

Construcción de identidades: un bar gay en la ciudad de México

Rodrigo Laguarda

Este artículo se ocupa de las identidades sociales; esto es, el proceso por el que los sujetos se inscriben en generalidades históricamente construidas y se definen a sí mismos a partir de ellas. Dado este interés, se realizó una aproximación a un bar gay. El proceso de identificación vivido dentro del establecimiento seleccionado es analizado como fenómeno comunicativo, atendiendo a los usos del espacio y el tiempo, del lenguaje verbal y no verbal. El objetivo del trabajo es dar cuenta de cómo los espacios, en este caso el de un bar gay, participan en la formación de cierta clase de sujetos.

► 137

PALABRAS CLAVES: identidad, semiótica, microscopio social, gay, bar

This paper deals with social identities or, in other words, the process by which subjects enroll in historically constructed generalities and define themselves accordingly. With these interests in mind, the author approached a gay bar. The identification process that takes place inside this establishment is analyzed as a communication phenomenon, taking into account the use of time and space, as well as verbal and non verbal language. The goal of this paper is to explain the way in which specific spaces, in this case a gay bar, influence the formation process of certain kinds of subjects.

KEY WORDS: identity, semiotics, social microscope, gay, bar

RODRIGO LAGUARDIA: Estudiante del programa de doctorado del Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social-Distrito Federal, México. rodrigolaguarda@gmail.com

Desacatos, núm. 19, septiembre-diciembre 2005, pp. 137-158.
Recepción: 20 de enero de 2004 / Aceptación: 28 de octubre de 2004

Don Juan ha muerto: una nueva figura, mucho más inquietante, se yergue: Narciso subyugado por sí mismo en su cápsula de cristal.

GILLES LIPOVETSKY (2000: 33)

De una ciudad no disfrutas las siete o setenta y siete maravillas, sino la respuesta que da a una pregunta tuya.

ITALO CALVINO (2001: 58)

En comparación con otras áreas de interés, el tema de las homosexualidades ha sido poco explorado en México desde las ciencias sociales. El presente trabajo participa del intento por abrir el campo de la antropología al estudio de nuevos actores. A la vez, el texto ha sido escrito en la convicción de que la mirada antropológica debe ocuparse de espacios cotidianos que han cobrado relevancia en el escenario urbano durante las últimas décadas.

Este artículo se sustenta en el estudio que realicé para obtener el grado de maestro en antropología social.¹ En él mostraré los hallazgos centrales de la investigación y las pautas teórico-metodológicas que los posibilitaron. El trabajo tuvo su origen en la preocupación por el tema de las identidades sociales; esto es, a grandes rasgos, el proceso por el que los individuos se inscriben en generalidades históricamente construidas y se definen a sí mismos a partir de ellas. Dado este interés, se propuso la aproximación al espacio de un bar gay como lugar privilegiado para estudiar fenómenos de identidad puesto que se trata, en principio, de un sitio especialmente creado para sujetos que se reconocen dentro de una misma categoría identitaria (esto es, como gays)² y que comparten un si-

tio de sociabilidad especialmente creado para ellos, experimentando un proceso de identificación.

Estas páginas buscan dar cuenta de la experiencia de individuos del sexo masculino adscritos a la identidad gay (esto es, sujetos que se definen a sí mismos como gays) en el espacio de un bar especialmente establecido como sitio de sociabilidad para ellos. Me refiero a sujetos que reconocen una orientación sexual hacia personas de su mismo sexo y que consideran a ésta como una característica definitoria de su propia persona. Como lo señala el historiador John Boswell (1992: 65) en su obra clásica, *Cristianismo, tolerancia social y homosexualidad*, el término “gay” (del inglés, “alegre”) se utiliza actualmente para designar a un individuo que tienen una orientación erótico-afectiva hacia personas de su mismo sexo; alude a individuos conscientes de esta inclinación sexual en tanto característica distintiva (Boswell, 1992: 67), aunque participen de otros círculos de adscripción. En breve, se refiere a sujetos que comparten una identidad.³

UNA VENTANA TEÓRICA: EL CONCEPTO IDENTIDAD/IDENTIFICACIÓN

En este escrito se propone como eje teórico el concepto de identidad desarrollado por Stuart Hall (2002). Para este pensador, cuya obra es piedra angular de la escuela sociológica de los estudios culturales, el término identidad alude a dos dimensiones. En primer lugar, a una generalidad históricamente construida en la que un cierto número de individuos se reconocen (Hall, 2002: 3-5). Desde mi punto de vista, es posible situar dicho aspecto en el plano de lo histórico o en un nivel diacrónico. En este sentido, una identidad intenta unir la heterogeneidad de lo social inventando (a partir de procesos; desde instituciones; en relaciones de poder; mediante la diferencia y la exclusión) el pasado común de un grupo y el senti-

¹ *Construcción de identidades: un bar gay en la ciudad de México*, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México, 2003. Mi agradecimiento para la doctora Eva Salgado Andrade, directora de la tesis, y a la doctora Teresa Carbó, por su ayuda en el buen desarrollo de la investigación.

² Por supuesto, lo anterior no excluye la posibilidad de que asistan sujetos que asumen una identidad heterosexual u hombres que se autodefinan como bisexuales. Por otra parte, siguiendo a Michel de Certeau (1996: 37-38) —y como se verá más adelante—, es evidente que, en su transitar cotidiano, los sujetos entablan una negociación con las categorías que pretenden definirlos y los lugares que dibujan su

vida diaria; dentro de estos acomodamientos crean formas peculiares de concebirse a sí mismos y de actuar.

³ Es necesario añadir que quienes se nombran a sí mismos como gays suelen preferir el uso de este término en lugar del de homosexual, acuñado en el contexto de los saberes médicos del siglo XIX (Boswell, 1992: 68).

miento de pertenencia a un sector específico de la sociedad. Vista desde una perspectiva histórica, una categoría identitaria aspira a diluir las diferencias que distinguen a sus miembros por participar en diversos círculos de adscripción. Sin embargo, ya que parten de lo múltiple, las identidades nunca están completamente integradas. Su relativa estabilidad radica en su capacidad de dejar fuera lo que no pertenece a ellas.

Siguiendo a Stuart Hall (2000: 2-3), la palabra identidad incluye, en segundo lugar, un proceso de identificación que, a mi parecer, podemos ubicar en el plano de lo antropológico o en un nivel sincrónico. Este aspecto, que será el abordado principalmente en este artículo, se refiere a la toma de posición de los sujetos respecto de una identidad. La identificación es el encuentro e interacción de los "iguales"; el proceso de articulación a un grupo. Quienes se asumen como parte de una colectividad deben reconocer el origen común de sus miembros, la existencia de características compartidas con quienes pertenecen a él o un ideal en común. La identificación está siempre en proceso. La adscripción a una identidad puede ser lograda, perdida, sostenida o abandonada. Nunca logra borrar las diferencias entre los miembros de un grupo pero crea la fantasía de semejanza e incorporación. Es un proceso siempre incompleto de articulación al que ningún individuo se ajusta por completo. Juega con la diferencia pues los sujetos creen encontrarse a sí mismos mediante lo que excluyen.

Porque parten de lo múltiple, las identidades aparecen como intrínsecamente endebles. Todo ser humano es muchas cosas a la vez, por lo cual el sentido de pertenencia a un grupo resulta siempre incompleto, inestable, relacional, en constante negociación y construcción. Sin embargo, las identidades sociales nos definen como personas. Como señala Jeffrey Weeks (1998: 199-200), aunque las identidades son ambiguas, las necesitamos por el sentido de armonía y coherencia que nos proporcionan, por la ubicación que dan a nuestras vidas. Las identidades nos dicen quiénes somos. Constituyen nuestras máspreciadas pertenencias. Forman parte de nuestra gozosa experimentación del mundo. Por otra parte, nos molestan al imponernos una forma de vida, un estereotipo al cual ajustarnos, una etiqueta con la que los otros

nos clasifican. Nos perturban pues nos sentimos implicados en ellas, aunque ninguna de ellas puede abarcar todo lo que somos como personas. Las defendemos, y las cuestionamos, pero no prescindimos de ellas. Nos permiten vivir, tener un lugar en el mundo.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS: CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD GAY

En esta visión, las identidades siempre son relationales, incompletas, inestables, ambiguas, en constante proceso de construcción y negociación. Si bien en esta investigación se propone el uso del término identidad principalmente para un análisis de tipo antropológico, en cuanto a su modalidad de identificación, es importante no perder la dimensión histórica de cualquier generalidad que se pretenda estudiar. En el caso que nos ocupa, me refiero al proceso por el que emergió la identidad gay.

Conforme al planteamiento de Stuart Hall (2002), la identidad gay, como cualquier otra, ha sido construida en un proceso histórico. El proceso de construcción de la identidad homosexual, a partir del cual habría de construirse la identidad gay, inició en el siglo XIX. Antes de ese momento histórico existían, desde luego, prácticas que hoy denominamos "homosexuales". Sin embargo, fue a partir de ese punto, específicamente en las sociedades industrializadas de Occidente, que se desarrolló la homosexualidad como una categoría distintiva asociada a una identidad (Weeks, 1998: 208). En el antiguo derecho civil y canónico, la sodomía era un acto prohibido. En cambio, el homosexual del siglo XIX se convirtió en un personaje definido por su sexualidad desde la psicología, la psiquiatría y la medicina (Foucault, 1998: 56). El sodomita había sido un pecador que incurría en un acto condenable. El homosexual era considerado ahora miembro de una clase específica de personas (Gilbert, 1985: 61). Si antes del siglo XIX "[el] sodomita era un relapso, el homosexual es ahora una especie" (Foucault, 1998: 57). El término "homosexual" surgió para nombrar a una nueva clase de sujetos.

La aparición de la categoría "homosexual" propició el posterior surgimiento de una identidad gay, particular-

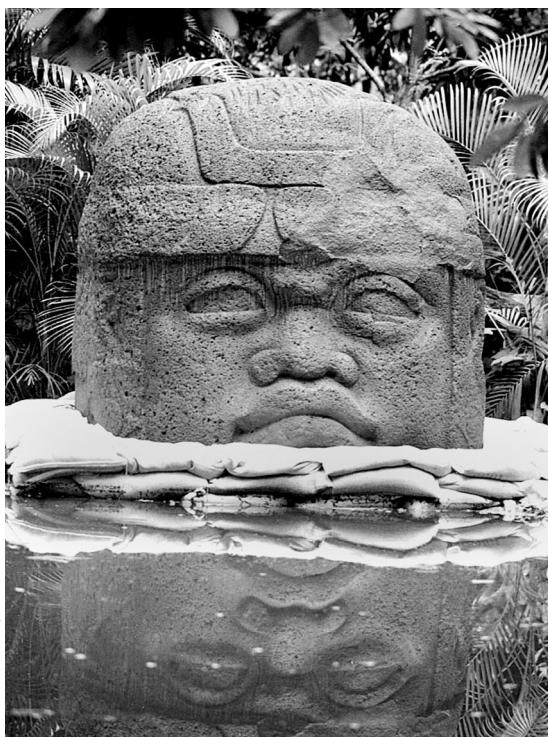
mente visible en las ciudades estadounidenses (Weeks, 1998: 208-209). El historiador John D'Emilio (1992: 10) sostiene que desde la década de 1950 existía una identidad homosexual (esto es, gay) claramente consolidada en Estados Unidos. Sin embargo, como señala Eric Hobsbawm (1995: 335), no fue sino hasta bien entrada la década de 1960 que esta identidad cobró visibilidad y comenzó a ser abiertamente practicada en dos ciudades que marcaron la pauta a escala global: Nueva York y San Francisco. El movimiento de liberación gay, iniciado en Estados Unidos en el año de 1969, contribuyó a la expansión de una identidad cada vez más visible en las ciudades estadounidenses (D'Emilio, 1992: 10).

Diversos estudios (Chauncey, 1995; Murray, 2000; Weeks, 1998) han mostrado que antes de que la forma gay de organizar la homosexualidad comenzara a difundirse por el mundo, en distintas sociedades era común la reproducción de los roles tradicionales de género durante las interacciones que desde el siglo XIX denominamos

"homosexuales". La difusión del término gay implicó el paso de una organización de las prácticas homosexuales basada en el género, en la que se presumía que uno de los participantes reproducía el rol femenino y otro el masculino, hacia una organización más igualitaria de la homosexualidad (Murray, 1995: 138). La emergencia de la identidad gay, ocurrida en la segunda mitad del siglo XX, supuso la agrupación de las dos partes involucradas dentro de una misma categoría (Chauncey, 1995: 22).

De acuerdo con el sociólogo Barry Adam (1998: 220), la organización gay de la homosexualidad, que se ha vuelto predominante en el mundo occidental y continúa expandiéndose a escala global, se caracteriza por la formación de redes sociales y el establecimiento de lugares en los que los individuos participan por un interés homosexual mutuo; por el desarrollo del sentimiento de pertenencia a un grupo específico de la sociedad; por una identidad gay emergente o el surgimiento de una forma social autónoma con suficiente autoconciencia como para atribuirse derechos políticos y, principalmente, por la posibilidad de establecer relaciones exclusivas e igualitarias entre personas del mismo sexo. Relaciones exclusivas dado que la sexualidad ha sido liberada del sistema tradicional (heterosexual) de parentesco y reproducción. Igualitarias, ya que se pretende rebasar los roles tradicionales de género.

El fenómeno de la globalización, sostiene Dennis Altman (2001: 87), ha tenido un importante papel en la conformación de la identidad gay, que se ha convertido en un fenómeno internacional. La palabra "gay", proveniente de Estados Unidos, comenzó a difundirse en todo el mundo, desafiando la tradicional estigmatización de los homosexuales. En las grandes ciudades latinoamericanas comenzó a propagarse con rapidez a finales de la década de 1960 e inicios de la de 1980 (Murray, 1995: 138). Mientras la palabra "gay" fue desconocida en América Latina —situación predominante en las grandes ciudades hasta la mitad de la década de 1960— la comprensión de las prácticas homosexuales parece haber sido análoga al patrón pre-gay identificado en otros lugares del mundo. Aquellos de quienes se presumía que desempeñaban el papel activo (penetrador) en una relación homosexual no eran definidos por tales prácticas y con-



Tomas Bravo / *La Jornada*

Inundaciones en Villahermosa, Tabasco.

tinuaban siendo considerados como hombres “normales”. Y aquellos de quienes se pensaba desempeñaban el rol pasivo en dicho encuentro resultaban estigmatizados (Murray, 1995: 138-139).

En América Latina, particularmente en México, el significado de las prácticas homosexuales adquiría sentido conforme al binomio activo/pasivo. En las comunidades que eran, o todavía son, ajenas a una comprensión gay de estas prácticas, se ha dado una estigmatización del individuo de quien se presume que desempeña el rol anal/pasivo asociado a lo femenino (Almaguer, 1993: 257). Las palabras “joto” y “puto”, por ejemplo, son términos muy conocidos que designan a sujetos que presuntamente desempeñan un rol pasivo en la penetración anal. Por tanto, estos términos han sido empleados como medio de burla y ridiculización, para calificar a algunos hombres como pasivos y penetrables, en sintonía con el prejuicio extendido sobre las mujeres (Alonso y Koreck, 1993: 118; Almaguer, 1993: 260). Por otra parte, el término “mayate” designa al participante (supuestamente) activo, que no resulta estigmatizado por el encuentro homosexual (Carrier, 1995: 11).

La identidad gay ha ido desplazando esta reproducción de los roles tradicionales de género. Quienes en México se han definido como gays han adoptado los patrones homosexuales estadounidenses, convertidos ya en modelo cultural dominante a escala mundial (Altman, 2001: 87). Esto significa que tienden a considerarse simplemente como gays sin importar los roles sexuales (pasivos y/o activos) que desempeñen en un encuentro sexual (Almaguer, 1993: 262). Se ha dicho que en la ciudad de México los jóvenes de las clases privilegiadas fueron los primeros en verse influidos por la organización gay de la homosexualidad proveniente de Estados Unidos y que continúan siendo los principales promotores de esta identidad (Hernández, 2001: 68), al rechazar categorías tradicionales como “machos” y “locas”, “mayates” y “putos” (Lumsden, 1991: 41-42). Esto forma parte de un proceso de expansión en curso en el que los bares gays, como espacios de sociabilidad privilegiados, han tenido un papel destacado. Si bien a principios de la década de 1980 el desarrollo de establecimientos para la población homosexual era muy limitado (Sánchez, 2002: 27), Mau-

ricio List (2001a: 77) ha notado que a partir de la década de 1990 se ha dado una importante proliferación de estos espacios de diversión en la ciudad de México. Los bares son los lugares de reunión gay más populares de la ciudad (Sánchez y López, 2000: 279), donde se pueden entablar relaciones amistosas o conocer posibles parejas sexuales.

LOS BARES GAYS: IDENTIFICACIÓN COMO FENÓMENO COMUNICATIVO

A escala global, los bares han desempeñado un papel destacado dentro del proceso de expansión de la forma gay de organizar la homosexualidad. Ya en el año de 1967 (en las referencias bibliográficas, 1998) —antes de que iniciara el movimiento de liberación gay— Nancy Achilles subrayaba su importancia como institución⁴ social angular para la emergente identidad gay estadounidense. Sus consideraciones quedaron plasmadas en su ensayo “The Development of the Homosexual Bar as an Institution”, que se ha convertido en un clásico sobre el tema. En las últimas décadas, los bares se han convertido en el lugar de interacción homosexual más importante a escala trascultural. Sin dejar de lado que se trata de empresas lucrativas (Achilles, 1998: 182), en ellos se activa el sentimiento de pertenecer a un grupo social específico y se participa en relaciones relativamente igualitarias en las que todos los individuos son reconocidos como gays, independientemente de las prácticas sexuales que realicen.

Como ha mostrado Nancy Achilles (1998), los bares gays son espacios que cumplen una función importante para determinado grupo. Su servicio más evidente es el de posibilitar o facilitar la formación de parejas sexuales (Achilles, 1998: 176). Otro aspecto importante es el de proveer un lugar para la interacción social. Para la conformación de un grupo se requiere de un lugar donde sus

⁴ Esta investigadora no define el término “institución” que se utiliza para describir aquellas actividades por medio de las cuales los individuos construyen y mantienen una sociedad (Renkema, 1999: 65). Esto incluye un conjunto de valores, normas y costumbres que, con diversa eficacia, definen y regulan la vida social (Gallino, 2001: 534).

miembros puedan congregarse (Achilles, 1998: 175). Desde esta perspectiva, el bar es un escenario para la construcción del sentimiento de pertenencia a un “nosotros”. Es un lugar en el que no sólo se adquiere libertad para hacer ciertas cosas, sino en el que se aprende a ser de cierta forma. Esto ocurre con algún grado de anonimato y segregación del resto de la sociedad, en un espacio organizado, con ciertas normas sociales y valores (Achilles, 1998: 176), donde los mismos actores se encuentran de manera recurrente y se reconocen como partícipes de un grupo (Achilles, 1998: 179).

Desde la perspectiva de identificación tomada de Stuart Hall (2002), que es la que principalmente nos ocupa en este trabajo, es posible pensar que todo grupo requiere de espacios de encuentro y reconocimiento, lugares de aprendizaje de ciertas formas de interacción; de territorios específicos en que los individuos interiorizan elementos o rasgos acordes con una identidad (Miano, 2002: 24). Esta investigación se propone indagar si los bares gays cumplen una función importante en un proceso de identificación de ciertos sujetos respecto a un grupo social.

En la elaboración de una respuesta, el trabajo se propone mirar el proceso de identificación ocurrido dentro de un bar gay como fenómeno comunicativo. Parto, desde la antropología, de un planteamiento afín al de Clifford Geertz (1997: 20), quien, en su concepto semiótico de cultura, concibe al ser humano como un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido.

Robert Hodge y Gunther Kress (1988: 2) han propuesto el uso de la semiótica como una práctica analítica conveniente para los investigadores de distintas disciplinas que tratan con el problema del significado social y que requieren formas de describir o explicar los procesos y estructuras por medio de los cuales se construyen significados sociales. Un postulado general del enfoque semiótico es que cualquier elemento o relación que se da dentro de un grupo puede ser vista como una forma de comunicación con sus respectivos mecanismos de funcionamiento (Hodge y Kress, 1988: 2). Edward T. Hall (2001: 6) considera a la comunicación como el meollo de la vida social. Toda conducta, todo hecho social es comunicación (Watzlawick, Bavelas y Jackson, 1997: 50). Los bares gays, como todo fenómeno social, pueden ser

vistos como lugares donde opera cierta forma de comunicación, entendida en términos de un aparato o colección de reglas o principios (Hodge y Kress, 1988: 1), estructuras y códigos con significados situados en contextos sociales concretos (Hodge y Kress, 1988: 1-2), susceptibles de ser observados por el investigador.

La semiótica es por lo común definida conforme a los términos de Ferdinand de Saussure (1988: 42), quien, al inicio del siglo XX, vislumbró el advenimiento de una ciencia dedicada al estudio de los signos en el seno de la vida social. La definición más aceptada de semiótica la caracteriza como el estudio de los signos y de los sistemas de signos (Leeds, 1993: 6). A grandes rasgos, un signo es algo presente que evoca un algo ausente. De aquí se desprende la afirmación de que cualquier cosa puede convertirse en signo dentro de un contexto⁵ específico. Un sistema de signos, también llamado código, es la colección de signos y reglas para su uso (Leeds, 1993: 6). Conforme a la distinción establecida por Saussure (1988), cada signo se compone de dos partes para su mejor comprensión: el significado y el significante. El significante se refiere a la parte visible del signo o de alguna manera presente (como una cruz o una bandera) y el significado es la parte ausente o evocada (siguiendo los mismos ejemplos, el cristianismo o un determinado país). En otras palabras, el significante es el componente explícito de un signo, presente durante una interacción, y el significado es el elemento tácito o una presencia inmaterial; algo a la vez presente y ausente, puesto que ha sido evocado (Hodge y Kress, 1988: 17; Leeds, 1993: 9). De aquí resulta interesante, en particular, el hecho de que los signos marcan la identidad de grupo; son de utilidad para entender un proceso de identificación.

En síntesis, en una definición ampliada de identificación, nos referiremos a la adquisición y construcción de sistemas de códigos que dan sentido a las acciones de los

⁵ La noción de “contexto” se refiere al entorno o circunstancias de un suceso, acción o discurso; aquello que necesitamos saber para comprender un elemento en forma apropiada (Van Dijk, 2001: 32-33). Sin embargo, el análisis del contexto no tiene límites claros; apunta a las propiedades sociales relevantes para la comprensión de un fenómeno, pero puede ser tan complejo o limitado como la propia perspectiva del investigador (Van Dijk, 2001: 37).

sujetos. Esta es una negociación que ocurre en un espacio determinado, en este caso, el de un bar gay en la ciudad de México.

SOBRE EL ESTUDIO DE CASO: ACLARACIONES METODOLÓGICAS

En este estudio se aborda el caso de un bar gay específico, ubicado en la delegación Cuauhtémoc, corazón de la ciudad de México.⁶ En él sólo se permite el ingreso a personas del sexo masculino.

El análisis de un solo espacio se fundamenta en el concepto de microscopio social señalado por Peter Burke (2000: 55-56) como una alternativa viable dentro del análisis antropológico o histórico. El uso del microscopio social es la selección de un ejemplo individual para su estudio en mayor profundidad. Esta selección puede justificarse por el hecho de que el caso elegido representa en miniatura una situación que el investigador presupone, por otros contextos, que impera a nivel general. Por otra parte, un caso excepcional también puede ser seleccionado para su estudio, precisamente, por su relativa originalidad, pues puede revelar tensiones sociales que están presentes de manera constante pero que sólo en ocasiones se hacen visibles. En cualquier caso, como afirma Clifford Geertz (1997: 34), los hallazgos etnográficos resultan valiosos en tanto que son particulares. Su importancia radica en su complejo carácter específico y circunstanciado que, mediante criterios microscópicos, permite actualizar los megaconceptos de la teoría social y aportar descripciones útiles en la posterior construcción de una visión más amplia de los conceptos sociales.

Dado lo anterior, resulta interesante estudiar un caso particular que reúne algunas características compartidas con cualquier bar gay y otras que lo convierten en un

lugar único e interesante de abordar en un trabajo de investigación. El bar seleccionado puede considerarse representativo porque, como cualquier bar gay, a él acude gente deseosa de compartir un espacio con aquellos que considera como “iguales”, experimentando un proceso de identificación. Como en otros bares, los clientes asisten con el deseo de conseguir una pareja sexual y divertirse (o aprender a divertirse) de determinada manera. En el sitio en cuestión hay lo que puede encontrarse en cualquier bar gay: gente, música y bebidas alcohólicas. Pero, por otra parte, se trata de un lugar que también presenta ciertas ventajas en su excepcionalidad. El local está más iluminado que la mayor parte de los bares gay, lo que hace posible ver con relativa claridad lo que en él sucede a mayor distancia. El volumen de la música no es tan elevado, lo que permite establecer conversaciones esporádicas sin mayores dificultades. La distribución del espacio y el tamaño relativamente reducido del lugar facilitan seguir los pasos de algunos individuos y “vigilarlos” visualmente a lo largo de la noche para descubrir sus itinerarios. El sitio es, también, un lugar más permisivo, donde se da una mayor apertura por parte de los asistentes que no necesariamente se limitan a dar vueltas alrededor del lugar, sino que se permiten libertades que en otros bares serían impensables. El hecho de que haya un *show stripper* en el que los participantes se desnudan por completo ante el entusiasmo de gran parte de la concurrencia y de que exista un cuarto oscuro⁷ evidencian el carácter sexual de un lugar de esta naturaleza, que puede estar presente en otros bares gays pero de manera menos explícita.

Realicé un número limitado de entrevistas y cinco visitas al lugar entre los meses de enero y abril de 2003. En este sentido, me remito a la noción de representación teórica de Daniel Bertaux (1997: 142-143), quien sostiene que será suficiente el material que permita saturar los tópicos planteados por el investigador y los procesos que se desea abordar sin importar el número de entrevistas o el tiempo invertido en el trabajo de campo. Siguiendo a Geertz (1997: 33), es posible sostener que el lugar de

► 143

⁶ En la redacción de este artículo se ha preferido omitir el nombre del establecimiento, así como la mención de datos que pudieran evidenciarlo. Dicha información resulta irrelevante para los asuntos que el trabajo busca iluminar. El bar seleccionado es, inevitablemente, representativo del tiempo y lugar histórico en los que se encuentra anclado, una muestra de los procesos de identificación gay que se viven en la ciudad de México al inicio del milenio.

⁷ “El ‘cuarto oscuro’ es un espacio sin luz dentro de una discoteca o bar gay en el que los hombres gays establecen encuentros sexuales anónimos” (Hernández, 2001: 92).

estudio no es el objeto de estudio. No es la mayor permanencia en un lugar lo que garantiza el éxito de la investigación, sino las observaciones del investigador y su inserción en un aparto teórico explicativo. De esta manera, la apuesta del presente análisis es por el entramado teórico y su correlato empírico.

Para lograr un mejor control en cuanto a las entrevistas, tal y como lo sugiere Bertaux (1997: 143), antes de realizarlas procuré que los informantes ilustraran casos distintos o, hasta cierto punto, opuestos. *Manuel*,⁸ un informante privilegiado de 41 años de edad, pertenece a un círculo de amigos que acude al bar seleccionado varios días de la semana y, por tanto, es conocedor de muchas de sus particularidades. *Jaime*, de 37 años, realizaba sus primeras visitas al lugar, por lo cual aportó una visión de asombro, enriquecida por un cierto extrañamiento respecto a las situaciones vividas dentro del sitio. *Arturo*, un cliente regular de 30 años, algo avergonzado por sus experiencias en el lugar, sólo permitió la entrevista por confiar en la seriedad del estudio. *Enrique*, de 29 años, frecuenta con regularidad el bar —al que considera su favorito— en compañía de sus amigos y se permitió hablar con gran franqueza de sus vivencias dentro del mismo. *Raúl*, de 33 años, visita el centro nocturno con mucha frecuencia —al menos una vez por semana—, sintiéndose particularmente atraído por el cuarto oscuro. Cabe aclarar que, además de estas entrevistas, resultaron útiles otros comentarios vertidos dentro del bar por sujetos con los que tuve la oportunidad de conversar.

SOBRE EL ESTAR ALLÍ: ESPACIO Y TIEMPO

El lugar seleccionado cuenta con ciertas particularidades, según la descripción de sus clientes. Éstas lo hacen distinto de otros bares y le dan un atractivo especial. Ofrece un *show stripper* en el que los bailarines se quitan la ropa por completo, películas pornográficas exhibidas en cuatro televisiones de forma simultánea y un cuarto

oscuro. Como reconocen los asistentes, estos elementos incitan al sexo.

Para quienes llegan al establecimiento en automóvil, el bar cuenta con servicio de *valet parking*. En la misma cuadra hay dos estacionamientos públicos en los que es posible dejar el coche hasta altas horas de la noche. Una placa de la entrada indica el nombre del lugar y aclara que en este sitio no se discrimina a nadie, ni se impide el acceso por motivos raciales, religiosos o relacionados con la edad, orientación sexual o situación socioeconómica. Sin embargo, como ya ha sido expuesto, no se permite el acceso a mujeres.

El proceso de entrada es rápido y ordenado mediante una fila de ingreso. El boleto de entrada o *cover* (como es llamado por clientes y empleados del lugar) cuesta 80 pesos (aproximadamente ocho dólares estadounidenses en el momento de realizar la investigación; esto es, entre enero y abril de 2003) con derecho a dos cervezas o una sola bebida a solicitud del consumidor. Para atraer a la clientela, los martes hay barra libre de cerveza.

El área del lugar tiene una forma rectangular, de 5 metros de ancho por 25 de largo. Se trata de un bar estrecho, como un largo pasillo que conduce a un cuarto oscuro y un baño, al fondo. Esta situación hace que, con tan sólo requerir del uso del baño, los clientes se vean obligados a transitar a la vista de todos, y también muy cerca de los demás, pues no hay espacio para elegir entre varias rutas posibles.

Existe un gran movimiento de gente dentro del bar por la falta de sitios para sentarse. Hay unas pocas sillas al fondo del lugar más los bancos de la barra. Sin embargo, los sujetos pueden recargarse, estando de pie, en un barandal que cruza al bar de un extremo a otro desde la entrada al baño. *Jaime* considera que este elemento es “una cosa muy buena del lugar, pues por estar dividido por una barra central, en donde todos podemos recargarnos, inmediatamente se establece un juego de miradas”. Los clientes también pueden recargar los codos en la barra de bebidas o en la tarima de los *strippers*.

Desde la entrada y hasta el baño, el recorrido inicia de la siguiente manera: a la izquierda, la barra. Unos metros más adelante, a la derecha, la tarima de los *strippers*, aunque también la barra es utilizada como tal. Unos metros

⁸ De aquí en adelante utilizaré un seudónimo al referirme a los sujetos relacionados con el bar estudiado.

más, del lado izquierdo, se encuentra la única mesa disponible, una estructura metálica y fija. Al fondo está el baño, pero para llegar hasta él es necesario pasar por el cuarto oscuro, lugar de encuentros sexuales. Ante la necesidad de ir al baño, se está obligado a pasar por este sitio, aunque no se desee participar en las prácticas sexuales que allí ocurren. Si bien el cuarto oscuro puede estar, como su nombre lo indica, ausente de luz, es fácil encontrar la puerta del baño ya que este sitio se encuentra más iluminado.

Los techos del local son altos. Es muy visible la existencia de cuatro arcos ojivales. A los costados, pegadas a la pared, cuatro televisiones (dos de cada lado del bar) exhiben películas pornográficas gays, en las que sólo participan sujetos de sexo masculino. Se trata de la misma cinta, exhibida de manera simultánea en las cuatro televisiones, en una transmisión constante. Tras una película inmediatamente inicia otra. Estas pantallas, como los *strippers*, son uno de los centros de atracción de miradas del bar. Las películas pornográficas, el *show stripper*, la disponibilidad de muchos clientes para el encuentro sexual, la existencia de un cuarto oscuro y el alcohol son elementos que excitan a los clientes.

La música se añade como factor estimulante, capaz de producir una suerte de euforia o embriaguez, de hacer que la gente sienta "más", vibrar y aumente sus sensaciones inmediatas (Lipovetsky, 2000: 22-23). En el bar se escuchan principalmente grandes éxitos de música pop en inglés como "Go West" (Pet Shop Boys), "Die Another Day" (tema de Madonna muy popular durante esos meses), "I Love Rock and Roll" (en la versión de Britney Spears), "Not Gonna Get Us" (de T.A.T.U., que en las semanas de trabajo de campo se encontraba en los primeros lugares de las listas de popularidad), "S Club Party" (S Club) y, a altas horas de la noche (esto es, después de las tres de la mañana), algunos temas de música disco como "I Will Survive" de Gloria Gaynor. Como signo, la música disco evoca la época dorada gay de la década de 1970 y es de manera común asociada a los espacios de sociabilidad gay, así como a personas de orientación homosexual.⁹ Según sugiere Teun A. van Dijk (2000: 158)

la identificación incluye este tipo de elementos históricos, que se convierten en símbolos de la identidad de un grupo.

Algunos clientes disfrutan que el volumen de la música no resulte tan elevado en el local descrito y que se escuche música distinta a la tecno, la más popular en los otros bares gays de la ciudad. Por otra parte, la clientela ubica con facilidad el hecho de que la música de ópera siempre antecede a la actuación de los *strippers*, por lo que muchos proceden a acomodarse en algún sitio adecuado para verlos cuando la escuchan.

En cuanto a los usos del espacio, la situación de los clientes se ve determinada por la nutrida concurrencia que asiste al lugar. Conforme avanza la noche llega un número cada vez mayor de sujetos, hasta que caminar de un lado al otro del bar se torna difícil. En noche de buena afluencia, entran al bar entre 200 y 300 personas, cifra que constituye una gran población para lo reducido del lugar y que justifica el interés de la administración por construir un segundo piso. Los viernes y sábados son los días en que asiste un mayor número de gente. También se registra un importante número de clientes los martes, cuando hay barra libre de cerveza. El lugar resulta menos visitado lunes, miércoles y jueves, a menos que haya un día festivo o periodo vacacional, y los domingos permanece cerrado.

En general, los clientes están acostumbrados a que el bar se llene. Una vez que esto sucede, resulta difícil desplazarse de un lado a otro del lugar ante lo saturado del espacio, y el contacto físico se vuelve inevitable al caminar o pedir el paso con el fin de dirigirse a algún punto específico, como la barra o la tarima de los *strippers*. La fila del baño se torna más larga por lo que es necesario permanecer en el cuarto oscuro antes de ingresar a él, lo que expone a los clientes a algún contacto dentro del lugar. La barra se llena y quienes la atienden pueden tardarse en

► 145

ciudad de Nueva York. Durante la primera mitad de la década de 1970, los primeros éxitos de la música disco se escucharon con fuerza en las emisiones radiales estadounidenses y los centros nocturnos. La música disco, que glorificaba el sexo y la sensibilidad con letras irrelevantes y un ritmo hecho para bailar, ha sido muy bien recibida en los bares gays desde entonces (Miller, 1995: 427).

⁹ Hay quien afirma que la música disco surgió en los bares gays de la

satisfacer la gran demanda de alcohol, mientras que la espera y cercanía entre los clientes facilita un comentario casual, probable inicio de una conversación. Dado el movimiento de gente y lo limitado del espacio, es inevitable que se produzcan ciertos contactos físicos sin que la mayoría se queje por las condiciones de hacinamiento. Al contrario, ésta puede ser la oportunidad de estar (inevitablemente) cerca de la persona deseada.

Como expresó Manuel el 1 de febrero de 2003, el espacio admite una mayor o menor agresividad, en términos sexuales, según la cercanía con la puerta o el cuarto oscuro. En la puerta se aceptan miradas y conversaciones casuales. En el centro del bar las miradas son más insistentes y los acercamientos entre los individuos son abiertos y explícitos. Cerca del cuarto oscuro, muchos esperan a alguien con quien tener un acercamiento físico y se puede conseguir un encuentro sexual con gran rapidez.

En la barra, en general, es fácil entablar una conversación o hacerle un comentario casual al sujeto que se encuentra en el lugar contiguo. Esto hace de tal punto un sitio adecuado para conocer a alguien. Algunas personas se dedican a platicar por un largo rato en la barra, cómodamente sentadas y animadas por alguna bebida. En el extremo opuesto de la misma, los sujetos están más cerca de la tarima de los *stripers* y más orientados hacia el centro del local. La tarima de los *stripers* genera expectación entre los clientes, que suelen preguntarse a qué hora inicia el siguiente espectáculo. El *show* tiene lugar sobre el estrado, aunque algunos bailarines luego se trasladan a la barra para beneplácito de los clientes que se encuentran en ese sitio. Cerca del cuarto oscuro, miradas expectantes buscan descifrar si alguien se dirige hacia el baño o está dispuesto a perderse en la oscuridad por un rato. En palabras de Manuel, "muchos de los que están en esta zona buscan ubicar a alguien de su agrado e ir tras él en el cuarto oscuro". La visión de Jaime coincide con esta observación: "Sí, creo que la gente que está tratando de ligar desesperadamente está hasta el fondo, cerca del cuarto oscuro, tratando de ver con quién se meten."

El cuarto oscuro del bar tiene un solo foco. No siempre está tan falso de luz, aunque es difícil reconocer el rostro de otra persona a menos que se esté a una distancia

muy cercana. Si el individuo se ubica en la pared del foco, al final del cuarto oscuro y cerca de la puerta del baño, el reflejo no permite que se vea su cara. Si se ubica en el lugar contrario, en la pared que limita con el bar, la luz ilumina un poco mejor sus facciones. Por tanto, es posible recargarse en la pared del foco si sólo se desea ver lo que ocurre, evitando un posible diálogo de miradas.

El cuarto oscuro tiene dos lugares que facilitan, aún más, los encuentros sexuales. El primero es el baño de mujeres, al fondo a la derecha. Por ley, todos los establecimientos deben tener un baño para cada sexo. Por esta razón, aunque no se acepte la presencia de personas del sexo femenino, el sitio cuenta con un pequeño baño de mujeres que, en la práctica, puede ser utilizado por algunos clientes para tener relaciones sexuales. Sin embargo, no hay privacidad, pues la puerta tiene una ventana por la que los demás pueden asomarse para ver qué ocurre dentro del lugar. Además de este espacio, existe un rincón al fondo del bar que también permite que se den encuentros en relativo aislamiento del resto del cuarto oscuro. De cualquier forma, muchos clientes se involucran en diversas prácticas sexuales, recargados en las paredes o al centro del cuarto oscuro, frente a todos.

Los horarios extremos son "la hora de barrer", en palabras de Manuel, y la hora "de las compras de pánico", según la define Enrique. La primera expresión se refiere a llegar al bar demasiado temprano, antes de la once y media de la noche, cuando hay muy poca gente y la mayor parte de los clientes tiene escasa disponibilidad para interactuar con los demás. La segunda expresión se refiere a lo que ocurre en el sitio después de las tres de la mañana, cuando algunas personas desean un encuentro sexual y, animadas por el alcohol y el decreciente número de candidatos posibles, deciden bajar sus exigencias y acercarse a quien les parezca menos desagradable.

Alrededor de las doce de la noche, en ocasiones 15 ó 20 minutos antes de la medianoche y algunas veces hasta media hora después, se presenta el primer espectáculo *stripper*. Usualmente sólo uno o dos bailarines participan en él. Conforme pasa el tiempo y el lugar se encuentra más lleno, un mayor número de bailarines se involucra en el espectáculo. Una vez que ha dado inicio el primer *show*, los *stripers* continúan apareciendo cada media

Duilio Rodriguez / La Jornada



Inundaciones por las fuertes lluvias en la carretera de Toluca, junio de 2000.

► 147

hora, con una actuación de 15 minutos como máximo o lo equivalente a tres canciones. Mientras dura el espectáculo se da una cierta inmovilidad de la concurrencia pues gran parte de los clientes se dedica a observar a los bailarines en turno.

El lugar comienza a llenarse en forma exponencial y a las dos de la mañana está completamente saturado. Alrededor de estas horas suele darse el momento máximo de la actuación de los *strippers*, cuando seis o siete de ellos pueden participar en la misma presentación de forma simultánea. En estos momentos ya son visibles los efectos del alcohol en muchos clientes que se acercan a desconocidos de manera más espontánea; suelen tener los ojos vidriosos, articulan sus palabras con mayor dificultad, tropiezan con frecuencia al caminar, se desprenden de su abrigo o camisa, abrazan o besan a quien acaban de conocer y bailan alegremente, en ocasiones moviéndose con poca coordinación o extrema rudeza.

El cuarto oscuro está cada vez más lleno y muchos sujetos se involucran en prácticas sexuales con mayor facilidad. Este nivel de entusiasmo se mantiene hasta las tres de la mañana, en que continúa la actuación multitudinaria de los *strippers* y el bar sigue lleno.

El alcohol parece ser un elemento importante en la conducta de los sujetos, pues conforme avanza la noche y es visible el estado de ebriedad, un mayor número de gente se involucra en diversas prácticas en el cuarto oscuro, se anima a acercarse a desconocidos, interactúa con mayor soltura con los *strippers* y pide bebidas con mayor frecuencia. Los clientes suelen ingerir cantidades importantes de alcohol pues éste facilita la desinhibición. En la visión de Arturo, “el alcohol te permite relajarte, desinhibirte, bailar sin estar pendiente de quién te está viendo, abordar a alguien y demás [...] también te anima a dejarte llevar por la calentura, aflojar, meterte con uno, dos o tres, hacer cosas que quizás no deberías y bajarte los calzones”.

EL PROCESO DE IDENTIFICACIÓN: LENGUAJE NO VERBAL

El lenguaje no verbal es un acto creativo, una negociación entre seres humanos que no puede medirse de manera exacta (Davis, 2000: 29). Al referirnos a esta faceta de la experiencia humana no puede pensarse en un significado único (Knapp, 2001: 11). A este dominio lo caracteriza la sutileza y la ausencia de reglas explícitas de comunicación (Knapp, 2001: 16). La comunicación corporal es difícil si no se conocen los códigos de un espacio específico. Quien, en cambio, sabe moverse conforme a éstos, desempeña un rol aprendido que llega a ser una segunda naturaleza, parte integrante de la personalidad (Goffman, 1997: 31). Mientras se encuentra en presencia de los otros, por lo general, el individuo dota a su actividad de signos que destacan y presentan hechos confirmativos que de otro modo podrían permanecer inadvertidos y oscuros. Si la actividad del individuo ha de ser significante para otros, debe movilizarla de manera que durante la interacción exprese lo que él desea transmitir (Goffman, 1997: 42).

148 ◀

Un primer ejemplo de lo anterior es que algunos sujetos que asisten al bar portan un símbolo conocido por todos dentro del lugar: la bandera gay.¹⁰ Hay quienes la llevan al cuello, otros en un estampado en la camisa o como muñequera. En cualquier caso, se trata de un signo que indica la pertenencia a un grupo específico del cuerpo social. Como tal, la bandera gay participa en la creación de un sentimiento de pertenencia a un grupo y expresa una identidad subyacente abstracta (Van Dijk, 2000: 158), compartida por quienes acuden al lugar. Dentro del bar confirma el hecho de que se es gay y, por tanto, apunta hacia la posibilidad de un encuentro.

“Ligar” es un término utilizado de manera común por los clientes del lugar que se refiere, en este caso, al coqueteo que se establece entre dos hombres gays. “El ‘ligue’

puede ir desde un encuentro físico pasajero colmado de abrazos, besos y caricias, hasta un encuentro sexual que puede derivar en una relación de pareja. Un ‘ligue’ también hace referencia a la persona con la que se ha establecido ese tipo de relación” (Hernández, 2001: 75). Precisamente, uno de los atractivos de los bares gays es que en ellos se da la posibilidad de ligarse a alguien para un encuentro efímero o con la expectativa de lograr algo más a futuro, esto es, conseguir pareja (List, 2001b: 135).

A decir de algunos entrevistados, éste es el principal motivo para asistir a un bar gay donde, en la voz de Jaime, la gente “va, en primer lugar, a ligar. Segundo, a ligar. Y tercero, a ligar, a tomar la copa y pasar un buen rato.” La particularidad de este sitio radica en que dentro del mismo establecimiento los clientes pueden, como señala el mismo Jaime, “tener ligues instantáneos” ya que “te ahorrás el que después tengas que ver a alguien, o que le tengas que invitar a tomar un café, o que lo tengas que llevar a cenar para poderte acostar con esa persona, porque allí mismo tienes dónde”. Raúl coincide con este punto de vista cuando afirma: “Antes que nada el cuarto oscuro, faje, beso, cachondeo, sexo hasta donde los dos quieran. Ya si haces buen *click* en el sexo, si te sientes bien con el sexo, le preguntas cómo se llama. Cuando igual y ya hasta cogiste, te sales a platicar y tomar la copa.”

Ya que ligar es tan importante dentro del bar, resultan cruciales los códigos de aceptación y rechazo en la interacción que se da entre sus clientes. Desde la entrada, es muy evidente la ola de miradas que revisan a cada nuevo personaje que cruza la puerta y que se hace visible dentro del lugar como un nuevo candidato para ligar. Las señales más comunes y eficaces para lograr un acercamiento son miradas prolongadas a los ojos del otro. De igual forma, la mejor manera de evadir una posible interacción es mirar hacia el sitio opuesto del sujeto interesado, evitando el contacto visual. Según lo explica Raúl, “si alguien me quiere ligar afuera, no le hago caso, veo para otro lado, no lo invito a que se acerque. Sólo si insiste le dejo claro: no me gustas”. En cambio, sostener la mirada da lugar a sonrisas y un posible acercamiento. En la experiencia de Jaime, “lo más importante para ligar es dedicar miradas. Ver a alguien a los ojos es una forma de indicar disponibilidad”.

¹⁰ Al final de la década de 1970 fue creado este símbolo. La “bandera del arcoiris” (*rainbow flag*), diseñada en 1978 por Gilbert Baker para la marcha del orgullo gay en San Francisco. Tiene seis franjas horizontales de color rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul y morado (Stryker y Van Buskirk, 1996: 70).

Las pantallas que exhiben películas pornográficas también pueden ser utilizadas como un medio de ligue. Un sujeto que aparentemente está viendo la película en cuestión, de pronto lanza una mirada al sujeto del deseo. La mirada va de la pantalla de televisión, con escenas eróticas, a los ojos del otro, acompañada de una sonrisa, y el mensaje parece ser bastante claro como para abrir la puerta a un acercamiento. José María, a quien conocí la noche del 29 de marzo, afirma que este recurso, “es una buena forma de ligar, porque en cualquier momento otro tipo pone interés en la misma pantalla y es fácil que se crucen las miradas [...] y de ahí es fácil acercarse a platicar”.

Tal y como pude observarlo, y como fue expuesto por los clientes frecuentes del lugar, llevar la camisa abierta o portar ropa ajustada constituye una forma de ligar. Una playera pegada al cuerpo o una camisa sin abrochar constituyen un signo, algo presente que evoca un ausente: la disponibilidad de encontrarse con alguien. Como se ha mencionado, la comunicación no verbal es un terreno resbaloso, donde es imposible transmitir significados de manera contundente. Alguien podría llevar una camisa desabotonada por coincidencia o accidente, de manera inconsciente o porque así se viste a diario. Sin embargo, cualquiera que haya sido la razón, quien la use no podrá evitar moverse en un sistema de significantes, en un contexto que posibilita a otros leer un indicio, en este caso, la disponibilidad para un encuentro sexual. El proceso de familiarización con estos detalles específicos, de aprender a portar el atuendo adecuado, de saber moverse en un lugar, es parte importante de pertenecer a un grupo. Quien haya vivido este proceso de identificación coincidirá con el comentario que Juan Carlos, un cliente asiduo del local, hizo la noche del 18 de enero de 2003: “Aquí, enseñar es la mejor forma de ligar.”

En cuanto al ligue, tornarse más atractivo es crucial. Muchos de los asistentes se dedican a posar con el fin de lograr una buena impresión en los demás. Elizabeth Anne Wood (2001: 21) define a esta práctica como una forma intencional de transmitir una imagen a los otros. Por supuesto, hay distintas formas de posar. En cuanto a la más adecuada, Manuel, quien se considera un experto en cuanto a todo lo que a este bar se refiere, admite que

no hay recetas: “Algunos venden cuerpo, otros cara; la cuestión es creérselo, tener una actitud de ‘soy guapo’ y que uno se crea su propia actitud.” Tal y como afirma Erving Goffman (1997: 26-27), en una actuación el individuo se presenta a los otros de una manera que considera adecuada para una situación específica, e intenta controlar la impresión que reciban de él. Jaime afirma que para causar una buena impresión en cualquier bar gay, lo más efectivo es bailar, cantar fragmentos de las canciones que toquen y, en general, dar la impresión de querer divertirse pues para eso (se supone que) uno asiste a esta clase de lugares.

Todos estos aspectos relacionados con la actuación de los sujetos apuntan hacia otro tema: el de la disciplina, particularmente visible en cuanto a la indumentaria. Como destaca Goffman (1997: 39), a todos aquellos comprendidos en una determinada categoría se les permite u obliga a mantener la misma fachada social. Ésta corresponde a una suerte de estereotipo que se crea respecto a la imagen que debe presentar una cierta clase de personas. Así, una fachada social tiende a institucionalizarse en función de las expectativas abstractas a las cuales da origen y tiende a adoptar una cierta estabilidad. Cuando alguien adopta un rol social establecido descubre, por lo general, que ya se ha asignado una fachada particular. La disciplina mediante la que se construye dicha fachada incluye el uso de artefactos u objetos que pueden actuar como estímulos no verbales: la ropa, el perfume o las gafas (Knapp, 2001: 25). Ésta es muy visible en cuanto a la indumentaria. Como ha notado Mauricio List (2001b: 147), en las discotecas la mayoría de la gente acude con un atuendo especialmente seleccionado para la ocasión con el fin de lograr un particular efecto en los demás.

En el bar abordado, la mayor parte de los asistentes usa pantalones de mezclilla con camisas, playeras o camisetas ajustadas. Algunos prefieren lucir sus cuerpos de gimnasio mediante camisetas sin mangas. También es frecuente el uso de ropa deportiva, lentes oscuros y tenis, como si se estuviera a punto de acudir al gimnasio o se hubiera salido de él hace poco. Es evidente el deseo de los clientes por presentar un aspecto agradable. En muchas ocasiones, los hombres de 40 ó 50 años visten igual que los más jóvenes: jeans, camisetas muy ajustadas, ca-

chuchas, tenis y playeras rojas, con rayas blancas, en perfecta combinación.

La indumentaria deportiva da un aspecto saludable y de cuidado físico, altamente valorado en la actualidad. A la vez, ciertas prendas de vestir simbolizan una juventud ausente, no sólo en el plano significante. En este sentido, Lynne Luciano (2001: 10-11) sostiene que el interés por verse joven es una herencia de la década de 1960. Desde entonces, muchos adultos buscan permanecer físicamente en la adolescencia aún cuando hayan rebasado con mucho esa edad.

Además de intentar verse jóvenes, los clientes del lugar destacan la importancia de presentar una apariencia física masculina. Con esto, se refieren a la no utilización de prendas de vestir hechas para mujeres, accesorios o maquillaje. En palabras de Arturo, “lo más importante es verse masculino. Tienes que ser varonil, sí. O sea, nunca he visto ahí nadie estiloso afeminado como un travestí o algo así. Se necesita ser hombre y varonil”. Acorde con esto, Raúl señala que quienes se atreven a lucir un aspecto considerado femenino enfrentan el rechazo: “Para entrar al lugar tienes que ir masculino: o sea, jeans, una camiseta, puedes ir de suéter, de traje (si vienes saliendo de trabajar), pero no vas a ver a alguien con un vestido; nunca alguien que traiga así un abrigo de piel, que el otro día entró uno y sí, fue *muy* mal visto.”

Como se ha dicho, el objetivo fundamental de lograr una imagen adecuada es el de tornarse atractivo. En este contexto, la belleza física es de suma importancia, y los sujetos asumen que ésta es un valor fundamental. Esto, por supuesto, no es privativo de los bares gays. Luciano (2001: 12) afirma que la imagen de las mujeres como objeto sexual se ha expandido, en un proceso ascendente, a partir de la década de 1950. Por tanto, todos nos hemos convertido en objetos para ser vistos. Esto ha originado que los hombres, de cualquier orientación sexual, se preocupen de manera creciente por su apariencia física. Como observa List (2001b: 154), en las discotecas gays se dan actitudes de competencia y presunción en cuanto a la belleza física.

La cuestión de la belleza tiene que ver, en principio, con ciertas características físicas. Éstas son consideradas por Mark L. Knapp (2001: 24) como parte importante

de la comunicación no verbal, aunque se trate de cosas que se mantienen relativamente estáticas durante períodos importantes. Sin embargo, es difícil establecer los límites de qué es considerado como bello. Si bien Manuel señala la importancia de tener una actitud de “soy guapo” dentro del bar, evidentemente tampoco está del todo claro a quién puede dársele este calificativo, quién puede considerarse agraciado o no. Aunque, por otra parte, podría hablarse de un consenso de miradas que señalan hacia una dirección en un determinado momento. En palabras de Enrique, “claro, ser guapo es importante, y el cuerpo y el *outfit* que lleves [...] hay diferencias de opiniones, pero ser considerado feo debe ser difícil; que no te volteen a ver, que no te sonrián en la puerta, que no te pelen”. Raúl añade algo a esta explicación, mostrando que si bien no hay una forma de determinar claramente quién puede ser considerado guapo, el tema es relevante para los clientes del lugar: “Claro que importa ser guapo. La cara y el cuerpo. Es relativo, pero importa que te consideren algún tipo de guapo [...] hay que tratar de verse bien.”

Dado que los usos del cuerpo descritos suelen tener como corolario una interacción sexual, es necesario reconocer que un importante número de asistentes se involucra en diversas prácticas riesgosas —con la consiguiente posibilidad de adquirir VIH-sida— durante sus incursiones en el cuarto oscuro. La concurrencia suele evadir el tema si se intenta sacarlo a flote dentro del bar, pues quizás podría ensombrecer las perspectivas de una noche de diversión. Según Manuel, dentro del cuarto oscuro hay quienes “se cuidan” (esto es, quienes usan condón en caso de involucrarse en una práctica penetrativa) y quienes no lo hacen. Por supuesto, no todos los clientes tienen relaciones sexuales dentro del lugar. Muchos de ellos sólo realizan sexo oral y confían en los reportes médicos que califican a esta práctica como de muy bajo riesgo aunque, claro está, se exponen a otro tipo de enfermedades de transmisión sexual. Como puede verse, una de las características del cuarto oscuro del sitio en cuestión es la falta de prevención que en él se da. Una posible interpretación es que, a pesar de que un sujeto gay haya asumido su condición, en él suele estar presente un componente de homofobia internalizada difícil de desplazar, producto de la propia educación de género

y del rechazo hacia expresiones de la diversidad sexual (List, 1999: 317-18). Como parte de esta problemática puede darse un autocastigo por el que algunos individuos se exponen a infectarse de diversas enfermedades. Cabe señalar que, aun tratándose de un lugar con las características hasta ahora señaladas, no existe la posibilidad de adquirir condones. Algunos clientes expresan que éstos deberían de regalarse dentro del establecimiento, en un gesto de corresponsabilidad en la prevención de las enfermedades de transmisión sexual.

EL PROCESO DE IDENTIFICACIÓN: LENGUAJE VERBAL

El habla es una de las formas más elaboradas de comunicación que poseen los seres humanos (Hall, 1990: 52). Cada palabra puede ser vista como un signo que cobra sentido dentro de un código por el que determinada lengua hace posible combinar palabras y estructuras gramaticales para crear significados (Leeds, 1993: 14). El uso de las palabras no es inocente (Grijelmo, 2003: 179). Cada una de ellas es empleada en una situación específica y es sintomática del entramado de relaciones que se tejen en un lugar y en un tiempo determinado.

Teun A. van Dijk (2001: 22) sostiene que los usuarios del lenguaje utilizan activamente los textos y el habla no sólo como hablantes, escritores, oyentes o lectores, sino también como miembros de categorías sociales o grupos. Como partícipes de una identidad social que se construye y exhibe mediante el lenguaje.

Los seres humanos hablan como miembros de un grupo y desde los lugares que frecuentan (Van Dijk, 2001: 59). Al hablar del bar analizado, los clientes se refieren a él como un “bar gay”; un establecimiento que pertenece a una clase específica de espacios que, como se ha señalado (Achilles, 1998), han emergido a consecuencia de un determinado proceso histórico y constituyen lugares de encuentro y socialización para un determinado grupo dentro del cuerpo social. Quienes frecuentan el sitio lo caracterizan como asociado al placer pues señalan que a él acuden para “divertirse”, “pasar muy buenos ratos”, “disfrutar de la cachondería” y “dejarse llevar por la calentura”.

Tales términos aluden a la sexualidad ya que, como se ha visto, el ligue es un elemento central de este espacio.

Los individuos que asisten al bar y no participan de las prácticas sexuales que tienen lugar en el cuarto oscuro son a menudo definidos por los otros como “puritanos” o “monjas”. Por el contrario, quienes se involucran en encuentros sexuales, se refieren a ellos con un sentido lúdico; hablan de “ir a jugar un rato”, “divertirse, pasarl bien o (simplemente) estar con alguien”, “revolcarse”, “aflojar” o “tener un encuentrito”, expresión que alude a lo efímero de las relaciones que suelen establecerse en el lugar. De manera más clara o específica, los clientes del local hablan de “tener sexo”, “ir al sexo [en el cuarto oscuro]”, “fajar” o “coger”.

Debido a que uno de los atractivos del bar es la posibilidad de que ocurra un encuentro, muchas veces sexual, entre los asistentes, el agrado o desagrado que los otros puedan causar desempeña un papel central en las conversaciones que dentro del lugar y sobre el lugar se establecen. Los calificativos hacia otras personas muestran una escala por atributos en la que resulta importante lo mucho o poco atractivo que pueda ser considerado un individuo. De lo más valorado a lo más despreciado, se utiliza una serie de palabras para describir a los otros. Del sujeto considerado físicamente agraciado se dice que es “guapo” o “guapísimo”, que “es unorro”, “un papito”, “está divino” o “está rey”. De un hombre que se considera de medianos atributos se dice que “está mono”, “tiene lo suyo”, “no está mal”, “está pasable” o “aguanta”. Mientras que de un hombre poco agraciado se dice, simplemente, que “está feo” o “re-feo”. Tal comentario suele ir acompañado de commiseración al añadírselle la palabra “pobrecito”.

Además de la evaluación de conjunto, pueden emitirse comentarios sobre aspectos más específicos del cuerpo del otro. En sentido positivo: “tiene una súper cara” o “qué cuerpazo”. En sentido negativo: “tiene cuerpo de tentación y cara de arrepentimiento”, “quedaría bien con un trasplante de cabeza” o “está pateado” (esto es, tiene nalgas muy pequeñas). De alguien que resulta atractivo puede decirse que “está rico” o “es sexy”. Mientras que de alguien que resulta desagradable pueden destacarse todos los detalles que son negativamente valorados dentro

del lugar por distintas razones, como el físico (“está panzón”) o la edad (“está bien ruco”).

Siguiendo a Teun A. van Dijk (2001: 34), es posible afirmar que el uso de un determinado lenguaje está marcado por su pertenencia a un determinado espacio. Algunas palabras cobran sentido en un ambiente apropiado, en este caso, el de un bar gay. Jan Renkema (1999: 67) define al lenguaje asociado con un determinado lugar como institucional. Esta postura coincide con el trabajo de Nancy Achilles (1998), quien se refiere a los bares gays como instituciones donde se aprende a ser de una determinada manera, cosa que incluye lenguajes institucionalmente determinados.

El uso de la palabra “gay” dentro del bar abordado es el ejemplo más obvio del lenguaje asociado a este espacio. El término fue acuñado en Estados Unidos y comenzó a difundirse en México durante la década de 1970 (Murray, 1995), sustituyendo a términos peyorativos asociados a las prácticas homosexuales y la categoría “homosexual”, de connotación médica. El término “gay” es

preferido por los clientes del lugar como autodesignación. El término opuesto es el de “buga”, de origen incierto, que en México “se utiliza para designar a las personas heterosexuales” (Hernández, 2001: 78). Los clientes del local emplean esa palabra para referirse a la mayor parte de las personas con las que conviven en su vida cotidiana y que, durante su estancia en el bar, pertenecen al ámbito del afuera puesto que las características del lugar hacen difícil que un hombre no homosexual se aventure a visitarlo, pues se encontraría demasiado expuesto a ser abordado, e incluso tocado, por otros clientes.

Una gran cantidad de metáforas son utilizadas por los clientes del bar para expresarse. La metáfora es un recurso muy común en la vida cotidiana. Jan Renkema (1999: 134) la define como “una forma del lenguaje figurativo en la cual un objeto o concepto se denota por medio de otro objeto o concepto. Esta asignación de un objeto o concepto a otro tiene lugar a partir de ciertas similitudes entre ambas”. Al referirse a la acción de ligarse a otra persona, ya sea en el cuarto oscuro o en el bar, la concurren-



Carlos Cisneros / *La formula*

Supercarretera México-Puebla, valle de Chalco, junio de 2000.

cia utiliza los términos “cazar”, “acechar”, “atacar” o “conquistar”. Si bien este último tiene una connotación más romántica que alude a la posibilidad de continuar con una relación orientada hacia el futuro y no sólo a un encuentro fugaz, como los que imperan en el bar, el conjunto de términos alude a una situación violenta, asociada a la guerra o la cacería, por la que un sujeto impone su voluntad a otro, sin tomarlo en cuenta.

En cuanto al acto de presentarse a los otros y resultar lo más atractivo posible, se utiliza un lenguaje comercial o mercadológico que se refiere a los individuos como si se tratara de objetos. Se habla, entonces, de la necesidad de “vender” una determinada imagen: “vender cara”, “vender cuerpo”, “vender la idea de que se es guapo o sexy”. También se habla de la necesidad de “promocionarse” o “promoverse” de manera efectiva con el fin de ligar, mediante el atuendo o la actitud adecuada. O bien, se exhorta a los otros a “mostrar la mercancía”, esto es, su anatomía, para resultar más atractivos.

Otras metáforas comúnmente utilizadas aluden, por supuesto, a las características físicas de los asistentes. Como se ha expuesto, de un sujeto considerado agradable se dice que es “un rey”, “un papito”, “un forro” o “un camión”. En contraste, de un individuo considerado desagradable pueden destacarse cuestiones relacionadas con el exceso de peso y decirse, “es un *boiler*” o “un tambo”. Pueden mencionarse asuntos relacionados con el hecho de que tenga un cuerpo falto de formas y exclamarse, “tiene cuerpo de mago (nada por aquí, nada por allá)”. O también pueden señalarse defectos asociados a la mala elección de la indumentaria mediante la expresión “parece piñata”, que se refiere al hecho de que el sujeto en cuestión desconoce los códigos que le posibilitarían vestirse de una forma considerada adecuada y de buen gusto. Por su parte, la expresión “parece tamal mal amarrado” sugiere que la persona descrita porta un atuendo demasiado ajustado para su figura o ha incurrido en una combinación de ropa poco afortunada que, en lugar de favorecerle, destaca sus puntos débiles. En cuanto a una cirugía mal lograda o demasiado evidente, suele recurrirse a metáforas que emplean como figura a personajes públicos (principalmente cantantes o actores de televisión) que, se presume, han recurrido al bisturí con consecuen-

cias consideradas notorias. Por ejemplo, se dice que cierta persona tiene “nariz de Lucía Méndez” o “traseros de Víctor Noriega”. También puede exclamarse: “¡pobre cuate, le aplicaron la de Verónica Castro!”

Otra situación muy común es el uso de términos en inglés por parte de los clientes del bar. En el contexto de la globalización de las identidades sexuales que ha sido descrita por Dennis Altman (2001), en la ciudad de México se ha difundido el término “gay”. Pero quienes asisten al bar van mucho más lejos y, dentro de su conversación, utilizan una gran cantidad de palabras en inglés. Algunas de ellas se refieren a elementos eminentemente constitutivos del bar en cuestión. El boleto de entrada es llamado *cover*; los bailarines que se desprenden de su ropa, *strippers*; los sujetos que atienden la barra, *bar-tenders*; y a una bebida, en general se le nombra *drink*. Para referirse a asuntos relacionados con la apariencia física, se utilizan las palabras: *look*, que se refiere a un estilo al vestir; *outfit*, que describe un atuendo específico; *jeans* y *t-shirt*, que nombran a pantalones de mezclilla y playeras, respectivamente, y *cute*, que constituye una valoración positiva de los atributos físicos de una persona. Otras palabras, usadas de manera común son: *heavy*, que se refiere a una persona o situación pesada, y *fuck buddies*, que alude a amigos sexuales con los que no se tiene mayor compromiso. Al indicarse el final de una situación o una despedida, se utiliza el término *bye*. Otra lectura posible en la utilización de estos términos es el deseo de distinguirse como parte de un sector social específico, de clase media o alta. Algunos sujetos pueden estar interesados en mostrar sus habilidades en el idioma inglés como prueba de haber recibido una educación privilegiada o contar con una posición social que les permite viajar con relativa frecuencia a Estados Unidos.

Finalmente, en cuanto al proceso de identificación, atenderé a los elementos discursivos que apuntan hacia los límites de un grupo. Como evidencia Teun A. van Dijk (2000: 152), las personas se construyen a sí mismas, por medio del lenguaje, como miembros de categorías y grupos. Así, todos nos identificamos como parte de uno o varios grupos y nos distinguimos de otros (Van Dijk, 2000: 155-156). Como afirma este autor (Van Dijk, 2001: 61), son cruciales las expresiones que nos otorgan una posi-

ción social y definen quiénes pertenecen a un grupo y quiénes son ajenos a él. Tienden a destacar las cosas buenas del “nosotros” y las cosas negativas del “ellos”. Las palabras de Enrique son reveladoras del caso que nos ocupa:

No, en los bares yo no uso peluca. Así podría andar en la calle, pero no en un bar gay. En un antro uso *jeans* y un *t-shirt*. No soy una loca desmecatada trepada en tacones de punta de aguja. Tampoco fingo ser un buga mata-puros, insensible. Simplemente, soy gay.

Este breve fragmento ilustra la construcción de una identidad específica, desde el lenguaje y a partir de lo aprendido en un bar gay. Ser gay es participar de un “nosotros” que excluye a quienes reproducen los roles tradicionales de género, en el que uno de los participantes de un encuentro homosexual asume un papel socialmente considerado femenino. Pero ser gay también implica pensarse con una sensibilidad especial, alejada de un modelo de masculinidad percibido como agresivo y amenazador.

En la calle existe el riesgo de ser descalificado o agredido por los otros, “bugas mata-puros”. En los bares, en cambio, puede darse el encuentro de los “iguales”. Esto nos remite a la percepción que la concurrencia tiene del lugar como un bar gay. Al respecto, Arturo señala:

Aquí dentro me siento bien, rodeado de gente como yo y hasta con la posibilidad de conocer a alguien interesante. Mientras que allá afuera me tengo que estar cuidando, no puedo hablar de mis rollos con todo mundo, estoy a la expectativa de qué va a pensar fulano o mengano de que soy gay... Dentro de un bar gay puedo relajarme por un rato.

Típicamente, los pronombres que representan grupos sociales son los polarizados nosotros y ellos (Van Dijk, 2001: 59). Álex Grijelmo (2003: 170) destaca el gran valor del adjetivo posesivo de la primera persona del plural “nuestro”. “Nuestro” resalta el valor de la posesión mucho más que el de lo poseído. Términos como “nosotros” y “nuestro” tienen un gran poder de seducción como adjetivos posesivos y pronombres en el momento en el que el receptor o emisor de un mensaje se siente parte de ese sujeto colectivo, cuando les añade el valor de “míos” (Grijelmo, 2003: 171). Hablando de los bares gays en general, Raúl expresa:

Nuestros antros son más divertidos que los bugas [heterosexuales]. Hay gente que va a bares gays, sin ser gay, tan sólo porque se la puede pasar mejor que en otros lados. Sobre todo, mujeres que tienen amigos gays y pueden acompañarlos a los bares, preocuparse menos por ser acosadas, estar rodeadas por hombres como *nosotros*, más guapos que el promedio, simpáticos, sensibles, divertidos, inteligentes, lo que no van a encontrar como novios. Claro, en este caso se lo pierden, porque no las dejan entrar.

Como se ha visto, el “nosotros” sitúa a los dos participantes de esta conversación en un ámbito de supuesta superioridad que comparten al adscribirse a la categoría gay. Esto contribuye a la valoración positiva de una pertenencia de manera común estigmatizada a una escala social más amplia e invita a la adscripción, al propio reconocimiento dentro de una generalidad.

REFLEXIONES FINALES

Una conclusión de este trabajo es que los bares gays tienen una función importante en la conformación de cierta clase de sujetos. Como afirma Edward T. Hall (2001: 10), los espacios que el hombre construye son productores de distintos tipos de personas, son a la vez creaciones y creadores del ser humano. En ellos se da un aprendizaje informal, que tiene como agente principal un modelo que se imita a través de miles de detalles que nadie puede formular con reglas claramente establecidas (Hall, 1990: 82). Los individuos aprenden a ser gays, en gran medida, dentro de los bares; adquieren una forma de comportarse y determinados estilos al vestir; se familiarizan con ciertas formas de usar y pensar sus cuerpos; adoptan elementos lingüísticos específicos.

Resulta central el carácter insular de los bares gays. Los clientes del sitio analizado acuden a él con la expectativa de encontrarse con otros hombres que comparten su preferencia sexual y, como se ha visto en los testimonios rescatados, expresar este aspecto de sus propias personas con mayor libertad, sin temor a ser rechazados. En este proceso, los individuos no sólo adquieren la libertad para hacer ciertas cosas sino que aprenden a ser de cierta forma.

El cuerpo es un sustrato fundamental del fenómeno descrito. La identidad gay es, fundamentalmente, sexual. Está relacionada con la orientación sexual de sujetos que establecen relaciones sexuales, eróticas y afectivas con personas de su propio sexo. Sitúa a tales actores, a partir de un aspecto sexual de su vida, dentro de un campo; les asigna un círculo de adscripción, les da un lugar en el mundo, los convierte en una clase específica de personas.

La importancia de lo sexual es patente en los grandes rubros analizados en este artículo. Fenómenos centrales son aquellos relacionados con esta faceta del ser humano. En cuanto al espacio, los clientes del bar reconocen detalles del cuarto oscuro, de las pantallas que exhiben películas pornográficas y de las tarimas de los *stripers*. Otros elementos que componen el lugar, como la decoración y la música, son escasamente tomados en cuenta por ellos. Respecto al tiempo, los sujetos distinguen con claridad las señales que les permiten medir los minutos que median entre las sucesivas actuaciones de los *stripers*. También aprenden a reconocer los momentos más convenientes para dirigirse al cuarto oscuro, según sea el caso, para establecer un encuentro sexual o tan sólo tener acceso velozmente al baño. Asimismo, los individuos conocen los horarios en los que el lugar se encuentra lleno y distinguen las situaciones donde hay mayores facilidades para establecer una interacción.

El lenguaje dentro del lugar también está atravesado por un componente sexual. Los elementos centrales son los códigos de aceptación y rechazo; todo aquello que remite a los encuentros sexuales y las diversas estrategias con las que los clientes del bar buscan lograrlos. En este sentido, resulta relevante todo lo que ayude en el proceso de tornarse atractivo para los demás y lograr impactar al mayor número posible de candidatos.

En cuanto al lenguaje verbal, lo más característico es aquello que apunta hacia los límites del grupo imaginado por los sujetos en cuestión, así como los elementos lingüísticos que aluden a las prácticas sexuales y los medios o impedimentos para lograrlas; esto es, principalmente, el cúmulo de atributos físicos reconocibles en los otros.

Otros elementos hacen de lo gay una identidad social en todo su sentido. Éstos son el sentimiento de pertenecer a una comunidad específica que, por otra parte, es

considerada global pues rebasa las fronteras nacionales. Existe, también, una estética propia, la valoración de ciertos estilos al vestir y determinados usos del cuerpo que apuntan hacia los cánones occidentales de belleza. Algunos símbolos refuerzan la sensación de formar parte de una generalidad. Entre ellos, la bandera gay y la música disco, que remite a un pasado considerado glorioso. Otro elemento digno de ser destacado es el uso de algunas palabras que establecen los límites del grupo, como el propio término "gay" en el que un gran número de individuos se reconoce. La categoría "gay", como todo concepto identitario, contribuye a la creación de una imagen idealizada de este sector social, expresada mediante el lenguaje. Como se ha visto, los actores en cuestión consideran que, por el hecho de ser gays, poseen una serie de características positivas y específicas, como la posesión de una sensibilidad particular.

Este trabajo se ha ocupado de un espacio específico: un bar gay en la ciudad de México. Éste es apenas uno de los, aproximadamente, cuarenta bares gays que operan en la metrópoli al momento de realizar esta investigación. Sin embargo, siguiendo a Peter Burke (2000) y el concepto de microscopio social, la propuesta de estas páginas ha sido que lo que suceda en el lugar será sintomático de una realidad más amplia.

Podemos considerar este asunto en dos niveles de reflexión. En primer lugar, el de la investigación que nos ocupa y sus instrumentos. En segundo lugar, en cuanto a un contexto social más extenso. En referencia al primer aspecto, es necesario destacar las posibilidades que ofrece el análisis de un espacio o proceso social como fenómeno comunicativo. Parte del interés de este estudio ha sido presentar dicho modelo de análisis y mostrar su utilidad en la comprensión de las distintas realidades que conforman nuestro entorno. Desde un caso particular, el análisis de un bar gay seleccionado, se ha intentado explorar el potencial del enfoque semiótico expuesto en el esfuerzo por lograr una mejor comprensión del mundo social y los sentidos que permiten a los seres humanos habitarlo. También se han destacado las limitaciones de esta forma de leer una situación social y se ha señalado que, si bien permite ahondar en el mundo de los significados sociales, como sostiene Clifford Geertz (1997), lle-



Heriberto Rodríguez / La Jornada

Vista aérea del volcán Popocatépetl emitiendo una gran fumarola.

156

va en su centro las inconsistencias, ambigüedades y vacíos de la existencia humana que caracterizan a cualquier interpretación. Como vía para lograr la mejor aproximación posible, se ha evidenciado la importancia de conocer un contexto, de familiarizarse con un grupo y un espacio particular, con el fin de entender las cosas desde un punto de vista cercano al de los actores y su vivencia particular de la realidad social a la que pertenecen.

En cuanto a la existencia de una realidad más amplia, cabe recordar que el bar abordado forma parte de un mundo que le ha dado origen. En primer lugar, se trata de un bar gay de la ciudad de México que, como todos los demás sitios de este tipo en la urbe, participa de la construcción de la identidad compartida por los sujetos que lo frecuentan en un entorno que suele ser hostil hacia las expresiones homosexuales. Este rechazo hace que la mayor parte de los individuos que asisten al bar lo hagan en una actitud de relativa clandestinidad, con el deseo de que su presencia en el lugar no trascienda los límites del establecimiento y la gente que lo visita.

El asunto de la construcción de la identidad gay en la ciudad de México forma parte, a su vez, de un proceso global y de las preconcepciones que le han dado forma a escala internacional. Muchos de estos prejuicios bien podrían continuar introyectados en los sujetos que buscan asumirse como gays de manera positiva, asistiendo a un bar y compartiendo este lugar de sociabilidad con otros individuos que se adscriben a la misma generalidad. Llama la atención que el proceso de identificación, de construcción de una identidad en un espacio determinado, resulte en la experimentación de acercamientos sexuales dentro de un lugar reducido y oscuro, donde los sujetos se encuentran encerrados sin poder ver con claridad a quien(es) ha(n) despertado su deseo. Esto remite a la clandestinidad derivada de la opresión que los sujetos catalogados como homosexuales han padecido en el mundo occidental, incorporándola a su manera de habituar el mundo.

Como parte de un proceso global, los fenómenos analizados en este estudio rebasan el ámbito de lo particu-

lar, esto es, los límites específicos del bar estudiado y las relaciones que se entrelazan dentro del mismo. Distintos aspectos relacionados con problemáticas más amplias atraviesan el caso abordado. El más evidente de ellos es la expansión de un fenómeno identitario cuyo origen principal, como modelo cultural, puede ubicarse en las grandes ciudades de Estados Unidos. Un proceso de "americanización" más extenso que la difusión de la identidad gay acompaña a este fenómeno y se refleja en el constante uso de palabras en inglés por parte de los clientes del lugar.

Los ideales de belleza y juventud, así como las prácticas que buscan obtenerlos, también forman parte de un contexto social de mayores dimensiones. Los medios de comunicación, el cine, la televisión, un gran número de revistas y los mecanismos publicitarios promueven un ideal estético con el que los sujetos deben negociar, aceptándolo o resistiéndose a él en mayor o menor medida. Como se ha mostrado, desde la década de 1950, la modernidad ha dado cada vez una mayor importancia a la juventud como una situación ideal de vida. Inevitablemente seres de su tiempo, inmersos en este proceso histórico, un gran número de clientes de mayor edad intenta ajustarse a la indumentaria y aspecto físico de los más jóvenes mediante prendas de vestir específicas y su arreglo personal.

Finalmente, cabe señalar que el lugar estudiado no está exento de los grandes problemas que aquejan al mundo de hoy a mayor escala. Entre ellos, el uso de bebidas embriagantes con los riesgos a la salud que originan y, por tratarse de un sitio en el que se dan diversas prácticas sexuales, el contagio de enfermedades de transmisión sexual. Otro aspecto visible es el de las asimetrías sociales. El bar es un espacio creado para sujetos de clase media o alta, que tienen la capacidad de pagar la entrada y el consumo de bebidas. Evidentemente, otros sectores están excluidos de la posibilidad de acceder a este lugar de sociabilidad.

Es así como el conocimiento de un caso elegido para una investigación puede representar, en miniatura, situaciones que imperan a nivel general pero que se materializan de forma peculiar en un territorio específico. Dicho de otro modo, a partir de un estudio centrado en

un bar gay de la ciudad de México, ha sido posible aproximarse a un proceso más amplio: la construcción de la identidad gay.

Bibliografía

- Achilles, Nancy, 1998 [1967], "The Development of the Homosexual Bar as an Institution", en Peter M. Nardi y Beth E. Schneider (eds.), *Social Perspectives in Lesbian and Gay Studies. A Reader*, Routledge, Nueva York y Londres, pp. 175-182.
- Adam, Barry D., 1998 [1985], "Structural Foundations of the Gay World", en Peter M. Nardi y Beth E. Schneider (eds.), *Social Perspectives in Lesbian and Gay Studies. A Reader*, Routledge, Nueva York y Londres, pp. 220-229.
- Almaguer, Tomás, 1993 [1991], "Chicano Men: A Cartography of Homosexual Identity and Behavior", en Henry Abelove, Michèle Aina Barale y David M. Halperin (eds.), *The Lesbian and Gay Studies. A Reader*, Routledge, Nueva York y Londres, pp. 255-273.
- Alonso, Ana María y María Teresa Koreck, 1993 [1989], "Silences: 'Hispanics', AIDS, and Sexual Practices", en Henry Abelove, Michèle Aina Barale y David M. Halperin (eds.), *The Lesbian and Gay Studies. A Reader*, Routledge, Nueva York y Londres, pp. 110-126.
- Altman, Dennis, 2001, *Global Sex*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Bertaux, Daniel, 1997 [1989], "Los relatos de vida en el análisis social", en Jorge Aceves Lozano (comp.), *Historia oral*, Instituto Mora, México, pp. 136-148.
- Boswell, John, 1992 [1980], *Cristianismo, tolerancia social y homosexualidad*, Muchnik, Barcelona.
- Burke, Peter, 2000 [1992], *Historia y teoría social*, Instituto Mora, México.
- Calvino, Italo, 2001 [1972], *Las ciudades invisibles*, Siruela, Madrid.
- Carrier, Joseph, 1995, *De los otros. Intimacy and Homosexuality among Mexican Men*, Columbia University Press, Nueva York.
- Certeau, Michel de, 1996 [1990], *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*, Universidad Iberoamericana, México.
- Chauncey, George, 1995 [1994], *Gay New York, The Making of the Gay Male World, 1890-1940*, Flamingo, Londres.
- Davis, Flora, 2000 [1971], *La comunicación no verbal*, Alianza Editorial, Madrid.
- D'Emilio, John, 1992 [1983], "Capitalism and Gay Identity", en *Making Trouble, Essays on Gay History, Politics*

- and the University*, Routledge, Nueva York y Londres, pp. 3-16.
- Dijk, Teun A. van, 2000 [1998], *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*, Gedisa, Barcelona.
- , 2001 [1997], “El discurso como interacción en la sociedad”, en Teun A. van Dijk (comp.), *El discurso como interacción social, Estudios sobre el discurso. II. Una introducción multidisciplinaria*, Gedisa, Barcelona, pp. 19-66.
- Foucault, Michel, 1998 [1976], *Historia de la sexualidad, I. La voluntad de saber*, Siglo XXI, México.
- Gallino, Luciano, 2001 [1978], *Diccionario de sociología*, Siglo XXI, México.
- Geertz, Clifford, 1997 [1973], *La interpretación de las culturas*, Gedisa, Barcelona.
- Gilbert, Arthur N., 1985 [1981], “Conceptions of Homosexuality and Sodomy in Western History”, en Salvatore J. Licata y Robert P. Petersen (eds.), *The Gay Past. A Collection of Historical Essays*, Harrington Park Press, Nueva York y Londres, pp. 57-68.
- Goffman, Erving, 1997 [1959], *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires.
- Grijelmo, Álex, 2003 [1998], *La seducción de las palabras*, Taurus, Madrid.
- Hall, Edward T., 1990 [1959], *El lenguaje silencioso*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Alianza Editorial Mexicana, México.
- , 2001 [1966], *La dimensión oculta*, Siglo XXI, México.
- , 2002 [1996], “Introduction: Who Needs ‘Identity?’”, en Stuart Hall y Paul du Gay (eds.), *Questions of Cultural Identity*, Sage, Londres, pp. 1-17.
- Hernández Cabrera, Porfirio Miguel, 2001, “La construcción de la identidad gay en un grupo de jóvenes de la ciudad de México. Algunos ejes de análisis para el estudio etnográfico”, *Desacatos*, núm. 6, pp. 63-96.
- Hobsbawm, Eric, 1995 [1994], *Historia del siglo XX. 1914-1991*, Crítica, Barcelona.
- Hodge, Robert y Gunther Kress, 1988, *Social Semiotics*, Cornell University Press-Ithaca, Nueva York.
- Knapp, Mark L., 2001 [1982], *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*, Paidós, México.
- Leeds Hurwitz, Wendy, 1993, *Semiotics and Communication: Signs, Codes, Cultures*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, New Jersey.
- Luciano, Lynne, 2001, *Looking Good. Male Body Image in Modern America*, Hill and Wang, New York.
- Lipovetsky, Gilles, 2000 [1983], *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Anagrama, Barcelona.
- List Reyes, Mauricio, 1999, “Construcción de lugares gay en la ciudad de México: El Bol Polanco y la cervecería La Lili”, *Iztapalapa*, núm. 45, pp. 309-318.
- , 2001a, “Al encuentro de la vida gay urbana”, *Cuicuilco*, núm. 22, pp. 71-79.
- , 2001b, “La Lili: Apropiación de un espacio urbano por individuos gay”, en Miguel Ángel Aguilar, Amparo Sevilla y Abilio Vergara (coords.), *La ciudad desde sus lugares. Trece ventanas etnográficas para una metrópoli*, Universidad Autónoma Metropolitana-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Porrúa, México, pp. 131-159.
- Lumsden, Ian, 1991, *Homosexualidad, sociedad y Estado en México*, Solediciones-Canadian Gay Archives, México.
- Miano Borruso, Marinella, 2002, *Hombre, mujer y muxe’ en el Istmo de Tehuantepec*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Instituto Nacional de Antropología e Historia-Plaza y Valdés, México.
- Miller, Neil, 1995, *Out of the Past. Gay and Lesbian History from 1869 to the Present*, Vintage, Nueva York.
- Murray, Stephen O., 2000, *Homosexualities*, The University of Chicago Press, Chicago.
- y Manuel Arboleda G., 1995, “Stigma Transformation and Relexification: Gay in Latin America”, en Stephen O. Murray (ed.), *Latin American Male Homosexualities*, University of New Mexico Press, Albuquerque, pp. 138-144.
- Renkema, Jan, 1999 [1993], *Introducción a los estudios sobre el discurso*, Gedisa, Barcelona.
- Sánchez Crispín, Álvaro y Álvaro López López, 2000, “Visión geográfica de los lugares gay de la Ciudad de México, Cuicuilco, núm. 18, pp. 271-286.
- Sánchez Domínguez, Luis Arturo, 2002, “De ‘san juaneras’ y ‘metreras’; entornos públicos y placer homosexual”, *Memoria*, núm. 155, pp. 25-29.
- Saussure, Ferdinand de, 1988 [1916], *Curso de lingüística general*, Fontamara, México.
- Stryker, Susan y Jim van Buskirk, 1996, *Gay by the Bay. A History of Queer Culture in the San Francisco Bay Area*, Chronicle Books, San Francisco.
- Watzlawick, Paul, Janet Beavin Bavelas y Don D. Jackson, 1997 [1967], *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas*, Herder, Barcelona.
- Weeks, Jeffrey, 1998, “La construcción de las identidades genéricas y sexuales. La naturaleza problemática de las identidades”, en Ivonne Szasz y Susana Lerner (comps.), *Sexualidades en México. Algunas aproximaciones desde la perspectiva de las ciencias sociales*, El Colegio de México, México, pp. 199-221.
- Wood, Elizabeth Anne, 2000, “Working in the Fantasy Factory: The Attention Hypothesis and the Enacting of Masculine Power in Strip Clubs”, *Journal of Contemporary Ethnography*, vol. 29, núm. 1, pp. 5-31.