

Ensayo de consumo irreverente

Reflexiones sobre el consumo cultural de hombres homosexuales cubanos

Oscar E. Ávalos¹

La corriente homogeneizante que es característica de la contemporaneidad pone en peligro la diversidad cultural. Los múltiples rostros de nuestra(s) cultura(s) se resisten a desaparecer ante el influjo de las fuerzas globalizadoras. En esas condiciones se generan espacios de conflicto, de debate, de profundas diferencias y de interpelaciones a los poderes centrales, a partir de viejos problemas propiamente culturales. La cultura se convierte en voluntad participativa.

Dentro de la diversidad cultural, la diversidad sexual, y su impronta social, adquieren cada día mayor relevancia. Por ello, es importante recurrir a la cultura como campo crucial de transformación tanto de lo político como de lo público, y donde el cambio apuntaría a revertir prácticas excluyentes al interior de la sociedad.

Las reflexiones siguientes no son más que un intento de dinamizar prenociones sobre este tema complejo de nuestra realidad social. Tal complejidad está fundamentada por la multiplicidad de factores que inciden y que son, en sí mismos, motivo de polémica en cualquier ámbito de producción de conocimiento. El consumo cultural será el vehículo para adentrarme en esta realidad. Relacionarlo con la diversidad sexual implica un análisis en materia de políticas públicas, prácticas culturales, género e identidad sexual, participación y representación social. Estos se conjugarían con otras categorías y conceptos de necesaria atención: hegemonía/contrahegemonía, marginalidad, exclusión e invisibilización social, etc.

Apuntes necesarios

No hay dudas de que el proyecto revolucionario cubano, materializado en 1959, ha realizado una valiosa contribución en materia de justicia social y derechos individuales. De igual modo, ha tenido una importante incidencia en el reordenamiento del entramado social, sobre bases de equidad y humanismo. Paradójicamente, no ha podido sustraerse de la concepción heterosexista de una sociedad que, desde aquella génesis, se ha pretendido diferente. Podría hablarse de una institucionalización de la heterosexualidad natural/original, que aún persiste y dificulta las acciones de los sujetos, en este caso los sujetos homosexuales, para crear o consolidar un espacio identitario y participativo propio.

Al indagar en el universo de aquellos grupos sociales marginados y en cómo son definidas acciones para dar forma a su identidad y a su *ethos* cultural, este ensayo problematiza en torno a las peculiaridades de espacios contruidos por la población homosexual cubana —en este caso la de sexo masculino— en los que concreta sus hábitos de consumo cultural más relevantes. Se trata de explorar prácticas, hábitos, demandas, motivos y, esencialmente, las características de dicho consumo en un contexto de exclusión.

El consumo cultural, a los efectos de este texto, se asume como “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”, (García Canclini, 1993: 34) entre cuyos

¹ LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA. ESPECIALISTA DEL ICIC JUAN MARINELLO. CURSA MAESTRÍA EN ESTUDIOS DE GÉNERO. shaoyuan1307@yahoo.com.

modelos se destacan —o, al menos, entre aquellos que han sido identificados— los que definen el consumo como el lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos, y como sistema de integración y comunicación.

En este ámbito, la hegemonía, cuerpo de prácticas y expectativas en relación con la totalidad de la vida que domina y subordina a clases particulares, se ejerce mediante el control, la transformación o la incorporación de diversas formas alternativas y de oposición. La idea de un accionar hegemónico más allá de las acostumbradas dimensiones política y económica del marxismo tradicional, y hacia los procesos sociales totales, declara un nuevo terreno de reflexión y lucha en formas que no resultan fácilmente reconocibles y que conducen a un sentido más profundo y activo de la labor revolucionaria. (Williams, 1980: 132)²

Al medir la trascendencia del elemento contrahegemónico en esa dinámica, utilizando el consumo cultural como vehículo de constatación/confrontación de esta realidad, indago en el alcance real de la participación —en el ámbito de la acción cultural— de los homosexuales cubanos: el derecho, la posibilidad y capacidad de este grupo o segmento social de involucrarse activamente en la creación, gestión y consumo de los bienes culturales, que se

producen en la sociedad, así como en las distintas fases de los procesos de tomas de decisiones públicas, para la conformación de políticas, estrategias y proyectos de desarrollo en este campo. (Linares y Moras, 2004: 87)

El heterosexismo y la concepción patriarcal de la sociedad, los modos en que ha sido construido históricamente el sujeto sexual cubano, advierten la presencia de dispositivos normalizadores y reguladores generados por la cultura hegemónica, que se resiste a aceptar la diversidad de sexualidades, y de expresiones sexuales y los diferentes modos de vivirlas.³ Sin embargo, dicho “orden” es, a su vez, resistido, alterado, y desafiado por presiones que no le son propias. (Williams, 1980: 133)

Aún así, hoy se puede afirmar que nuestra realidad es favorable al cambio. Son notorios los esfuerzos de personas e instituciones nacionales sensibilizadas con estos asuntos.⁴ No se trata de una realidad inamovible, y cualquier transformación dependerá de la voluntad política y de la eficacia en las acciones que, desde y para los sujetos, permitirían construir una sociedad mejor.

Hurgando en lo cotidiano.

Prenociones para un estudio.

Lo *gay* está de moda en Cuba⁵, aunque

² LAS DISTINCIONES DE R. WILLIAMS EN RELACIÓN CON LOS ASPECTOS DOMINANTES, EMERGENTES Y RESIDUALES DE LAS PRÁCTICAS CULTURALES Y SUS RELACIONES EN LAS SOCIEDADES CONTEMPORÁNEAS RESULTAN PROVECHOSAS AL ENFOCAR LA CUESTIÓN DE LA CONFORMACIÓN DE IDENTIDADES EN GRUPOS SOCIALES MARGINADOS E INVISIBILIZADOS.

³ DESDE UN ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LA CULTURA, SE ADVIERTE LA NECESIDAD DE QUE EL SEGMENTO HOMOSEXUAL, COMO GRUPO CULTURAL DE LA SOCIEDAD, PASE A OCUPAR LA POSICIÓN DE DIALOGANTE Y NO DE REFERENCIA. CON RESPECTO AL EGO CULTURA (CULTURA EN POSICIÓN DOMINANTE) DEBE CONVERTIRSE EN EL ALTER CULTURA (LA EXTRA—CULTURA CON LA QUE LA CULTURA DIALOGA) Y DEJAR DE SER EL ALIUS CULTURA (LA NO—CULTURA SOBRE LA QUE LA CULTURA PUEDE, COMO MUCHO, HABLAR). VÉASE: GÖRAN SONESSON: “LA SEMIOSFERA Y EL DOMINIO DE LA ALTERIDAD”, EN [HTTP://WWW.UGR.ES/~MCACERES/ENTRETEXTOS/ENTRE6/SONESSON.HTM](http://www.ugr.es/~mcaceres/ENTRETEXTOS/ENTRE6/SONESSON.HTM)

⁴ ESTE SERÍA EL CASO DEL CENTRO NACIONAL DE EDUCACIÓN SEXUAL (CENESEX), DIRIGIDO POR MARIELA CASTRO ESPÍN, CON UN TRABAJO MERITORIO EN MATERIA DE RECONOCIMIENTO DE LA DIVERSIDAD SEXUAL QUE INCLUYE LA PERSPECTIVA DE CONVERTIR EL CAMBIO DE SEXO EN CUBA EN UNA CUESTIÓN SOLUBLE EN LO INMEDIATO, LA ELABORACIÓN DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA LOS TRANSEXUALES Y EN LA PROMOCIÓN DE SALUD Y PREVENCIÓN DE VIH SIDA EN LA POBLACIÓN HOMOSEXUAL. SE HA DESTACADO SU LABOR TERAPÉUTICA Y SU POLÍTICA CONCILIATORIA COMO INSTITUCIÓN.

⁵ DICHA FRASE NO SE REFIERE A LA TENDENCIA ACTUAL DEL MERCADO QUE SUBSUME Y BANALIZA ELEMENTOS PROPIOS DE LA SUBCULTURA GAY PARA CONVERTIRLOS EN MERCANCÍAS, DESPROVISTOS DE SU CARÁCTER TRANSGRESOR Y DONDE LO APAREN- CIAL SE DIMENSIONA EN DETRIMENTO DEL CONTENIDO. POR EL CONTRARIO, APUNTA A LO QUE LLAMARÍAMOS EL DEVENIR DE UNA ÉPOCA DE CAMBIOS EN LA SUBJETIVIDAD COLECTIVA (A PARTIR DE TRANSFORMACIONES OBJETIVAS EN EL PLANO SOCIOES- TRUCTURAL) QUE VALORIZA Y RESEMANTIZA EL PAPEL DE LOS COMPONENTES DE ESTE ESTRATO POBLACIONAL, MINORITARIO Y TRADICIONALMENTE ESTIGMATIZADO, EN EL NUEVO ENTRAMADO SOCIAL.

ciertamente muchos homosexuales y, menos aún, los “otros sexuados” que dicen estar a tono con los nuevos tiempos, no sepan cuál es el significado real del término y con qué sentido ha prevalecido en otros contextos sociales. Sin lugar a dudas, se distingue como alternativa edulcorada ante la avalancha de apelativos que ya le son propios a una sociedad cada vez más matizada en lo que a opciones sexuales se refiere.

La toma del espacio público por parte de los homosexuales cubanos, en su mayoría varones, a contrapelo de un famélico consenso social en torno a su perturbadora existencia, ha despertado curiosidad intelectual ante la posibilidad de explorar sus modos de ser, prácticas, hábitos, formas de expresión, así como sus estrategias —individuales o grupales— alternativas u opuestas al poder que prevalece. Esto no es más que un cambio de episteme, una nueva mirada de la ciencia a lo social.

El panorama social que compartimos nos habla de una confluencia de identidades. Tampoco la población homosexual de Cuba, en tanto segmento social, es entendida como un todo uniforme, pues, en su interior, se divide en múltiples franjas identitarias, reflejo de la diversidad que en sí misma encierra. En este sentido no sería desacertado afirmar que las características de su consumo cultural están determinadas por indicadores como la edad, el color de piel, el nivel escolar, la procedencia geográfica, la ocupación, el estatus económico, o, incluso, la participación política y el tiempo de socialización en el llamado *mundo gay*. Otro elemento que define a

esta multiplicidad de identidades es el posicionamiento de los sujetos en ese complejo entramado de relaciones de género.

Queda claro que cada sujeto homosexual hace suya determinada forma de consumo cultural, y al elegir aquellos productos de cuyo valor simbólico se va a apropiarse busca reivindicar cierto compromiso identitario, que en alguna medida transgrede la norma social establecida. De igual modo pretende hacer valer su derecho a ser culturalmente diferente y a obrar en consecuencia, por tanto, es una identidad que se construye desde la resistencia. (González Pérez, 2001: 105) ¿Será entonces el consumo cultural ese elemento aglutinador que coadyuvará a la conformación de una “identidad proyecto”? (González Pérez, 2001:105).⁶

Todavía hay mucho por indagar una vez descubierto el telón de esta realidad que subyace. Sin embargo, hurgando en el universo de lo cotidiano algunas ideas asoman.

Dimensiones del consumo cultural de hombres homosexuales cubanos

A mi juicio, en las ciudades cubanas el consumo cultural de los hombres homosexuales se proyecta desde dos dimensiones fundamentales: el consumo de bienes culturales,⁷ y la apropiación de espacios públicos. Esta última, más centrada en el plano de lo socio-simbólico. Considero, sin embargo, que ninguna opera con independencia de la otra, por lo que se debe tomar esta división como una licencia metodológica.

⁵ DICHA FRASE NO SE REFIERE A LA TENDENCIA ACTUAL DEL MERCADO QUE SUBSUME Y BANALIZA ELEMENTOS PROPIOS DE LA SUBCULTURA GAY PARA CONVERTIRLOS EN MERCANCÍAS, DESPROVISTOS DE SU CARÁCTER TRANSGRESOR Y DONDE LO APARENICIAL SE DIMENSIONA EN DETRIMENTO DEL CONTENIDO. POR EL CONTRARIO, APUNTA A LO QUE LLAMARÍAMOS EL DEVENIR DE UNA ÉPOCA DE CAMBIOS EN LA SUBJETIVIDAD COLECTIVA (A PARTIR DE TRANSFORMACIONES OBJETIVAS EN EL PLANO SOCIOESTRUCTURAL) QUE VALORIZA Y RESEMANTIZA EL PAPEL DE LOS COMPONENTES DE ESTE ESTRATO POBLACIONAL, MINORITARIO Y TRADICIONALMENTE ESTIGMATIZADO, EN EL NUEVO ENTRAMADO SOCIAL.

⁶ CÉSAR OCTAVIO GONZÁLEZ PÉREZ, AL HABLAR DE LA IDENTIDAD GAY, RECONOCE DOS NIVELES QUE MANUEL CASTELLS (1999) ALUDE EN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LAS IDENTIDADES: ESTAS SERÍAN LA “IDENTIDAD DE RESISTENCIA” Y LA “IDENTIDAD PROYECTO”.

⁷ ENTENDEMOS POR BIENES CULTURALES LOS BIENES ARTÍSTICOS LITERARIOS Y ALGUNAS MANIFESTACIONES DE LA CULTURA POPULAR TRADICIONAL.

Con respecto al *consumo de bienes culturales* he de señalar que el vínculo con los circuitos artísticos (institucionalizados o no), a través del consumo de bienes culturales que en estos se producen, es vital para la sociabilidad y, no menos importante, para el incremento del capital cultural (Bourdieu, 1988) de los propios sujetos. Dicho capital los distingue, los dota de reconocimiento social y, de cierto modo, los legitima. A modo de ejemplo, resulta habitual y notoria la presencia de un número considerable de varones jóvenes, presumiblemente homosexuales, en salas de teatro durante las funciones de ballet, manifestación artística de amplio respaldo institucional.

Y aquí un paréntesis obligado, pues el diseño de una producción cultural desde la institucionalidad con marcado carácter heterosexista, es el resultado de un ausente enfoque de género en la política cultural cubana. Esto obliga a prácticas alternativas de consumo cultural con las cuales estos grupos se encuentran identificados, donde se sienten representados y no se les invisibilizan. Este consumo cultural alternativo está relacionado con una producción cultural y una distribución de estos bienes igualmente alternativas.

El consumo de arte y literatura, desde las denominadas “bellas artes” hasta el arte más “popular” y autóctono— institucionalizado o alternativo—, depende en gran medida del capital con el que se cuenta, en cualquiera de sus tres dimensiones: cultural, económica o social. Igualmente depende del lugar que ocupen los sujetos en la estructura social, así como de otras categorías sociodemográficas, entre estas la edad y el color de la piel.⁸

Pero en mucho incide el valor simbólico de un determinado producto artístico en el imaginario colectivo. Aquí tomo en cuenta

el reconocimiento social con el que cuenta dicho producto y la relación o identificación que se establece entre el sujeto —el consumidor— y el objeto —el bien cultural del cual se apropia. También incide la percepción, por lo general estereotipada, que se tiene de este bien cultural en cuanto al género y a la orientación sexual de aquellos que lo producen o lo consumen, aún cuando se trata de ofertas diseñadas para un público diverso.

Así vemos que la asistencia a un baile de música salsa en “La Tropical”, a un domingo de la Rumba en el Callejón de Hamel, a una puesta de Teatro “El Público”, a una función del Ballet Nacional de Cuba o a un concierto de alguna diva de la cancionística cubana, puede tener implicaciones diferentes para los distintos públicos a partir de los significados que les confieren a estas actividades. Quizás por ello desde la lógica institucional hay producción cultural, artística o literaria, destinada también a públicos específicos —y valgan los mismos ejemplos— pero, salvo alguna rara excepción,⁹ esta no se relaciona con los patrones de consumo que caracterizan a personas con orientación homosexual.

La lógica de la producción alternativa es otra; funciona a través de códigos establecidos por la cultura hegemónica, mediática y globalizada a partir del simulacro y la imitación; transgrede en contenido y forma; busca suplir las carencias de esa producción institucionalizada, al acomodarse a los gustos y expectativas de los sujetos homosexuales, pero dista mucho de ser un producto fundado en los códigos de la cultura cubana.

La segunda dimensión es la referida a la *apropiación de espacios públicos*, con especial connotación para la vida social del varón homosexual cubano. Aquí el espa-

⁸ EN LAS CIENCIAS SOCIALES CUBANAS EL TÉRMINO ACUÑADO PARA DIFERENCIAR A LOS COMPONENTES DEL ETNOS SOCIAL CUBANO ES EL COLOR DE LA PIEL.

⁹ ME REFIERO AL CENTRO CULTURAL EL MEJUNJE, UBICADO EN LA CIUDAD DE SANTA CLARA, DE RECONOCIDO PRESTIGIO EN TODO EL PAÍS Y CON PRESENCIA DE UN PÚBLICO MAYORITARIAMENTE HOMOSEXUAL ASOCIADO A LOS PROYECTOS CULTURALES QUE ALLÍ SE DISEÑAN.

cio público no es visto únicamente desde una nomenclatura jurídica —status jurídico— o territorial —posición que ocupa en un territorio dado—, sino también como elemento poseedor de valor simbólico. Por tanto, la apropiación de dichos espacios por parte de los grupos homosexuales masculinos ha implicado un redimensionamiento simbólico, a partir de la incorporación de nuevos significados.¹⁰

Al mismo tiempo, los propios espacios contribuyen a la conformación de la identidad y del *ethos* cultural de estos grupos, y a la construcción de un imaginario colectivo. Es una transmisión bidireccional de sentidos que interactúan dinámicamente. Así vemos como determinados espacios o circuitos públicos de nuestras ciudades han adquirido especial preponderancia dentro del segmento homosexual, al tiempo que se les identifica con esta subcultura desde el imaginario popular no homosexual.

El espacio público es, en cierta medida, la materialización de lo social/compartido, donde los grupos homosexuales establecen sus redes de relaciones y formas particulares de interacción. Sin embargo, las características del contexto socio-urbano en el que se ubica este espacio, y las del propio espacio, los condicionan a actuar de una determinada manera. Es usual que estos grupos pacten con el resto de los componentes sociales como mecanismo de acceso a un determinado espacio público, dígase una plaza o un parque, un cine, un teatro, un cabaret, una calle o, incluso, un segmento de playa. Es el único modo de apropiarse —compartir— de su valor simbólico y de escapar de la exclusión social y la invisibilización. Es la manera de decirle al otro: “aquí estamos, existimos, y nadie nos quitará ese derecho”; aunque sin excesos, pues hay barreras normativas, socialmente construidas, que les resultan muy difícil traspasar. Estos son espacios empo-

derados, en permanente vigilancia y disputa. “Los actos de consumo, por tanto, son momentos donde las personas se relacionan desde la identidad o desde la otredad, son momentos donde definitivamente hay valores en negociación.” (Toirac, 2003: 51)

Los espacios públicos son un efectivo medidor del grado de integración social, también de los grados de conflictividad, pues llegan a nuclear diversidades de actores sociales cada uno de los cuales es poseedor de un *habitus* (Bourdieu, 1988) distintivo. La ausencia o la no-presencia de los grupos homosexuales, por demás minoritarios, en un determinado espacio público puede ser un elemento distintivo de este, lo que podría ilustrar la posición que ocupan en la jerarquía de grupos y segmentos sociales si se toma como referente al espacio en cuestión. Este es el marco propicio para el establecimiento de cotidianos mecanismos de selección “cuando el acceso a un ámbito urbano, aparentemente libre, está de hecho subordinado a la aceptación de relaciones conductuales específicas, cuyo efecto es reproducir un conjunto de relaciones de dominación”. (Mela, 1989: 15)

Quizás por esta razón también forman parte del panorama citadino los espacios *underground* y a los que bien se les puede adjudicar el calificativo de “privadamente públicos”. Estos son espacios institucionalizados —establecidos— para un público homosexual, pero que, paradójicamente, no cuentan con respaldo jurídico. Es decir, se conforman al margen de la ley. Es la iniciativa particular quien se ha hecho responsable de otorgarles sentido a las demandas y anhelos propios de estos grupos, algo no muy difícil de lograr —a pesar de la pobre infraestructura creada para estos fines— si tomamos en cuenta la escasez de ofertas destinadas a este público específico. Sus momentos de esparcimiento e interacción son canalizados a través de estas soluciones más “domésticas”.

¹⁰ PARA MANUEL CASTELLS EL ESPACIO “ES UN PRODUCTO MATERIAL EN RELACIÓN CON OTROS ELEMENTOS MATERIALES, ENTRE ELLOS LOS HOMBRES, LOS CUALES CONTRAEN DETERMINADAS RELACIONES SOCIALES, QUE DAN AL ESPACIO (Y A LOS OTROS ELEMENTOS DE LA COMBINACIÓN) UNA FORMA, UNA FUNCIÓN, UNA SIGNIFICACIÓN SOCIAL”. (1997: 142)

Estas dimensiones del consumo cultural que han sido esbozadas pueden ser vistas desde un análisis histórico como elementos que han coadyuvado en la conformación de la identidad homosexual masculina. A ellas se asocia también, por su singular importancia y gran incidencia, la resignificación otorgada al cuerpo del varón homosexual, y cómo queda representado socialmente.

En este caso hablamos de apropiación del cuerpo, pero en su valor simbólico. Es portador de múltiples significados, un ente pasivo donde se inscriben los significados culturales o el instrumento mediante el cual una voluntad apropiadora e interpretativa determina un significado cultural para sí misma. (Butler, 2001: 41) A través del cuerpo se transmiten mensajes individuales y/o colectivos de estatus social, modas y modos de vida. También puede ser expresión de una sexualidad y género específicos o de una variante más ambigua a partir del solapamiento de estos como un modo de identificación social.

Al referirme a la apropiación simbólica del cuerpo del varón homosexual, no puedo dejar de mencionar un nuevo fenómeno que ya inquieta y que ha venido a ocupar espacios en el debate mediático e intelectual. Es el relacionado con la metrosexualidad o metrosexualismo.¹¹ Dicho ¿concepto? apunta hacia una nueva corriente estética producida por la sociedad de consumo, obsesionada por el culto al cuerpo y la belleza estética y que refiere a un nuevo tipo de varón, el hombre moderno, que desafía a su historia y establece comunicación con su lado ‘femenino’, sin reparos en expresar sus emociones. Es un comportamiento típico de un hombre –más bien joven– de buen estatus económico, narcisista, aficionado al gimnasio, a la cosmética y a los cortes de pelo más transgresores. Le gusta la moda, no duda en pintarse el pelo, las uñas y arreglar lo que sea, para lucir una

mejor imagen. Le encantan las compras y es capaz de asesorar a las mujeres en ese aspecto. Sobre todo, se encanta a sí mismo y a su espejo. Una mirada aguda a nuestra realidad social podría percatarse de que también en Cuba –particularmente en La Habana– ciertos aires de “modernidad” –con una dosis de criollismo– hacen de la metrosexualidad un fenómeno extendido.

Las referencias sobre el fenómeno por lo general plantean que el hombre metrosexual puede ser, desde el punto de vista de la orientación sexual, homo, hetero o bisexual. Sin embargo, algunos textos resaltan como una característica imprescindible su heterosexualidad, criterio este que resulta muy cuestionable. La mayor parte de las características que describen tal fenómeno pueden ser contrastables desde el discurso de género, pero no en materia de deseos y expresiones sexuales. Como ya se advierte desde la producción teórica, para determinadas identidades el género no es consecuencia del sexo y para otras las prácticas del deseo (sexual) no son consecuencia ni del sexo ni del género. (Butler, 2001: 50) En este sentido, la subversión del prototipo del género asignado, estas nuevas formas de ser varón desde la lógica del comportamiento metrosexual –al asumir roles que no se corresponden con su género–, muy poco tendrían que ver con la orientación sexual de sus practicantes.

Quizás por ello en nuestro contexto pulula un tipo de varón homosexual más identificado con ese espíritu moderno y renovador independiente de su género asignado, que con su propia orientación sexual. Aunque tampoco podemos dejarnos engañar, pues dicha conducta puede ser un modo de marcar distancia con respecto a: l) quienes comparten su misma condición (sexual) pero que no poseen un capital económico (Bourdieu, 1988) tan ventajoso¹², en mu-

¹¹ EL TÉRMINO “METROSEXUAL” FUE CREADO EN INGLATERRA POR MARK SIMPSON EN 1994 Y TIENE COMO PRINCIPAL EXponente AL MUY PUBLICITADO FUTBOLISTA INGLÉS DAVID BECKHAM, PROTAGONISTA DE MUCHAS DE LAS PORTADAS DE LA PRENSA ROSA E ÍCONO GAY A PESAR DE SU HETEROSEXUALIDAD.

¹² AUNQUE LAS COMPLEJIDADES DE NUESTRO CONTEXTO SOCIAL NO SIEMPRE GARANTICEN UN ESTATUS ECONÓMICO DE PRIVILEGIO PARA ESTE SUJETO QUE DENOMINAMOS “METROSEXUAL”.

chos casos adquirido a través de actividades relacionadas con los sectores emergentes de la economía, o determinados vínculos con extranjeros y/o nacionales de estatus social privilegiado; II) quienes comparten su misma condición (sexual) pero que se alejan del canon de masculinidad dominante / impuesto por una cultura machista y patriarcal. Sobre este último punto volveremos más adelante.

Si entre los varones heterosexuales el cuerpo es, por intuición, expresión de su identidad sexual, entre sus pares homosexuales el uso del cuerpo tiene un carácter performativo a partir de sus múltiples discursos (lingüísticos y físicos): no todo lo que parece ser, es. Como apunta Roger Lancaster,

el juego es a la identidad como el sentido al cuerpo: nos sitúa y nos orienta, pero también va más allá y nos excede [...] lo que es *alter* también es *ego*, lo que está “más allá” está también “adentro”, y la ambigüedad vive en el centro mismo de la identidad, [...] hasta el más frecuentado de los hábitos puede ser fuente de nuevas experiencias. (citado en Sierra, 2006: 163)

Esta frase intenta darle sentido a determinados modos de comportamiento y de prácticas sociales disímiles, desde el grupo de jóvenes fisiculturistas, una parte de los cuales mercantiliza su sexo en espacios públicos, hasta los grupos de travestis que dinamizan los ambientes homoeróticos. Aludo a estos dos grupos de manera explícita por sus estéticas muy reveladoras y por ser polos opuestos de un mismo eje. Sin embargo, detrás puede quedar agazapada la diversidad de matices que se producen en torno a su identidad sexual.

En sentido general, una estética propia, un estilo en el vestir —uso de una vestimenta muy particular, más ajustada o llamativa—, en el llevar —uso de prendas u otros accesorios—, los olores y las marcas

globalizados que se eligen —sobre todo por los más jóvenes, aquellos que transfronterizan—, así como un sistema gestual y lexicológico que designa y autodesigna, a la vez que transgrede —su desenfado y performatividad subversiva al quebrantar la frontera de los géneros—, conforman esa red de significados que emanan del cuerpo del varón homosexual ciudadano en un complejo rejuego de producción y consumo de su valor simbólico.

Tipología de consumo cultural para hombres homosexuales

Al considerar la tesis de la existencia de diversos grupos homosexuales en la sociedad cubana, resultaría casi un axioma pensar en diferentes formas y variedades de su consumo cultural. Al asumir algunos de aquellos indicadores en un intento de clasificación, podríamos, incluso, acercarnos a una tipología de consumo cultural para estos grupos de hombres en el ámbito ciudadano.

Un primer tipo de consumo cultural es *underground* o subterráneo, trasgresor de la norma y la legalidad, relacionado con espacios alternativos de encuentros homoeróticos. Se asocia a la noche, a los horarios nocturnos, aunque no es exclusivo de estos. En algunos casos pueden ser espacios de expresión de comportamientos extremos: fiestas gays, shows o espectáculos de travestis y transformistas, o espacios —físicos— para estos encuentros eróticos. Puede estar relacionado con actividades económicas muy lucrativas: el turismo, el cuentapropismo, etc.

Un segundo tipo de consumo cultural se vincula a la producción de bienes culturales dispuestos desde la institucionalidad. Alrededor de este se nuclea tanto un público masculino homosexual de mayor nivel cultural y educacional, como otros sujetos pertenecientes a estratos sociales más desfavorecidos, cuyo consumo de bienes simbólicos está menos centrado

en el hedonismo y en el homoerotismo. Entre las manifestaciones y prácticas que generan este tipo de consumo se encuentran los espectáculos de ballet y de danza, los conciertos, las obras de teatro, las exposiciones plásticas, las ferias de libros y de artesanía, las fiestas populares, etc. En este tipo de consumo se ve con claridad la distinción de clase entre grupos homosexuales, diferenciados desde un punto de vista socioclasista, con respectivas implicaciones en materia de acceso y apropiación de los recursos culturales.

Un aspecto común en estos dos primeros tipos de consumo cultural es la exigencia de espacios propios o de espacios de “tolerancia” donde interactúen otros grupos sociales con los que no se comparte una misma orientación sexual. A partir de la toma del espacio público por parte de estas (otras) identidades cobra importancia la idea de reconocimiento social hacia estos sujetos, un reconocimiento que afirme la diferencia. Para ello se hace necesaria una transformación de los valores que regulan la interacción social e impiden una participación igualitaria en todos los ámbitos institucionales correspondientes. (Fraser, 2000: 63)

Un tercero sería el tipo “residual” o “de permanencia” puesto que no hay apropiación y uso de productos simbólicos fuera del ámbito privado y/o doméstico, especie de cultura a domicilio. Carece de sociabilidad intragrupal, no perpetúa una identidad colectiva. Es antagónico con respecto a las clasificaciones anteriores y constituye la vertiente menos activa del consumo cultural generado por los hombres homosexuales ciudadanos.

Esta es una tipología de hábitos y prácticas, no de actores sociales que, en efecto, pueden desplazarse y fluctuar dinámicamente a través de ella. Por otro lado, pretende ilustrar ese dinámico escenario de identidades que se reconstruyen alrededor y desde el consumo cultural. Conocidos los riesgos que entraña todo intento de tipifi-

cación o clasificación, asumo este diseño como un esfuerzo de comprensión de una realidad sumamente compleja e insuficientemente explorada, a la vez que privilegiada en cuanto a riqueza de información.

Comentarios finales

Un segmento de los homosexuales cubanos percibe que el poder político (real) coincide con el heterosexismo hegemónico, es decir, que son las mismas instancias individuales e/o institucionales quienes los ejercen. Estas generan una norma oficial que excluye e invisibiliza cualquier transgresión en materia de identidad sexual, lo que reafirma en ellos una actitud disidente. Del tal modo, la búsqueda de un consumo cultural alternativo puede ser doblemente contrahegemónica, asumiendo que “lo político” es, efectivamente, omnipresente.

Según Abel Sierra, “en Cuba los homosexuales no han contado con un espacio de representación política que canalice sus demandas e intereses, y se debe en lo fundamental a que estos grupos no cuentan con el apoyo de la sociedad civil ni de las instituciones, que salvo excepciones, siguen tomando distancia de este fenómeno”. (2006: 216) Quizás por ello en este grupo diverso no hay sentido de unidad ni se vislumbra la posibilidad de que se conforme un pensamiento común que conlleve a la realización de acciones colectivas propiciadoras de cambios. Así, quedan reivindicadas a su interior prácticas diferenciadoras que se manifiestan en su consumo cultural.

En un contexto sociocultural de hegemonía, hay relaciones de género específicas de dominación y subordinación entre grupos de hombres. El arquetipo de esta tesis es la dominación de los hombres heterosexuales y la subordinación de los hombres homosexuales. De tal manera, homosexualidad masculina es igual a subordinación. Así tenemos que en un sistema de jerarquía de género entre los hombres

las masculinidades homosexuales ocuparían la posición más baja.

La homosexualidad, en la ideología patriarcal, es la bodega de todo lo que es simbólicamente expelido de la masculinidad hegemónica, con asuntos que oscilan desde un gusto fastidioso por la decoración hasta el placer receptivo anal. (Connell, 1997: 40-41)

Pero los hombres homosexuales son en sí mismos herederos de modelos genéricos que los condicionan y determinan socialmente. En su práctica cotidiana reproducen y legitiman patrones ideológicos propios de la heterosexualidad hegemónica, esos mismos que los discriminan y marginan. Dicha situación hace más complejas las relaciones al interior y entre los grupos homosexuales cubanos.

Así, se privilegian una estética y una conducta masculinas que responden al canon tradicional, en correspondencia con su sexo previsto, el hombre viril, el “macho”. Mientras, se infravalora toda imagen corporal o conducta social, que sea ambigua, transgresora del género, que denote vínculos con los estereotipos de la feminidad y, por tanto, incoherencias con su sexo esperado; son evidentes los elementos de subversión que expresan a través de su conducta social. En el primer segmento ubicamos a sujetos entre los cuales la bisexualidad es una conducta extendida. (Sierra, 2006: 270-271) En el segundo modelo se incluirían, entre otros, los travestis. Este es el más desfavorecido en

la escala de clasificaciones de la homosexualidad masculina en el contexto socio-urbano de Cuba.

Se puede decir que en ese acto de apropiación de productos y bienes simbólicos, llevado a cabo entre los hombres homosexuales ciudadanos, no hay exclusión pero sí segregación. Aquellos grupos que no se ajustan al sistema sexo/género construido desde el paradigma de masculinidad hegemónico tienen más dificultades para la sociabilidad, la integración y la comunicación, y son objeto de una mayor discriminación. Esta situación es mucho más crítica cuando los productos y servicios culturales son dispuestos desde la institucionalidad, donde la “otredad” dominante establece las reglas de juego, las pautas de comportamiento.

Esta son las últimas líneas de este ensayo también irreverente, que intenta identificar a la cultura como herramienta idónea para la transformación social, para confrontar las hegemonías. Se parte de la necesidad de reivindicar el *ethos* cultural de grupos sociales tradicionalmente excluidos, y de abogar por una participación plena de estos en el ejercicio ciudadano, en igualdad de condiciones y oportunidades, de pleno respeto a la diversidad cultural y a la diferencia. De acuerdo con el sociólogo Alaín Basail: “El reconocimiento de situaciones de alteridad y la promoción de políticas de las identidades diferenciales permitiría tirar de los hilos de lo social invisible con medida y templanza y contribuiría a la integración social, a la solidaridad y al consenso colectivo.” (2006: 250).

Bibliografía

- Basail Rodríguez, Alaín 2006 “Consumos culturales e identidades deterioradas. Políticas culturales y lo social cubano invisible” en Alaín Basail (coord.) *Sociedad cubana hoy. Ensayos de Sociología joven* (La Habana: Editorial de Ciencias Sociales).
- Bourdieu, Pierre 1988 *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto* (Madrid: Taurus Humanidades).
- Butler, Judith 2001 *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad* (México DF: Universidad nacional Autónoma de México/ Edit. Paidós Mexicana).

- Castells, Manuel 1997 *La cuestión urbana* (México DF: Siglo XXI Editores) décimocuarta edición.
- Castells, Manuel 1999 *La era de la información: economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad* (México DF: Siglo XXI Editores).
- Connell, Robert 1997 “La organización social de la masculinidad” en Valdés, Teresa y Olavarría, José (eds.) *Masculinidad/es. Poder y crisis* (Santiago de Chile: Ediciones de las Mujeres) No. 24, junio.
- Fraser, Nancy 2000 “Nuevas reflexiones sobre el reconocimiento” en *New Left Review* (Madrid) No. 4, septiembre-octubre.
- García Canclini, Néstor 1993 *El consumo cultural en México* (México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes).
- González Pagés, Julio César 2005 “Feminismo y Masculinidad: ¿mujeres contra hombres?” en Proveyer, Clotilde (coord.) *Selección de lecturas de Sociología y Política Social de Género* (La Habana: Editorial Félix Varela).
- González Pérez, César O. 2001 “La identidad gay: una identidad en tensión. Una forma de comprender el mundo de los homosexuales” en: *Desacatos* (Oaxaca: CIESAS) No. 6, primavera-verano.
- Hopenhayn, Martín “¿Integrarse o subordinarse? Nuevos cruces entre política y cultura” en Mato Daniel (coord.) *Cultura, política y sociedad: perspectivas latinoamericanas* (B. Aires: CLACSO).
- Linares, Cecilia y Moras, Pedro Emilio 2004 “Universos de la participación: Su concreción en el ámbito de la acción cultural” en *Participación social en Cuba* (La Habana: CIPS).
- Mela, Antonio 1989 “Ciudad, comunicación, formas de racionalidad” en revista *Diálogos de la Comunicación* (Lima: FELAFACS) No. 23.
- Núñez Noriega, Guillermo “Reconociendo los placeres, desconstruyendo las identidades. Antropología, patriarcado y homoerotismos en México” en: *Desacatos* (Oaxaca: CIESAS) No. 6, primavera-verano.
- Rivero Baxter, Yisel: “Cuba: ¿diferenciación cultural o desigualdad social” en Alaín Basaíl (coord.) *Sociedad cubana hoy. Ensayos de Sociología joven* (La Habana: Editorial de Ciencias Sociales).
- Sierra Madero, Abel 2006 *De otro lado del espejo. La sexualidad en la construcción de la nación cubana* (La Habana: Fondo Editorial Casa de las Américas).
- Sonesson, Göran “La semiosfera y el dominio de la alteridad”, en <http://www.ugr.es/~mcaceres/Entretextos/entre6/sonesson.htm>.
- Toirac García, Yanet 2003 “Sin embargo, algunos se quedan... Acerca de los usos y apropiaciones de los espacios públicos en las noches de La Habana”. Tesis de Maestría, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.