del espacio público. Ello permite entender, por ejemplo, el porqué en Santiago se inauguró la primera discoteca gay de Latinoamérica en 1980 –Fausto- casi dos décadas antes que la homosexualidad fuera despenalizada en Chile. Al mismo tiempo, permite comprender el porqué pese a la masificación de los lugares comerciales de sociabilidad homosexual acontecida en los años 1990, la gran mayoría de los mismos continúan sin ser poder reconocidos a simple vista aún hoy. La relativa invisibilidad de los individuos homosexuales en el espacio público se regula mediante dos valores complementarios entre sí: el respeto a las reglas dominantes sobre la identidad de género y el manejo de códigos sutiles para expresar la homosexualidad dentro de dicho marco.

Para los entrevistados siempre es importante evitar el estigma asociado a las identidades de la “loca” (hombre homosexual afeminado) y de la “camiona” (mujer homosexual masculina), nociones consistentes con la representación del “invertido” que predominó en el pensamiento científico

occidental en torno a la homosexualidad, y que todavía hoy persisten a nivel de ciertas representaciones culturales que asocian toda suerte de vicios a una apariencia no conforme con la norma.

“Un día nos invitaron, porque había un evento y fuimos y era como... ¿qué hacemos aquí? Porque era como gente, sin discriminar ni ser despectiva, pero había como gente, había mujeres como las que sacan cuando hacen reportajes de la cárcel, pelo corto, hombre, vestidas con jeans, polera de hombre, muy varoniles y no sé, pensai que te van a asaltar” (Carolina, 36 años)

“si tu veis a una loquita vestida así como para ir a la discoteque, un día domingo, mejor no te metai con esa gente, porque es el estereotipo, el tipo de gente que no me gusta” (Javier, 35 años)

Dada esta estigmatización, los signos para el reconocimiento mutuo son desplazados a otros elementos más sutiles que -sin romper la regla del género e integrando otras predisposiciones culturales locales- denotan una distinción respecto a la apariencia normal que una persona heterosexual debiera tener en Santiago. Estos elementos forman un campo semántico que se inscribe dentro de lo que Luc Boltanski (1975) denomina “cultura somática” es decir un sistema de normas que determinan las conductas físicas de los sujetos que son el resultado de ciertas condiciones objetivas que afectan el orden cultural. En el discurso de la mayor parte de los entrevistados, la decodificación de ciertos signos de “homosexualidad” ocurre tras adquirir experiencia en el espacio de sociabilidad homosexual, dando cuenta de la construcción y la difusión social de un significado compartido sobre cómo debiera ser el cuerpo *gay*.

Objetos como los zapatos, el corte de la ropa, un *look* cuidado, o sutiles movimientos de las manos y especialmente de los ojos, son utilizados como instrumento para inferir la identidad homosexual de otro sujeto (Méreaux, 2002; Saucier y Caron, 2008), desmitificando de paso la noción esencialista del “radar *gay*”, especie de capacidad innata de distinguir a simple vista a otro individuo homosexual. Algunas de estas variaciones sutiles son, no obstante, igualmente estigmatizadas, como bien lo representan las “muñecas” que se pasean por los cafés *gay-friendly* de Lastarria-Bellas Artes:

E1: termina siendo más bien una vitrina que un barrio, porque necesitai mostrarte para algo, porque ahí viven más bien héteros.

E2: yo creo que es un espacio que se da.

E3: es una pasarela, como que pasa gente... bueno con unos amigos, tal vez otras personas también lo digan con ese nombre, nosotros le llamamos el Paseo de las Muñecas, vamos al Paseo de las Muñecas a tomarnos un café.

E1: (con tono irónico) si, para tomarse un café... (focus group 3, hombres homosexuales)”

El Paseo de las Muñecas –sobrenombre del bulevar José Miguel de la Barra- tiene la característica de permitir una mayor exhibición del cuerpo en relación a cualquiera de las otras calles circundantes del sector. Sus terrazas constituyen un escenario privilegiado para observar la tensión entre opacidad y visibilidad que tiene lugar en cualquier espacio homosexual. Aquí, la palabra “muñeca” adquiere una connotación peyorativa y –a juicio de los entrevistados- produce la descalificación de los hombres homosexuales que frecuentan este lugar, representándoles como personas arribistas, exhibicionistas y superficiales².

La “muñeca” representa entonces un tipo de transgresión diferente pero igualmente sancionada: no parecer una persona “real”, sino una simulación pulcra, arreglada para exhibirse y aunque no necesariamente afeminada, diferente al estereotipo del hombre común y corriente de Santiago. Ya no se trata solamente de una diferenciación heterosexual/homosexual sino de una distinción social que se moviliza en el seno mismo del espacio de sociabilidad homosexual. El valor de la discreción constituye

² Aunque no sea usada para referirse a las mujeres homosexuales, éstas también utilizan “muñeca” para denominar a cierta clientela de los cafés de la calle en cuestión, mostrando una vez más la desigualdad de género respecto la visibilidad homosexual.

aquí una manera de calificar y posicionar a los individuos, en la medida que para muchos entrevistados, el ser discreto es interpretado también como tener “buen gusto”, “saber comportarse”. Ahora bien, al igual que en otros espacios sociales, los códigos del “buen gusto” son asequibles de manera diferenciada por los distintos individuos, generando con ello una jerarquía de identidades homosexuales.

4. La regla del buen gusto y la jerarquía de identidades homosexuales: cuicos vs. flaites.

Dentro del espacio comercial de sociabilidad homosexual se aprecia cómo se reproducen constantemente las distinciones entre las clases sociales presentes en la ciudad. Referencias a elementos tales como el barrio donde se habita, el tipo de ropa que se utiliza y el tipo de consumo del cual hace ostentación, constituyen un mecanismo de diferenciación que depende siempre de la subjetividad del observador:

“Yo sé que yo dije una vez periférica y a la gente le quedó mucho eso en la retina (sic). **¿A ti se te ocurrió esa vez, te salió?** Me salió, porque yo decía la Botota [otra popular transformista], ella dice pobre! Entonces yo no puedo ser ABC1 y decir pobre! Y empecé como a jugar, a buscar... y dije periférica... y quedó! (...) Yo sé lo que le gusta a la gente, entonces yo puedo entrar en un local, hola, hola, hola, cómo están, buenas noches... y yo veo pura gente ABC1 aunque sean últimas! Porque mi personaje es ABC1 entonces no los puedo palabrear a ellos” (Janin, transformista y ex anfitriona de la discoteca *gay*, 44 años)

“Va más que nada por la apariencia y lo que quiero [de imagen para] la fiesta. Así como quiero lámparas rojas, quiero gente con determinadas características... Gente que va a lugares flaites, de repente que va a Soda o que van al Iluminatti o que se meten en... no sé, tampoco conocemos los lugares, te fijai? (...) más que nada yo no identifico a la gente... ah ese fue al Soda... no, es el perfil que se me ocurre cuando voy a Soda y veo a toda la gente. Es el perfil que veo y que lo identifico en una persona que entra en mi fiesta y digo pucha yo no quiero que estos lleguen.” (Vicente, 26 años, organizador de fiestas itinerantes)

Ambas citas hacen referencia a la posición de los individuos dentro del espacio social general de la ciudad. La apariencia y los modales son aquí reinterpretados no desde el punto de la discreción sino más bien desde un campo semántico consistente con las distinciones sociales dominantes en Chile: en términos generales, quienes se visten y se comportan de manera más depurada y sofisticada tienden a ser considerados “cuicos”³ (o ABC1), mientras que quienes utilizan vestimentas ostentosas y actúan menos sofisticado son considerados “flaites”⁴.

En el caso de Santiago, esta distinción se inscribe dentro de la desaparición progresiva de los marcadores de la cultura *gay* en varios de los espacios comerciales observados. Si en los años 1990 las discotecas *gay* de Santiago se caracterizan por los espectáculos de transformismo, de *strippers* y *gogo-dancers* -que recrean en conjunto marcados estereotipos de género- a partir de los años 2000 tales marcadores se diluyen en las primeras discotecas “alternativas” denominadas así por su propiedad de ofrecer un espacio de encuentro abierto también a heterosexuales, caracterizadas sobre todo por una oferta musical diferenciada y “sofisticada”, valorada precisamente por no ser “demasiado” *gay*.

³ Cuico(a): en Chile, apelativo coloquial para referirse a las personas adineradas. Cuico es una categoría subjetiva, que depende de la posición del observador dentro de la jerarquía social.

⁴ Flaite: apelativo coloquial para referirse a los individuos que hacen gala de su origen popular. Es también una categoría subjetiva, que depende del observador. Tiene una connotación peyorativa, al designar una actitud un tanto desafiante y agresiva.

En este caso, el rechazo a lo *gay* no debe ser comprendido como simple homofobia sino más bien como una manera de garantizar una mayor libertad en la “coherencia de sí”, es decir en el modo cómo las orientaciones íntimas de la sexualidad estructuran la totalidad de la identidad sexuada del individuo (Bozon, 2010). Dentro de la discoteca “alternativa”, por ejemplo, el individuo puede manejar una gradualidad de la sexualidad, dado por el contexto ambiguo y flexible para la presentación de sí. Tal como algunos entrevistados señalan, esto es posible porque dicho ambiente muestra una carga erótica es mucho más sutil, de “buen gusto”.

A este respecto, cabe señalar que en Santiago existe una continuidad de representaciones que considera como más legítimo los lugares donde no hay un consumo sexual explícito o donde los marcadores de visibilidad *gay* no son muy evidentes. Es por tal razón que, por contrapartida, el *backroom* de la discoteca, el sauna o el cibercafé *gay*⁵ aparecen como los lugares más estigmatizados: allí la sexualidad está desprovista de todos sus elementos afectivos, discursivos, pero también de todos los signos de posicionamiento social individual.

5. Las desiguales condiciones para aprender el buen gusto homosexual.

La privatización de la pulsión sexual se facilita o dificulta en virtud de condiciones materiales diferentes: así, los grupos con mayor capital sociocultural –especialmente masculinos- disponen siempre de un mayor número de alternativas (más espacios privados, mayor cantidad de grupos de pares frecuentados) que les permiten ensayar y construir una presentación coherente de sí mismos, sin necesariamente ser socializados en la “cultura *gay*” directamente en los espacios *gay* o lésbicos de la ciudad.

Lugares como inauguraciones de departamentos, exposiciones u otros eventos sociales son considerados como lugares de encuentro homosexual “discreto”, lo cual reafirma la importancia de observar más allá de los espacios de sociabilidad homosexual tradicionales. Estar “entre amigos” constituye la condición de sociabilidad preferida en Santiago, expresada en el discurso de los entrevistados a través de las maneras de catalogar un ambiente como agradable o desagradable. Esto da lugar a diferentes representaciones que son movilizadas para caracterizar el espacio homosexual y que representan una suerte de tensión entre lo socialmente deseable (el valor de la heterogeneidad) y las pautas para seleccionar el ambiente donde sentirse más a gusto (el valor de la homogeneidad).

Lo anterior se hace visible en la selectividad que opera en tres actividades de sociabilidad homosexual: el *car-cruising*, las “previas”, y las fiestas itinerantes. El primer ejemplo –originalmente una alternativa de encuentro sexual entre hombres en las paradas de carretera estadounidenses (Bell y Valentine, 1995)- es reproducido de otra forma en el Barrio Alto de Santiago, bajo el nombre de “el Circuito”. Hasta ahora una práctica exclusivamente masculina, “el Circuito” opera igualando recursos materiales a una posición social: tal como los mismos entrevistados lo reconocen, se garantiza encontrar a alguien de la misma clase social y con ello evitar los riesgos asociados a una sobreexposición de la homosexualidad.

La idea de riesgo está también presente en el segundo caso, la “previa” o el “pre”, espacio de sociabilidad que, tal como su nombre lo dice, tiene lugar antes de salir a alguna discoteca o fiesta, siempre en un espacio privado. La “previa” constituye un tiempo y un espacio para facilitar la desinhibición, intercambiar anécdotas, e incluso a veces decidir el lugar donde finalmente se irá. Para aquellos grupos que no disponen de lugar, la única alternativa posible es encontrarse directamente en la discoteca o bien en algún bar preferentemente *gay*. La “previa” es considerada por añadidura un espacio altamente seguro, donde se está con conocidos, donde se aprenden normas de comportamiento social y entre todos los espacios de sociabilidad homosexual analizados, el sitio más adecuado para la presentación de un homosexual neófito, por el contexto de confianza y auto-reconocimiento que ofrece:

⁵ Espacios semiprivados donde se realizan encuentros sexuales considerados poco higiénicos.

“[Los invitados a la previa] te daban una cierta confianza yo creo (...) con la gente que tenís conversación en común o vivencias en común, los mismos colegios, los mismos amigos, los mismos problemas. O sea conversábamos: oye, pucha me gusta este compañero de la universidad, o del colegio, o... y eran los mismos colegios, no te puedo creer que es amigo de, si lo conozco... siempre habían no más de tres niveles de conexión con la persona y eso hasta el día de hoy” (Juan Eduardo, 34 años)

Esta lógica de estar entre iguales se reproduce asimismo en las fiestas itinerantes, quizás al ejemplo más evidente de la diferenciación material y social que opera actualmente en Santiago. Tales fiestas surgen sobre todo a partir de la segunda mitad de los años 2000 y constituyen una suerte de red virtual que se congrega periódicamente en distintos lugares que son administrados por productores independientes. A través de estas fiestas, consideradas también como “alternativas” por quienes las frecuentan, los grupos de más alto capital social y cultural de la ciudad intentan diferenciarse de lo que podría denominarse los patrones dominantes de la discoteca, apelando en este caso tanto a la regla de la discreción como la del buen gusto, las cuales operan aquí con un nuevo sentido: ser un homosexual *cool* y no un *gay* o lesbiana de ambiente.

“[el medio *gay* alternativo] tampoco es la típica loca que va a ir a la Sensation White, no sé si me entiendes (...) es que son fiestas electrónicas masivas, donde los homosexuales desde hace unos años atrás engancharon mucho y a mí no me gustan, no me gusta la música, ese es el punto” (Javier, 35 años)

“[la fiesta], no es abierta así, justamente por lo mismo, para que no sé... el ambiente sea un poquito más agradable” (Rosario, 43 años)

6. La cristalización de una red virtual selectiva: las fiestas itinerantes.

En Santiago las fiestas itinerantes se estructuran en torno a la promoción de ciertos signos de identidad, del buen gusto entendido como la homogeneización de distintos marcadores de status, tales como la adecuación entre conducta y edad, la vestimenta y la música consumida. En estos lugares se toma distancia de los marcadores habitualmente asociados a la identidad *gay* para enfatizar el valor de la privacidad y de la sofisticación de los gustos. Estas fiestas son altamente selectivas, especialmente aquellas que tienen lugar en los barrios de altos ingresos de la capital (Las Condes, Lo Barnechea y Vitacura). La selección opera aquí bajo criterios tales como la comuna de residencia, la universidad frecuentada y la pertenencia a una determinada red de “nombres conocidos” que, entre otros, son aplicados mediante los mecanismos de listas de invitación y verificación de contactos en redes sociales como *Facebook*. En las fiestas itinerantes, los marcadores de las preferencias sexuales tienden a desaparecer para poner en escena una homosexualidad discreta y de buen gusto: el cortejo que se opone al consumo sexual descontrolado o poco sofisticado.

“No es una fiesta explícitamente sexual ni la promoción tampoco. Hay gente que conocen y pasa algo ahí mismo pero algo suave pero más que eso no. Además que en la promoción nunca ponemos figuras masculinas sexuales. Y si lo hemos puesto es muy camuflado. Siempre apostamos a algo *cool* y creemos que la sexualidad en este momento explícita no es *cool*. Creemos que eso está muy ocupado por la mayoría de las fiestas. Es como vulgar.” (Roberto, 24 años, organizador fiestas itinerantes)

En esta cita, el uso de la palabra “vulgar” resulta particularmente revelador. De lo que se trata es de evitar los marcadores de una identidad *gay* híper visible, justificándose nuevamente en el imaginario del “mal gusto” que se deduce de la visibilidad homosexual “innecesaria”. La regla del buen gusto refuerza la regla de la discreción, al traducirse aquí en una sanción a la exhibición del cuerpo y los deseos dentro del espacio homosexual. Ahora bien, dado que las posibilidades materiales de privatización y sofisticación de la sexualidad están desigualmente distribuidas, es fácil comprender por qué en el discurso existe solapadamente la asociación ente ser pobre –no ser ABC1-, “no saber

comportarse” y ser “loca” o “camiona”, perpetuando de este modo el estigma y la homofobia, y profundizando la exclusión de determinados grupos en el espacio.

En lo que respecta a las fiestas itinerantes, el valor dominante de la discreción y del buen gusto homosexual generan nuevos marcadores de identidad para distintos grupos. El ejemplo que mejor condensa esta afirmación es la intención de las fiestas itinerantes más sofisticadas de invitar parejas de heterosexuales atractivos para ofrecer un ambiente más *cool* a su clientela.

“La verdad es que nos interesa tener al público *gay* y que sea *cool* la fiesta y que tengas a la pareja hétero al lado. Que haya un *gay* aquí. Que haya una pareja de pololos dos metros más allá. Que sea una huevada normal. Tenemos como visión un poco mejorar el cuento de la aceptación pero no basándonos en el orgullo de ser *gay* ni nada de eso. Al contrario basándonos en que somos todos iguales” (Vicente, 26 años, productor fiestas itinerantes)

La contradicción entre un discurso igualitario y una estrategia comercial altamente selectiva es evidente. La legitimación de una homosexualidad, sólo se lograría a cuenta de hacer visible otros mecanismos de diferenciación social, estrategia que finalmente no modifica la realidad de discriminación cotidiana homosexual.

7. No ser loca, no ser camiona pero tampoco gay. La discreción y el buen gusto como criterios para preservar un capital social determinado.

Phil Hubbard (2002) sostiene que en Occidente la jerarquía de identidades sexuales se realiza a partir de la definición de las normas sobre la “buena ciudadanía heterosexual”. En Santiago esto también se aplicaría para la “buena ciudadanía homosexual”, donde la jerarquía de identidades –y la frontera entre ellas- depende de algo que cambia según la interacción observada, pero que mantiene una constante social. Las normas que pesan sobre la homosexualidad nunca se refieren solamente al comportamiento sexual, sino también a la manera de presentar el cuerpo y el erotismo. Al observar las relaciones sociales que existen dentro de los espacios de sociabilidad homosexual –sobre todo para las capas medias y altas de la ciudad- es posible apreciar que permanentemente se movilizan signos que denotan el capital social y sociocultural de los individuos a través del aprendizaje y la puesta en escena de las reglas de la discreción y del buen gusto. Estos signos demuestran la pertenencia a un determinado grupo homosexual, y de paso demuestran la inexistencia de una “comunidad homosexual” que puede ser posicionada en la ciudad a partir de espacios que le son exclusivos.

La jerarquización de identidades homosexuales hace que la norma de la discreción y la norma del buen gusto terminen de algún modo por naturalizarse, ya sea a través de las prácticas de selección de determinados sitios como del autocontrol que los individuos se exigen dentro de ellos. De manera inconsciente las reglas de la discreción y del buen gusto adquieren un valor diferente: se trata también de mantener un capital social determinado y no romper con el grupo de pares. Si para “estar entre amigos” se deben seguir -en teoría- las reglas del grupo, no se debe olvidar que tales reglas que surgen de distintas estrategias acumuladas y que han servido para vencer la barrera de la exclusión o el aislamiento entre individuos.

La reciente aparición de la primera bandera *gay* identificando un bar de Bellavista no cambia mucho las cosas. En el caso de Santiago, las estrategias de visibilidad mantienen las diferencias entre grupos. Según la posición social de los individuos el rechazo del estereotipo de la “loca”, de la “camiona”, y por qué no, del *gay* termina por perpetuar las inequidades de acceso al espacio homosexual. La jerarquización social actúa aquí como mecanismo de desviación del estigma compartido (Goffman, 1969/2010) remplazando posiciones dominadas por posiciones dominantes. Si tal como agrega Hubbard (2002) la identidad sexual no existe solo en la práctica, sino que también en el ámbito de la

fantasía, el terreno de las representaciones ofrece todavía infinitas posibilidades de exploración. Porque no se debe olvidar que la estigmatización contra los homosexuales -o la estigmatización entre ellos mismos- funciona muchas veces a partir de la representación de lugares que no se frecuentan y de personas que no se conocen. He ahí otra clave para resolver la exclusión homosexual.

Referencias bibliográficas:

- Aldrich, R. (2004) *Homosexuality in the City: An Historical Overview*. Urban Studies, Vol. 41, N°9, pp. 1719-1737
- Barrientos et al. (2010) *Discrimination and Victimization: Parade for Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender (LGBT) Pride, in Chile*. Journal of Homosexuality, N°57, pp.760-775.
- Bell, D. y Valentine, G. (1995) *Mapping Desire: Geographies of Sexualities*. Londres, Routledge.
- Blidon, M. (2008) *La casuistique du baiser*. Echo Géo, N°5 <http://echogeo.revues.org/5383>
- Boltanski, L. (1975). *Los Usos Sociales del Cuerpo*. Buenos Aires, Periferia.
- Bourdieu, P. (1979) *La Distinction : critique sociale du jugement*. Paris, Éditions de Minuit. Pp.189-195
- Bozon, M. (2010) *Sociologie de la Sexualité*. Paris, Armand Colin.
- Chamboredon, J.C.; Lemaire, M. (1970) *Proximité spatiale et distance sociale. Les grands ensembles et leur peuplement*. Revue française de sociologie, N°11-1, pp. 3-33.
- Chauncey, G. (2003) *Gay New York: 1890-1940*. Paris, Fayard.
- García-Escalona, E. (2000) *Del armario al barrio: aproximación a un nuevo espacio urbano*. Anales de Geografía de la Universidad Complutense, N° 20, pp. 437-449.
- Giddens, A. (2004) *La transformación de l'intimité. Sexualité, amour et érotisme dans les sociétés modernes*. Paris, Hachette Littératures. (Obra original publicada en 1992)
- Giraud, C. (2011) *Enquête sur les lieux de résidence des homosexuels masculins à Paris*. Sociétés contemporaines, N°81, pp. 151-176.
- Goffman, E. (2009) *La mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi*. Paris, Les Éditions de Minuit. (Obra original publicada en 1973)
- Goffman, E. (2010) *Stigmaté. Les usages sociaux des handicaps*. Paris, Les Éditions de Minuit. (Obra original publicada en 1969)
- Hubbard, P. (2002) *Sexing the Self: Geographies of Engagement and Encounter*. Social and Cultural Geography, Vol. 3, pp 365-381.
- Leroy, S. (2005) *La possibilité de une ville. Comprendre les spatialités homosexuelles en milieu urbain*. Espaces et Société, N°139, pp. 159-174.
- Méreaux, J. (2002) *La codification de la beauté chez les homosexuels masculins parisiens*. Champ psychosomatique, N°26, pp. 67-80.
- Robles, V.H. (2008) *Bandera Hueca. Historia del Movimiento Homosexual en Chile*. Santiago, Cuarto Propio.
- Saucier, J.; Caron, S. (2008) *An Investigation of Content and Media Images in Gay Men's Magazines*. Journal of Homosexuality, N°55, pp.504-523.
- Santos-Solla, X. (2006) *Espacios Homosexuales*. In: Nogué, J. y Romero, J. (dir.) *Las Otras Geografías*. Valencia, Tirant lo Blanch. Pp. 511-526.
- Sheri, M. (2006) *The Queering Bourdieu. Analysis of LGBT Subcultural Production through the Lens of Pierre Bourdieu*. Communication au colloque international de l'American Sociological Association. Montreal, Canada.

- Sibalis, M. (2004) *Urban Space and Homosexuality: The Example of the Marais, Paris "Gay Ghetto"*. *Urban Studies*, Vol. 41, N°9, pp.1739-1758.
- Sutherland, J.P. (2009) *Nación Marica*. Santiago, Ripio Ediciones.
- Valentine, G.; Skelton, T. (2003) *Finding Oneself, Losing Oneself: the Lesbian and Gay "Scene" as a Paradoxical Space*. *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 70, N°4, pp. 849-866.