

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES CULTURALES-MUSEO
DOCTORADO EN ESTUDIOS SOCIOCULTURALES



Hombres a la carta: *representaciones sociales sobre la heteronormatividad que realizan hombres homosexuales de Caracas, Venezuela, en la web social Manhunt.net.*

Tesis

Para obtener el grado de
Doctor en Estudios Socioculturales

Presenta:

JOSÉ FERNANDO BENÍTEZ MIJARES

Bajo la dirección de:

Dr. Christian Alonso Fernández Huerta.

Lectores:

Dr. Marco Antonio González

Dra. Alba Luz Robles

Dr. Ángel Manuel Ortiz

Dr. Mario Alberto Magaña

MEXICALI, B.C. NOVIEMBRE DE 2017

DEDICATORIA

IN MEMORIAM

JOSÉ CARRIZO OLIVO

Dedico este trabajo a la memoria de mi amigo José, el mismo al que hago referencia en la introducción y que falleciera el 25 de septiembre de 2016 en la ciudad de Caracas.

A ti José Carrizo Olivo,
mi gratitud, mi infinito amor por mostrarme “la caja de Pandora”.
“¡qué peligro!”

De esa caja salieron muchas cosas.
Entre ellas, que más nunca dejé de escuchar Reggaetón y ésta tesis.

Jamás te olvidaré *Manito*.
Mi vida jamás fue igual, más nunca será igual y tenías razón; se siente muy bien ser tan querido y amado.

Y te prometo, que esto es lo último que escribo para el mundo universitario.

A partir de este texto empiezo una nueva vida.
No más estudios, no más libros, no más tristezas. Es lo último que necesitaba para quedar libre de mí mismo. Ya quedó José.
A estar donde siempre debí estar: en el *gym* siendo feliz.

AGRADECIMIENTOS

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México
A la Universidad Autónoma de Baja California y en especial al
Instituto de Investigaciones Culturales – MUSEO por abrirme sus puertas tanto a mí
como a este tema de investigación. Ha sido realmente edificante para mi vida estar con
ustedes. A México por cambiar mi vida, mis formas, mis modos, mi tono, mi acento, mi
carácter. A la Universidad Bolivariana de Venezuela y a la Universidad Central de
Venezuela. A la Venezuela, lejana e irreconocible, extraña, perdida, extraviada, oscura.

Seguramente se me escaparán muchos de los nombres a los que debo agradecerles.

A mis maestros:

Raúl Balbuena, gracias por tu amor; Christian Fernández, gracias por creer, Paola
Ovalle, gracias por hacerme escribir de otra manera; Tabea Huth, agradecido por
llevarme a otras lecturas; Areli Veloz, gracias por tus lecturas que me dieron un
impulso cuando más lo necesitaba. Mario Magaña, cómo no agradecerte el amor y la
rigurosidad al mismo tiempo. Gracias Mario querido por corregir tantos “Manhunts” en
el texto. Quedaron muchos, pero no tantos.

Y gracias especiales, a mi Maestro Manuel Ortíz: para mí ha sido un verdadero honor
ser su alumno.

A María Luisa Rivero en el Instituto de Investigaciones Culturales - MUSEO, por secar
las lágrimas en los momentos más difíciles.

A Bianca Acuña por cada lección de género durante el tiempo compartido.

A mi hermana negra Daniela Pacheco y Richard Alvarado por la lectura inicial de mis
ideas de tesis.

A mis compas de la Maestría.

A Paty Chávez del IIC Museo.

A Ofelia Cárdenas, Adriana González, mis otras hermanas.

Al Prof. Marco Antonio González y Alba Robres en la UNAM y a la Profa. Marta Zapata y
Teresa Orozco en la Universidad Libre de Berlín.

A Morella Alvarado, Carlos Gutiérrez en la Universidad Central de Venezuela y

A Cristina Marcano de la Universidad de Oriente en Venezuela
por rescatarme del abismo.

A Jesús Pérez en Caracas, Iván Olivares en Bogotá y Jhon Fitzpatrick en Maine.

A Benjamín Fuentes por acompañarme en casa aquellos domingos que necesitaba
hacer las últimas correcciones.

A los bibliotecarios y personal de fotocopiado de la Biblioteca Nacional de
Colombia en la ciudad de Bogotá.

Y a todos aquellos hombres que me han ayudado a pensar y re-pensar este tema
durante estos años.

A Dios, la ecuación, la fórmula, la fuente de todo. Vida, mente, cuerpo, espíritu.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS / 3

INTRODUCCIÓN /4

Objetivos de la investigación

Objetivo General / 27

Objetivos Específicos /27

Justificación e importancia / 28

La subjetividad como ventana epistemológica / 30

CAPÍTULO I. Sexo en un click / 38

América Latina, lo gay y la internet / 52

CAPÍTULO II. Estado del Arte / 63

Estudios sobre varones / 64

Sobre lo homosexual/gay en internet / 77

CAPÍTULO III. Marco Teórico / 89

Interaccionismo Simbólico/ 89

Redes Sociales / 101

Representaciones sociales / 103

La hegemonía heteronormativa / 113

CAPÍTULO IV. Marco Metodológico / 125

Diseño de la ruta para la recolección de datos /134

Análisis de los perfiles de usuario / 144

La captura de los datos a través de sus categorías / 145

CAPÍTULO V. Análisis de resultados I: *Manhunt* como productor y difusor de representaciones sociales / 152

- Descripción del sitio / 155
- Las categorías y los datos / 161
- Fichas por página web / 162
- Campo de representación heteronormativo / 199
- Actitudes heteronormativas / 204

CAPÍTULO VI. Análisis de resultados II: representaciones sociales heterosexuales de hombres homosexuales / 211

- Objetivación de la heterosexualidad / 214
- Objetivación de la homosexualidad / 218
- Anclaje de la homosexualidad / 228
- Información sobre la homosexualidad / 230
- Campo de representación / 231
- Actitudes heterosexuales / 241

Conclusiones / 246

BIBLIOGRAFÍA / 260

ANEXOS / 269

Introducción

“Si él existe, lo encuentras aquí”

Es la primera vez que me toca escribir un texto introductorio en primera persona y en un tono tan anecdótico como el que a continuación encontrará el lector. Estos dos aspectos son parte de las sugerencias ensayísticas que he adoptado en estos tres últimos años de mi formación doctoral como parte de los atrevimientos a los que estamos obligados a hacer en un campo novedoso como el de los Estudios Socioculturales que se hacen desde el norte de México. El objetivo, y espero pueda ser así entendido así por los lectores, es dar cuenta de cómo llegué al tema o cómo llegó el tema a mi vida y desde dónde me acerco. A este relato impregnado de anécdotas personales e íntimas, le siguen algunos señalamientos de orden epistemológico que han guiado la investigación y el proceso escritural de esta tesis doctoral. Finalmente, y en cumplimiento con los cánones académicos enuncio la pregunta general de investigación, así como los objetivos que se derivan de esta pregunta central.

Le pido a mis lectores un poco de paciencia porque entiendo que se espera la enunciación teórico metodológica del problema de investigación en las líneas inmediatas, pero éste no será el caso. Además de las anécdotas que he decidido compartir para justificar la elección del tema, he optado por compartir en este texto introductorio, muchas de las interrogantes, reflexiones y percepciones que he podido sistematizar a partir de mi observación-participación *on line* y *off line* y que me han acompañado a lo largo de este tiempo, y aunque tampoco daré respuestas de inmediato a algunas de estas preguntas y en otros casos, el lector tendrá la sensación de incompletitud sobre ciertos planteamientos que realizo aquí, mi aspiración es dar respuestas a estas preguntas y resolver argumentativamente las enunciaciones más categóricas en la medida en que el texto de la tesis se desarrolla. Pido disculpas si este estilo, casi de suspenso, llegara a perturbar las referencias que se tienen de los trabajos de investigación tradicionales, pero como podrá seguir el lector en las líneas

siguientes, un tema como este, merece ser contado de otra manera. Así que decidí tomar el riesgo y aventurarme.

Antes de proseguir, también deseo advertir a mis lectores que yo me acerqué a la red social virtual que tomo como caso de estudio porque creí en aquel entonces que era alternativa para encontrar un compañero de vida. Así pues, sí alguno de mis lectores llegara a dudar que es imposible creer que alguien realmente piense que a través de estos espacios se puede encontrar el amor, debo acotar que ésta es la primera creencia que hay que hacer a un lado para leer las líneas que siguen a continuación. La aclaratoria, aunque pueda considerarse de excesiva, no lo es. Y en tal caso, prefiero pecar de excesivo antes de ser juzgado. En mi caso, deseo dejar claro que me acerqué a *Manhunt* en busca de amor.

Luego, es mi deber prevenir que tanto las descripciones, relatos e imágenes que aquí presento, pueden afectar la susceptibilidad de algunos, e incluso, podrían conducir a juicios categóricos que impidan ver los alcances de este trabajo y mi firme objetivo de mostrar las complejidades que se entranan en esta *web* social. Una vez aclarado esto, creo pertinente proseguir.

Fue a través de uno de mis grandes amigos de la adultez que llegué al *Manhunt.net*. Mi soledad sexual y sentimental produjo en mi conocido la necesidad de contarme sobre aquel sitio en donde para él, ya era una práctica común contactar gente a través de internet y luego, consumir un furtivo acto sexual. La ligereza con la que mi colega José relataba sus aventuras sexuales tenía que ver con su decepción por aquel sitio, pero eso lo entendí mucho tiempo después. Lo cierto es que sus anécdotas y quizás esa forma tan optimista de afrontar la vida logró despertar en mi tanta curiosidad como para arriesgarme a salir del closet en el ciberespacio para encontrar a alguien especial para mí.

Recuerdo que aquella curiosidad fue tan grande, como para llegar a casa, encender la computadora y abrir una cuenta gratuita que me diera acceso a aquel mundo de hombres. Quizás pueda yo conseguir un compañero allí, pensaba. ¿Cómo será eso?, me preguntaba. Entre el miedo que me producían los relatos de mi amigo y la curiosidad, recuerdo con claridad aquella sensación de paz que me produjo encontrar a muchos otros en un mismo lugar: hombres que buscaban hombres.

¿Cómo podía haber tantos hombres buscando hombres?, ¿allí todo el mundo es *gay*¹?, recuerdo haberle preguntado a mi amigo. José quien siempre estuvo preocupado por mi particular estructura racional, rígida y planificada de vivir la vida, y que siempre se ha caracterizado por una manera muy “jota”² para referirse a lo *gay*, sentenció con un fuerte alargamiento vocal y en tono irónico y sarcástico: “bueno mamita y si no lo son, están bien cerca. Así que no pierdes nada con meterte. Anda y después me cuentas”.

Mi amigo José como toda “buena maestra” de escuela y conociendo mi temperamento me había girado instrucciones específicas para que yo, tentado por la curiosidad, fuera directamente a teclear www.manhunt.net y pulsara *enter*. Si *manhunt.net* era la manzana podrida de la que Eva nunca debió comer en el Paraíso, pero que finalmente mordió por la curiosidad, mi amigo era la serpiente que tentó a Eva. En mi caso, le estoy profundamente agradecido porque hacerlo cambió todo en mi vida, y ha inspirado la firme decisión de realizar esta investigación con el que pretendo cerrar un ciclo de mi vida.

¹ Para los efectos de este trabajo entenderé *gay* como un término acuñado por el movimiento homosexual anglosajón estadounidense y que surge en el seno de las luchas políticas reivindicatorias homosexuales en Estados Unidos en los años sesenta. Ver Guash (1991). La Sociedad Rosa. p. 75.

² Joto o jota es una palabra utilizada en México para referirse peyorativamente a homosexuales afeminados. Véase: DRAE (2012). Su equivalente en otras latitudes latinoamericanas es el de *marica* o *loca*. Algunos homosexuales asumen el uso de estas palabras para hacer alusión a la carga de feminidad intencional de algunos actos o discursos. Aunque el término tiene un carácter discriminatorio porque ha sido construido por el discurso heterosexual, es común escuchar entre la comunidad gay, referencia a estos términos con mucha normalidad. Ya sea para aceptar la jotería o rechazarla.

Ilustración No. 1.

Aspecto que se muestra al público antes de ingresar o suscribirse como miembro

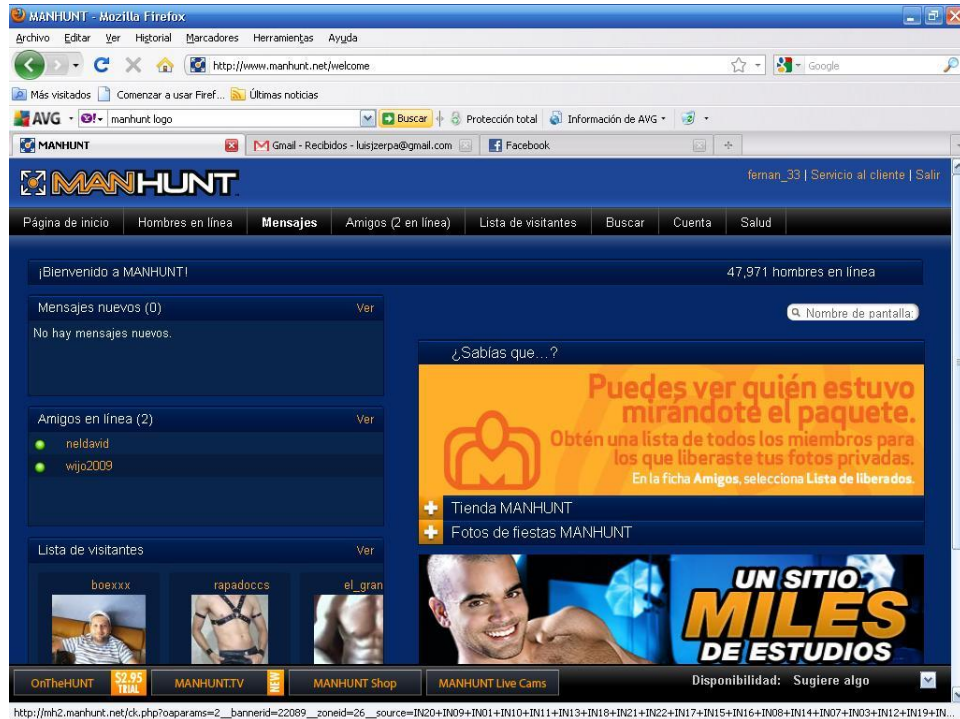


Fuente: www.manhunt.net (Capturado en 2010).

“Si él existe, lo encuentras aquí”, advertía el eslogan del sitio en aquel entonces. (Véase Ilustración No. 1) Trabajaba y vivía yo en Caracas, Venezuela. Para mí fue una sorpresa encontrar que aquella web social no solo tenía una sección para Caracas, sino también para veinte, de los veinticuatro estados que conforman administrativamente el territorio caribeño de aquella nación sudamericana. Entre el eslogan, la imagen de aquel modelo caucásico que aparecía en la pantalla de mi laptop, y la voz de mi amigo que rondaba mi cabeza, decidí inscribirme. (Véase Ilustración No. 2) Todo parecía muy sencillo, pero no para mí.

Ilustración No. 2.

Página que se muestra al usuario una vez que realiza la inscripción



Fuente: www.manhunt.net (Capturado en 2010).

Lo más difícil fue crear un *nick* o nombre de pantalla para identificarme. Luego, construir un encabezado. Un encabezado es una frase que resume lo que eres o lo que buscas en el sitio. Para ello dispones de entre 10 y 100 caracteres. Esta parte era muy importante porque según las recomendaciones del sitio, el enunciado es *tu carta de presentación en Manhunt*.

La tarea de inscripción no terminaba allí. Era más compleja. Había que llenar un espacio con textos, cargar unas fotografías, además de agregar otros datos (no obligatorios) sobre mis características físicas. (Véase, Ilustración No. 3) Dependiendo de estos dos

elementos: texto y fotos, podrías garantizar –según las indicaciones del *web site*- que otros usuarios estuvieran interesados en tu perfil.

Ilustración No. 3.

Campos de la página para construir un perfil de usuario.

Fuente: www.manhunt.net (Capturado en 2010).

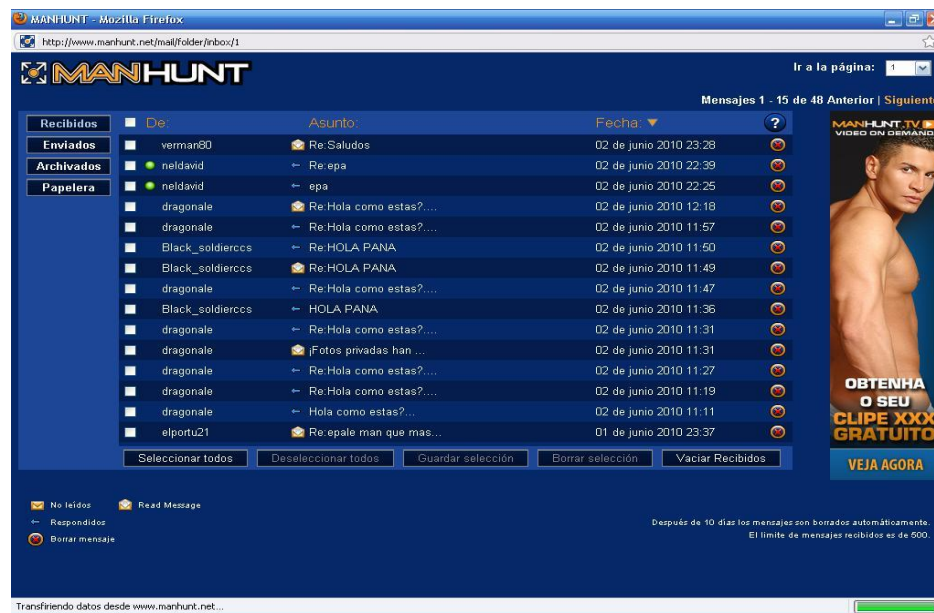
Fue la primera vez en la que tuve que escribir de mi públicamente en la red para relacionarme con otro/s. Y también, escribir sobre un otro anhelado/buscado/deseado. No logré construir mi perfil a la primera. Académico, a fin de cuentas, requería tiempo para crear un texto que se pareciera lo más posible a quien yo era en aquel entonces. No lo tenía, así que alcancé a llenar el encabezado y en el espacio destinado para el texto descriptivo del perfil, dejé el mensaje que automáticamente aparece cuando accedas a la edición de *profile*: “Me inscribí en *Manhunt*, pero todavía no completé esto”.

Mi amigo José me había sugerido ingresar a su perfil para que me orientara y entendiera que construir uno, no era algo tan difícil como yo lo veía: “tú manito, metete allí. Si quieres revisa el mío y así te orientas. Allí tengo mis fotos. Y la gente me escribe”. Como buen discípulo, y ante tantas dudas, seguí sus instrucciones al pie de la letra. Procedí entonces a colgar una foto mientras me interpelaba sobre este asunto nuevo que me sugería esta dinámica: tener fotos bonitas para uno exhibirse cual feria de carnes. Poner fotos públicas era un paso importante para mí, tan difícil como redactar un texto sobre mí mismo. Aun cuando en ningún momento se me cruzó la idea de colgar fotos desnudo. O mostraba mi cara o no ponía nada, pensaba.

No completé las doce (12) horas para revisar mi cuenta. A la mañana siguiente de haberla creado, me asomé al sitio. Creo que el número de visitas a mi perfil y la cantidad de mensajes en mi cuenta de correo detonó una necesidad imperiosa por tener un texto y sacar unas fotos bonitas. (Véase, Ilustración No. 4).

Ilustración No. 4.

Bandeja de entrada de mensajes recibidos



Fuente: www.manhunt.net (Capturado en 2010).

No recuerdo exactamente como construí fotográficamente mi perfil, pero el afán académico que ha acompañado mi vida desde hace tanto tiempo y que me ha llevado a sistematizar, archivar muchas de mis vivencias, me impulsó a abrir un archivo en formato *Word*, en el que preparaba los textos que servirían para mis perfiles antes de ser publicados y que aún conservo para el momento de la redacción de esta tesis. Lamentablemente, el archivo solo conserva desde el tercer texto que redacté para mi perfil. El archivo sugiere que escribí sobre el original. Sin embargo, rescato de este archivo el tercer y cuarto texto escrito.

De un tiempo para acá me dedico a ver perfiles sin esperar nada. No me quejo, he hecho amigos y ya eso es una ganancia para mí. Aunque no me cierro a las posibilidades, no es fácil conseguir a alguien con el que te puedas trazar una posibilidad común en estos tiempos. Si aparece, me gustaría, sino, sigo viendo. Si quieres sexo de una, dilo, veo si está en mis posibilidades y le damos. Si quieres hablar, un café o simplemente mantener el contacto, también serás

bienvenido. Yo, de 33 años, 1.76 de estatura, 78 Kg en contradicción con el mundo, pero incorporado. Busco una pana alegre, independiente, gay, que le sorprenda la vida. (Tercer cambio de perfil).

La primera línea del texto anterior es una enunciación exacta de lo que esta web social le dio a mi vida: se convirtió en una ventana para mirar perfiles de hombres. Una ventana que además me ha permitido normalizarme a mí mismo como sujeto afectivo y sexual y que me brindó como dice líneas arribas, conocer nuevas personas sin la necesidad de un encuentro sexual, pero con la posibilidad de concretarlo. Y es que mientras esta “virtualidad” es para muchos un sitio de ligue, para mí, se fue transformando en un espacio de encuentro social, de investigación, un espacio antropológico, sociológico, psicológico, de aprendizaje sobre mi sexualidad a partir de otros, que empezaba en el computador y podía incluso tener un café y una buena conversación. Pero que también podía permanecer en lo virtual.

El cuarto cambio de perfil llegó y con éste, no hubo quien no enviara un mensaje diciendo: “Yo soy. Tengo pecas en la espalda. Cuántas buscas”. Como se puede ver en el texto que sigue a continuación, hay menos paciencia en mi búsqueda. Destaco de esta descripción la contradicción entre “Me queda poca disposición para estar conociendo gente” y la necesidad de permanecer en esta red virtual aun cuando mi disposición se tornaba desgastada.

Obstinado, controlador, contradictorio, afanoso, malhumorado en veces. Me queda poca disposición para estar conociendo gente /33 años, 1.76 de estatura, 78 Kg, Me encanta el buen sexo / Versátil echao pa'lante dependiendo del momento y el feeling. Quisiera a mi lado un carajo con sexualidad claramente gay, serio, independiente, crítico, y que se cuide y me cuide. Si quieres sexo dilo de uno, y si es un café o una conversa también. Insisto, me queda poca

disposición para este tipo de cosas. Total, sinceridad y en plena contradicción.

P.D: me encantan las pecas en la espalda (Cuarto cambio de perfil).

Ambas descripciones reflejan dos momentos distintos de mi experiencia y de cómo me constituía como sujeto, qué tipo de filosofía tenía, qué me resultaba importante, qué me agradaba, desagradaba y qué esperaba/tuviera el otro. Los dos cambios de perfil que logré alcanzar a reconstruir entre mis archivos, revelan cierta decepción sobre las dinámicas de encuentros que propone el sitio. Es una pena que no tenga el texto original que escribí para demostrar los niveles del desencanto a los que me condujo en algún momento. Sin embargo, debo confesar que aquel texto expresaba un deseo de conocer a alguien con quien se pudiera concretar una relación de pareja. Esa era la intención.

Pero el desencanto al que hago referencia no fue suficiente para dejar de entrar recurrentemente a *Manhunt.net*. Al menos no como para amenazar a mis visitantes, con un texto que dijera: “Últimos días en *Manhunt*, estoy a punto de cerrar esta cuenta”. No me vi en la necesidad, como si lo llegué a ver en algunos perfiles, de colocar este tipo de anuncios. Esta web social me dio la posibilidad de hacerme preguntas existenciales: ¿Qué hago yo en este sitio?, ¿por qué sigo aquí?, si no quiero sexo, entonces ¿qué quiero? Y cuando buscaba a alguien para ligar y no se concretaba nada, me preguntaba: ¿Y entonces?, ¿qué pasa aquí?

Todas estas experiencias no hacían más que generarme preguntas hasta cuestionarme si era yo el del problema. Mi interlocutor de siempre y el que me metió en esto, tenía exactamente las mismas preguntas, así que esto se transformó en punto a tratar de la agenda semanal que sosteníamos mientras tomábamos café. Nos preguntábamos: “¿Qué pasa con nosotros manito?, profesionales, vamos al *gym*, nos cuidamos, no somos actores de telenovela, pero tampoco somos tan feos. Y, aun así, estamos solos”. ¿Cómo piensan e interpretan el mundo estos hombres?, nos preguntábamos.

Una vez que pasó mi “encanto” inicial por *Manhunt*, me percaté del valor sociológico que constituía cada perfil. Más allá de la foto que pudiera o no colocar el sujeto, comencé a ser un lector empedernido de perfiles. Cada texto era una ventana distinta, que, al juntarse, me producían la sensación de poder estar frente a un gran ventanal panorámico de representaciones sociales que se producen para interactuar y se reestructuran cotidianamente en la medida en que estos sujetos interactúan en la red virtual y fuera de ella. Si estaba atento, podía seguir los cambios de posición que algunos sujetos tenían frente al grupo y frente a la plataforma virtual en la medida en que estos tenían experiencias/encuentros generadas a través de este *web site*. Así fui conociendo mi campo de estudio y encontré en el camino otros interlocutores.

En ese andar, encontré otros hombres similares que, decepcionados como yo, permanecían en el sitio. Encontré grandes compañeros de discusión sobre cómo había sido su experiencia en esta red virtual no solo en Caracas, sino también en Buenos Aires, Berlín, Varsovia, Río de Janeiro, Sao Paulo, Ciudad de México, Port Elizabeth (África del Sur), Cape Town (África del Sur) y más recientemente en Mexicali, por citar algunas ciudades en las que recuerdo haber estado y hecho contactos a través del *site*. Las conversaciones con estos hombres comenzaban a sugerirme que había unas expectativas que este sitio no podía satisfacer y, aun así, decidían mantener sus perfiles y acceder cada vez que pudieran. En este deambular *on line* y *off line* un denominador común parecía juntar los discursos de aquellos hombres, incluido yo: decepción.

La pregunta siguiente que me interpeló fue: ¿decepción de qué?, ¿qué esperaban estos hombres y yo de este sitio que no llena las expectativas?, ¿es posible que esta plataforma tecnológica esté incidiendo en la manera como se relacionan los homosexuales?, ¿qué interfiere contra la gestión de la afectividad homoerótica? La verdad es que ser asiduo de este

sitio me ha generado más preguntas que respuestas. Me ha hecho interpelarme de muchas maneras. Incluso para la elaboración de esta tesis.

El más difícil de los cuestionamientos tenía que ver con ser miembro permanente y asiduo visitante de esta red. Con o sin pareja, *Manhunt* llegó a ser parte de mis obligaciones diarias, automáticas, como la labor de revisar el correo electrónico y el Facebook. Me hacía preguntarme acerca de cómo está pensado y estructurado el sitio, y a qué dispositivos socioculturales apela para lograr la “adicción” necesaria para que usuarios como yo, siguieran en la red, aún sin que nada pase, y aun pasando. ¿Qué me retiene a estar aquí al igual que muchos otros hombres?, me preguntaba. Durante todos estos años, aun cuando en mi caso, he obtenido de esta web social más que sexo,³ no he dejado de hacerme preguntas ni de reflexionar sobre la propuesta de socialización homoerótica o sexual de este sitio y de los perfiles escritos por sus usuarios. Me parecía que estos textos me posibilitaban conocer o visibilizar un conjunto de representaciones sociales que están expuestas en el aire sin que ninguno se percate sobre lo que realmente dicen y que tiene que ver con cómo y qué piensan los homosexuales de Caracas. Estas representaciones a las que hago referencia constituyen una piedra de obstáculo para que estos hombres puedan encontrarse afectivamente e incluso sexualmente. ¿Cuáles eran esas representaciones?, y ¿Qué tipo de contenido tienen para producir esta decepción?

³ Del *Manhunt* obtuve una relación de pareja con un joven de Caracas, diez años menor que yo, una relación de amistad con derechos sexuales con otro caraqueño de treinta y cinco años en aquel entonces y, una relación de pareja con un estadounidense, veintinueve años mayor que yo. En ninguna de mis tres situaciones afectivas he estado fuera de la red. La amenaza de mi primer novio sacado del *Manhunt* de que, ya que nos habíamos encontrado, debíamos cerrar los perfiles no fue suficiente para que yo cediera en su interés. Mi amigo con derechos sexuales no tenía ningún inconveniente con *Manhunt* y el estadounidense no solo tenía en aquel momento un perfil en *manhunt.net*, sino en cuatro redes sociales más. Situación que me sirvió para ampliar mi conocimiento sobre los escenarios virtuales que existen para los anglosajones de Estados Unidos.

En un principio, cuando me planteé esta investigación pensaba que el hilo conductor de todas estas preguntas era la sexualidad y el sexo, pero creo haber estado equivocado. Se trata de amor. En realidad, la decepción resulta de una incapacidad afectiva y emocional para relacionarse en amor con otro hombre. La sexualidad se gestiona, pero el amor no es tan fácil. Cuando me refiero a gestionarse, lo hago, para referirme a lo que debe hacerse para resolver un asunto. Y los hombres occidentales/occidentalizados han aprendido por herencia cultural a ser expertos en los asuntos de sexualidad y del sexo, pero no siempre en el amor. Lo que me llevó a pensar que, hay algo en el “corpus organizado de conocimientos” y en la psique de estos sujetos que hace que en sus perfiles se encuentren tantas inconformidades. ¿Cómo capturar estas inconformidades?, ¿de qué tipo son?

A partir de todas estas interrogantes, pérdidas y ganancias que me he formulado en todo este tiempo, creí necesario aprovechar la oportunidad que se me presentó de hacer un doctorado y convertir alguna de esas preguntas en una propuesta investigativa que más allá de mis observaciones, me permitiera comprender esta complejidad social en términos académicos.

Durante la escritura de este apartado no he dejado de recordar algunas de las conversaciones con algunos de mis amigos salidos de la *web* social a quienes agradezco su permanente interés en saber cómo va el trabajo. Mi amigo Devin, de origen canadiense, quien es abiertamente homosexual y a quien le solicité el permiso para publicar este extracto de aquella conversación, se sorprendió mucho cuando le comenté cual era mi tema doctoral y su sorpresa fue tal que me llevó a preguntarle de manera coloquial: -Are you kidding me Devin?. Para mi amigo era fantástico que la universidad me permitiera investigar sobre lo *gay*, las redes virtuales, la sexualidad. Su pensar es que en la medida en que conozcamos más rincones –de los que están ocultos- más posibilidades tenemos de crecer como

humanos. Debemos estudiar qué somos, a qué respondemos, cómo nos conectamos, qué buscamos en realidad. “No hay mucho que se pueda decir sobre lo *gay*, al menos yo no lo sé. Ni yo mismo me conozco bien. Y jamás se me habría ocurrido pensar que detrás de esto hay intereses comerciales”, acotó. Así como Devin, encontré a Fran, un español que trabajaba de camarero en un hotel de Berlín. Fran resultó particularmente atractivo para mí porque el amor ni siquiera es una opción que pudiera contemplar para el momento en que nos conocimos. Detrás de Fran había una profunda decepción sobre el tema amoroso y un pragmatismo único sobre cómo ligar *on line* y gestionar lo sexual *en off line*.

Podría escribir muchas páginas para relatar las anécdotas de desamor que he escuchado de mis amigos *Manhunt*. Pero no es mi intención. Lo importante de señalar aquí, si es que esto tiene alguna relevancia, es que en todos mis amigos de la red parece reinar algún tipo de desilusión general sobre lo afectivo. Para no batallar más con ese desencanto, la opción no es otra que actuar dentro de las prácticas que el contexto impone y mejor “tengamos sexo sin problemas y sin compromiso”.

¿Qué hago yo con toda esta experiencia de vida y este sentir que en momentos se convertía en pesar? Digo pesar, porque luego de andar tanto tiempo en la red y fuera de ella, me atrevo a afirmar que el mundo homosexual, *gay*, o el de hombres que buscan hombres, asiste a una profunda crisis de afectos, a una crisis emocional pero fundamentalmente, a una crisis que está marcada por cómo la heterosexualidad ha incidido en la manera en que los homosexuales ven, piensan y actúan en el mundo. Y aunque entiendo que tal como está planteado este enunciado, peca de generalizante, pretendo explicar tal crisis a través de los perfiles de usuario de los miembros de Caracas, Venezuela, con los que desarrollé la investigación.

Procederé a continuación a comentar qué posibilidades de desarrollo veía para este tema de investigación y qué me interesó finalmente en el marco de mis estudios doctorales. Para ello, seguiré utilizando la estrategia de presentar las preguntas que me han increpado al momento de ordenar el proceso de trabajo.

¿Desde dónde hablar de *Manhunt*?, ¿desde qué lugar de la academia? El primer problema era entender que el sitio web, en realidad, no era mi objeto de estudio, allí solo se encontraba la evidencia empírica de mi tesis. Daba igual si es *manhunt.net* o *gaydar.com*⁴, la pregunta era lo que guiaría todo. En segundo lugar, debía asumir que mi formación académica no tenía nada que ver ni con la Sociología, ni con la Antropología, menos con los asuntos de género, ni con las masculinidades. Era un historiador con un Master en Comunicación que tenía diez, de mis quince años de carrera universitaria, en el área de la Comunicación Alternativa y/o Comunitaria en Venezuela. Es decir, lo único que podía ver era dos opciones: estudiar esta web social desde una perspectiva como emisor y a los usuarios como receptores. Aun así, este enfoque disciplinar resultaba una camisa de fuerza para lo que yo sentía era un tema más complejo. Pensar sobre esto, me hizo recordar lo siguiente.

Durante mis asesorías de proyectos de tesis en Venezuela, discutíamos entre algunos pocos colegas, que las tendencias temáticas de las investigaciones comenzaban a ser inéditas y que había una inclinación a considerar con más fuerza aquellos aspectos sociales que hasta entonces se tenían como marginales en la academia venezolana: hombres maltratados por mujeres, mujeres afectadas por violencia de género, reggetoneros, skateboarders, vida de malandros, *gays*, lesbianas. Recuerdo que en una oportunidad nos

⁴ Gaydar.com es un sitio *web* creado en 1999 por Gary Frish y Henry Badenhurst para hombres homosexuales y bisexuales y ha sido uno de los más populares del mundo.

preguntamos, ¿qué está pasando?: el interés por estos temas se imponía sobre aquellos temas de índole comunitario que eran prioritarios dentro del *pensum* de la escuela donde ejercía como maestro. De un año para otro el interés por temas de la diversidad sexual apareció como un *boom*, incluso de la mano de jóvenes transexuales que asumían públicamente su identidad, se formaron grupos de estudio sobre la diversidad sexual, se organizaron charlas, video-foros de discusión, entre muchas otras actividades. El fin último de la tesis o proyecto de grado de la escuela en donde laboraba entonces, era investigar, siempre y cuando los estudiantes culminarán su proyecto, transformando esos resultados en productos comunicacionales para radio, televisión, cine, prensa o internet. Siempre limitados por la línea mediática. Aun cuando la universidad se decía de izquierda, la consideración más importante era que el egresado finalmente fuera un técnico capaz. Finalmente, era lo que el Estado venezolano necesitaba, según el gobierno.

Para mí era claro que algo estaba ocurriendo con los intereses de investigación de los estudiantes, pero que el área de la Comunicación resultaba ser un espacio “disciplinar” tanto para ellos como para mí. Fue esa conclusión la que me permitió desviar la mirada a otro campo distinto de la Comunicación. Así llegué al programa de estudios doctorales del Instituto de Investigaciones Culturales – Museo en la ciudad de Mexicali.

Una vez adentro, me di cuenta que muy poca gente, ajena al instituto, pero dentro de la misma universidad y al mundo académico no entendía la materia de mi doctorado, es decir: Estudios Socioculturales. Mi primer intento de traducir algunas ideas que había leído de Hoggart, Williams o Hall no funcionaron. Llegué a decir, “es una combinación entre la antropología y la sociología”. Pero aún la definición seguía siendo muy vaga. Un día se me ocurrió definirlo como “un área que estudia todas aquellas manifestaciones sociales o personas que parecen, lucen como raras, aquellos marginados, o por lo menos, que hacen

cosas distintas a las que tradicionalmente todo el mundo haría y que las disciplinas tradicionales no desean, no pueden y se niegan a explicar o estudiar”. A partir de entonces, mis múltiples interlocutores empezaron a entenderme mejor. Y yo, a sentirme más cómodo. En esta definición entraban las personas tatuadas, con piercings, las mujeres asesinas, los violadores, secuestradores, las mujeres, los *gays*. Recuerdo que, en una reunión de un amigo de la maestría, mi antigua *room mate* y yo habíamos captado la atención de nuestros compañeros de mesa cuando aclaramos de qué iba esto de los Estudios Socioculturales, y específicamente, nuestras tesis. Cobramos su atención dibujando a cada uno de estos sectores de la sociedad y productores de cultura que se invisibilizan en las investigaciones tradicionales, y así, fue la primera vez que creímos que estábamos frente a una excelente oportunidad de visibilización política. Esto último ya lo sabíamos, pero creo que en el fondo ninguno de los dos lo creía hasta ese entonces.

El último episodio que me permitió estar consciente de la importancia que tenía un trabajo como éste, fue la muerte de mi amigo José en 2016, el que me habló de *Manhunt* por primera vez. José murió en un hospital de Caracas porque se complicó con una neumonía. En la actualidad es difícil morir por neumonía a menos que vivas en un país como Venezuela en donde no hay medicamentos básicos de ningún tipo. La verdad es que José era VIH positivo y decidió no tomar retrovirales. Al tomar esa decisión, cualquier ataque a su sistema inmunológico podía ser mortal y así fue. Su muerte me hizo recordar que en algún momento me dijo: “No quiero que te compadezcas de mí. Sé exactamente cómo pasó”. Luego de la relatoría de cómo José se contagió, asumió que ya nada más podía pasar. Él había decidido “joderse” la vida inconscientemente. Aunque tiempo después lamentó que su entrega en el acto sexual no pudo garantizarle el afecto de esa persona, su padecimiento por encontrar un compañero disminuyó considerablemente. Después de lo ocurrido no había más

que hacer que seguir adelante, con condones en manos, pero solo. El amor no era ya, ni una esperanza, no era sino como algo que se evoca, su ausencia ya no dolía tanto, al menos no como antes.

Confieso que esta muerte ha sido la que más me ha afectado durante la realización de este trabajo. Y me afectó porque podría pensarse que ser portador del VIH pudiera acercarte afectivamente a otros que se encuentran en la misma condición porque elimina un miedo latente al rechazo. Pero, aun así, ni siquiera esto pudo acabar con la soltería de mi amigo. Murió sin tener al lado al compañero de amor que siempre soñó.

Su muerte me hizo pensar que se trata de un círculo de cuerpos que frecuentan cuerpos distintos con deseo sexual, en realidad, con necesidad afectiva, pero muy pocos pueden develar esa necesidad y arriesgarse. Ante tal miedo, el deseo sexual se impone como una especie de pulsión de vida y muerte, efervescente, contradictoria, que se apaga instantáneamente en la eyaculación.

Todas estas experiencias me habían estado acercando a mi tema de investigación, y aun cuando había leído lo suficiente creo que no fue sino hasta el momento final de la tesis, que pude asimilar que había sido mi subjetividad la que me había permitido relacionarme en este mundo de hombres. Dado que asumí esto, también lo hice seleccionando la ciudad en la que nací. Finalmente fue desde Caracas que me pude conectar a este mundo, y pese a que me he mantenido algunos años entrando y saliendo del país, puedo reconocer las idiosincrasias propias del lenguaje.

Así pues, me planteé estudiar las representaciones sociales que realizan los hombres homosexuales de la sección de Caracas, Venezuela en la web www.manhunt.net.

Adopto el concepto de representaciones sociales, propuesto por Moscovici (1979):

“es una modalidad particular de conocimiento cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. Es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación” (p. 17-18).

La definición de Moscovici permite apuntar que las representaciones sociales se encuentran en dos ámbitos: el psicológico y el social. A diferencia de lo que pudiera interpretarse, el estudio de éstas, no implica un posicionamiento sobre el individuo. Sino, todo lo contrario, sobre lo social. Las representaciones sociales capturan el conocimiento socialmente elaborado y compartido porque operan dentro de lo que se conoce como el sentido común.

Una manera de interpretar y de pensar nuestra realidad cotidiana, una forma de conocimiento social. Y correlativamente, la actividad mental desplegada por individuos y grupos afín de dejar posición en relación son situaciones, acontecimientos, objetos y comunicaciones que les conciernen” (Jodelet, 1984, p, 473).

A partir de lo que dice Jodelet (1984), debo acotar que el área de interés de esta tesis es social porque tributa a los Estudios Socioculturales que se hacen desde la frontera norte de México y se alinea con este afán de conocer cómo los sujetos actuales interpretan, sienten y piensan la vida cotidiana. El concepto de representaciones sociales permite capturar ese mundo en movimiento, de lo colectivo, precisamente porque se trata de un pensamiento compartido entre personas o grupos que “refuerza una manera particular de dibujar y evaluar el conocimiento del mundo social de una persona individual” (Moscovici, 1979, p. 25).

Pero, además, porque alude al hecho de que estas representaciones son producidas en interacción. En consecuencia, son sociales, son compartidas y tienen una función social.

Esta necesidad de comprender la vida social en construcción me ha llevado a realizarme la siguiente pregunta de investigación: ¿Por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad?

Así pues, que, este trabajo se pregunta por el conocimiento espontáneo, el del sentido común como lo llama Jodelet (1984), que tienen los sujetos homosexuales que interactúan en la red virtual *Manhunt*. La ventana a través del cual capturo estas interacciones es a través del perfil de usuario y entiendo éste como una construcción individual que realiza cada miembro de la página web con el fin de fomentar la interacción. Al formularme esta pregunta, me propongo interpelar lo socialmente compartido por los sujetos que usan esta red y que no resultaba tan fácil de capturar antes de la aparición de internet y en especial, de este tipo de redes.

Como premisa de investigación sostengo que:

Las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, y en particular, los de la sección Caracas, Venezuela, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad porque se encuentran en espacios que han sido diseñados bajo lógicas heteronormativas. Al encontrarse en este tipo de espacios, en los que además se rinde tributo a la fuerza física, virilidad, sexualidad, promiscuidad, infidelidad, las representaciones sociales tributan en consecuencia al modelo heteronormativo propuesto simbólicamente por el sitio web, reproduciendo dentro del grupo homosexual un sistema de discriminación. Aun cuando se esperaría que los homosexuales pudieran producir en estos espacios representaciones menos apegadas a la norma,

reproducen las características de la condición heterosexual: sexismo, misoginia, homofobia y adultismo. Lo que quiere decir que la única manera de interactuar con otro es a través de representaciones sociales que refuerzan lo heteronormativo.

Como supuesto de la investigación establezco que:

La heterosexualidad está en su punto de efervescencia máxima. A tal punto que, los homosexuales más que liberarse del mundo heterosexual, se están acoplando al modelo, lo que ocasiona una imposibilidad afectiva, emocional y muchas veces sexual. Por su parte, el sitio web en estudio, aun cuando intenta construir un mundo exclusivo para *gays*, contribuye a la producción y reproducción de representaciones sociales heterosexuales, produciendo un círculo vicioso en los que los sujetos dentro de la red se convierten en un objeto de deseo sexual. Así pues, la única opción posible es que el usuario permanezca como mero espectador de cuerpos que jamás podrá tener, que acepte entrar al juego de cuerpos que frecuentan cuerpos esporádicamente por sexo o deconstruir su heterosexualidad normativa para poder tener a su alcance una alternativa distinta que lo aproxime a un mundo afectivo y emocional menos inestable, pasajero, esporádico.

En función de lo anterior, esta tesis doctoral se propone los siguientes objetivos de investigación:

Objetivo General:

- Comprender por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad.

Objetivos específicos:

1. Ubicar el contexto de desarrollo en que surgen las plataformas de redes virtuales para homosexuales.

2. Exponer una revisión documental sobre las investigaciones que se han realizado entorno a representaciones sociales vinculadas con lo homosexual y en redes sociales virtuales.
3. Desarrollar un modelo teórico que configure los conceptos de redes sociales virtuales, representaciones sociales y hegemonía heteronormativa.
4. Presentar una propuesta teórico- metodológica para el estudio de las representaciones en la red social *Manhunt.net*.
5. Caracterizar las representaciones sociales que construye el sitio web y aquellas sobre la heteronormatividad que realizan los sujetos miembros de la web social *Manhunt.net* a través de los perfiles de usuarios.
6. Interpretar los resultados de los análisis a partir de las categorías enunciadas en el marco teórico.

Justificación e Importancia

Una vez expuestos los objetivos de la investigación, considero necesario establecer el alcance y relevancia que puede tener una investigación de este tipo en los actuales momentos. Como he mencionado, el resultado que aspiro obtener es comprender por qué las representaciones sociales que realizan hombres gays de la sección Caracas, Venezuela, en una web social como *Manhunt*, parecen reforzar el discurso hegemónico sobre el varón, lo masculino y específicamente, la heteronormatividad.

Podría aspirarse que estudios de este tipo puedan dar cuenta de lo variopinta y compleja que puede ser la sexualidad masculina una vez que en estos ambientes virtuales no existe la presión social del mundo heterosexual porque se tiene la noción de que se trata de un sitio para hombres que buscan hombres. Es posible pensar que internet y en particular

estas webs sociales para homosexuales estén posibilitando además de nuevos espacios de interacción social, el surgimiento de nuevas representaciones sociales, distintas a las que se tienen hasta ahora sobre la cuestión homosexual porque el sujeto se encuentra “liberado” psicológica y socialmente. Por ello, resulta necesario auscultar.

El planteamiento anterior coincide con algunos postulados que tienden a ubicar a los usuarios de internet en una posición de protagonismo respecto al sistema mediático tradicional porque los usuarios tienen la posibilidad de “leer, escribir, mezclar, modificar, publicar, seleccionar, organizar y clasificar colectivamente contenidos en la web” (Rodríguez, 2008, p. 4), inaugurando una nueva cultura mundial y que los presenta como un nuevo sujeto mediático; activo y con un poder creativo capaz de construir nuevas ideas.

Este discurso casi apologético sobre las tecnologías informáticas y los diversos desarrollos de interacción virtual que se derivan de éstas, en especial, de las llamadas redes sociales virtuales,⁵ parece consolidarse sobre todo en estudios académicos que tienen como propósito tópicos relacionados con citas virtuales, ligue virtual, lo *gay* en internet, *dating*, *virtual dating*, *gay dating*, *on line hook up*, *crusing on line*, *virtual dates*. Dentro de estos estudios, a los que hago referencia en la sección *Estado del Arte*, se puede identificar un énfasis en el análisis de producción, uso, comercialización, consumo, recepción de los usuarios de internet, pero no en alguna discusión sobre el tipo de construcciones que están haciendo los usuarios.

⁵ Al respecto pueden revisarse algunos de los aportes de la Ecología de los Medios y la Teoría de las Industrias Creativas que afirman que un nuevo sujeto mediático ha surgido; activo y con un poder creativo capaz de construir nuevas ideas en Islas, O. (2009). *La convergencia cultural a través de la ecología de los medios*. Disponible en la siguiente liga: http://cmap.javeriana.edu.co/servlet/SBReadResourceServlet?rid=1345242994892_701626838_1612. También puede consultarse: Islas, O. (2016). El prosumidor en: *Razón y palabra*.

Así pues, el problema parece estar centrado en lo tecnológico, su apropiación y uso. Sin embargo, tal ausencia constituye una oportunidad para el desarrollo de esta investigación, en primer lugar, porque permite cuestionar por una parte que abrir canales de interacción medio-usuario y usuarios-usuarios, no garantiza necesariamente un cambio en el rol de los sujetos, de pasivo a activo. Técnicamente pudiera hablarse de un desplazamiento hacia la interactividad, pero tal cosa no garantiza que el sujeto se convierta en ente activo. Consideraré entonces que los sujetos activos tienen construcciones críticas, plurales y diversas en este tipo de redes.

De acuerdo con el planteamiento anterior, la web social en estudio debería reflejar una construcción sociocultural alterna al sistema discriminatorio que se ha construido en torno a la homosexualidad. Y debería expresar la pluralidad, heterogeneidad y complejidad de la sexualidad. Pero, como señalaré en los análisis de los resultados, tal cosa no ocurre.

Así pues, considero que el mayor aporte de un trabajo de este tipo puede ser, advertir que la homosexualidad actual, tal y como está concebida bajo la égida de estos espacios de comercialización de la sexualidad, requiere de sujetos más críticos que puedan cuestionar su propia homofobia. Quizás allí se encuentre el mayor aporte de este trabajo, al revelar que detrás de cada perfil se encuentra una profunda carga sexista, homofóbica, racista, xenofóbica que imposibilita el encuentro social y afectivo entre pares e incrementa un sistema de discriminaciones feroz entre los mismos *gays*.

Desarrollar estudios de este tipo desde el campo de los Estudios Socioculturales, permite alejar la mirada de los campos disciplinares para interpelarlos al mismo tiempo. La academia anglosajona ha demostrado un profundo interés en los temas vinculados a la diversidad sexual, sobre todo con la internet y redes sociales virtuales. Algunas referencias a estos trabajos pueden seguirse en la relación que presento en la sección de *Estado del arte*.

América Latina concebida como un ciberterritorio, ofrece cientos de posibilidades de investigación. Hay que comenzar por algún lado para comprender las construcciones que los latinoamericanos realizan en el ciberespacio, sobre todo, en plataformas que homogenizan e institucionalizan lo *gay* como una cultura.

La subjetividad como ventana epistemológica en esta investigación:

Luego de iniciar una introducción tan anecdótica y personal, creo que era imposible dejar de hacer algunos señalamientos importantes de orden epistemológico que guiaron la investigación y en consecuencia el proceso escritural de esta tesis doctoral. Finalmente, terminé escribiendo como Behar (1993), en primera persona y confieso que jamás me había sentido tan agradecido de llegar a este punto, porque puedo ver mucho más que antes.

Tal como mencioné, jamás había realizado un escrito en primera persona y en el que ofreciera tantos detalles de mí como lo hago en las líneas anteriores a este apartado. A decir verdad, este estilo académico me resultaba bastante lejano y hasta impropio, dado que provengo como muchos otros, de una rígida formación positivista de la que hoy en día no niego. Luego de adentrarme en la lectura de algunos autores que para mi formación doctoral han sido claves en este proceso (Atkinson y Hammersly, 2007; Madison, 2005; Marcus: 2006; Behar, 1993, 1995, 1996, 2007; Abu Lughod, 1993) creí posible tomar el riesgo y adentrarme en el ensayo escritural en primera persona. Este estilo me ha ayudado no solo a aclarar la situación de estudio, para comprender y explicar las complejidades de la sociedad y la cultura y, al mismo tiempo ha servido como un refugio para comprenderme como sujeto afectivo en medio de esta *vorágine* de cuerpos.

Durante el recorrido investigativo realizado durante estos años, el proceso de recolección de datos no dejó de generarme dudas sobre si estaba perdiendo objetividad, dada la cercanía con el tema. El proceso escritural en cambio que guarda relación con la sistematización de estos datos, me fue permitiendo confirmar que mi interés subjetivo ha sido crucial para acercarme no solo al tema, al *web site*, a los perfiles de usuarios y a algunos sujetos con los que he sostenido conversaciones durante el proceso de investigación.

Aun así, considero necesario explicar en este apartado algunos de los conflictos epistemológicos en los que una investigación de este tipo me ha puesto. Pretendo discutir a continuación cómo la subjetividad, y en particular, mi subjetividad, ha servido como una ventana a través del cual se puede contemplar la complejidad de espacios virtuales específicos.

La subjetividad se ha convertido en la actualidad, en un foco de discusión importante en los centros de investigación de las universidades mundiales. El debate, aunque nada novedoso, salta a la palestra pública en áreas de la investigación como los Estudios Socioculturales, porque en esta área se asume con “tranquilidad” que el sujeto investigador tiene algún tipo de conexión con el tema mucho antes de empezar a investigarlo formalmente.

En mi caso, era usuario de la red social virtual que estudio mucho antes de formalizar mi trabajo doctoral. Este tipo de conexión ha generado una serie de preguntas y cuestionamientos cotidianos y que son posibles de traducir para ser respondidos académicamente en el marco de las líneas de investigación que ofrece el doctorado. A mi parecer, esto constituye –afortunadamente- el primer acto de irreverencia del doctorado contra la formación positivista porque, *reconoce que somos parte del mundo social que estudiamos* (Atkinson y Hammetry, 2007, p. 2), y, en consecuencia, conduce a

investigaciones que puedan ser impulsadas desde el paradigma cualitativo en el que la estandarización y las verdades absolutas ya no son necesarias para ofrecer explicaciones. Se trata ahora de reconocer como refiere Behar (1995) que, las *verdades parciales* son construcciones que posibilitan interpretaciones que se definen a partir de la posicionalidad etnográfica del investigador. En consecuencia, al no existir la necesidad de búsqueda de una verdad absoluta, la experiencia del sujeto investigador es un valor en la investigación, la subjetividad revela un método y a su vez, un nuevo estilo de escritura.

Una de las razones por las que considero que objetividad y subjetividad siguen siendo temas álgidos de discusión aún en centros de investigación como en el que realicé mi doctorado, tiene que ver con que la mayoría de los investigadores –entre los que me incluyo– han sido formados bajo la égida del conocimiento objetivo, en los que el sujeto investigador debe permanecer “alejado” del objeto de estudio, casi como en un ejercicio de simulación de un laboratorio. Pese a que ya se ha discutido que inclusive el conocimiento proveniente de las Ciencias Puras, se vincula a las características del sujeto que conoce, aún queda mucho por discutir sobre cómo se conoce y desde dónde se conoce en áreas de investigación como la que enmarca a este trabajo, porque es justamente la subjetividad la que determina la relación entre sujeto y objeto de estudio.

La tranquilidad de los académicos parece no quebrantarse hasta verificar cómo estos trabajos develan el método; la subjetividad *per se* y cómo ésta toma forma literaria, fabulada en algunos casos como lo denomina Marcus (2006), domina el escrito desde principio a fin. No hay quien, aun comprendiendo que se trata de tomar riesgos e ir más allá de los cercos que el positivismo nos heredó, accione sus alarmas para cuestionar decisiones relativas al método con categorías que son propias del positivismo.

Antes de que alguno se sienta aludido, diré en su defensa que, no se pueden abandonar las categorías epistemológicas con las que hemos aprendido a conocer y conocemos el mundo tan fácilmente. Pero sí podemos tomar riesgos en la manera de conocer. Y en ese sentido, habría que empezar por considerar otras posibilidades de acercamiento y conocimiento de las realidades. Siempre habrá la necesidad –al menos lo siento así en mi generación- de recurrir a alguna categoría de ordenamiento heredada del método científico, sobre todo, para la evaluación de trabajos como éstos, que no pretenden ser respuestas absolutas, así como tampoco estandarizar a los homosexuales. Entiendo que no es fácil. La primera vez que leí a Ruth Behar (1993), lo hice con el texto *Translated Woman* en el que narra la historia de Esperanza. Sin ánimos de extenderme en la referencia, recuerdo el impacto que tuve cuando leí aquel libro y la manera en que fue escrito. Era para mí una novela. ¿Cómo es que esta novela sea un trabajo académico pensé? Behar sentada en la cocina de Esperanza tomando el café, o en el patio oyendo las historias de su testimonio que finalmente se convirtió en su amiga, citas de las conversaciones de ambas que podían tener más de una página. ¿Y esto era posible? Evidentemente mi sistema epistemológico positivista era el que no me permitía ver más allá de lo que Behar narraba, fabulaba.

Mi tranquilidad se perturbó aún más cuando leí de la misma Behar (2007), *An Island Called Home* y *The Vulnerable Observer* (1996). Ambos vinculados con la vida familiar de la autora, con su propia vida, con sus emociones. Y fue finalmente cuando llegaron a mi laptop otros textos, provenientes de la *Critical Ethnography* los que terminaron por acoplar mi mirada para hacerme confesar *to my self* que ha existido una conexión emocional con este tema porque está vinculado a una parte de mi sexualidad, de mi vida.

Estos textos, mis entradas y salidas de la red virtual en estudio, mi “soledad” acumulada al término de la escritura de esta tesis, la distancia que he tomado -incluso por

meses- en los que requerí no ingresar al *web site* y finalmente la muerte de mi amigo José me han permitido comprender que este trabajo tiene un sentido para mí y es más del que supuse inicialmente: no es solo una tesis doctoral. Es un espacio de trabajo donde se aclaran muchas de mis dudas y preguntas. Este trabajo trata sobre mí como sujeto investigador y también como sujeto afectivo. En este sentido, creo que es claro que desde la primera línea hasta la última, el lector entienda que no negaré que este es un trabajo absolutamente subjetivo y que busca anheladamente encontrar esas otras subjetividades.

Asumir que este tema me afectaba emocionalmente, me hizo entender que desde mi subjetividad podía ver elementos que otros no podían. Así pues, que este trabajo se inscribe en la línea cualitativa de la investigación porque busca la subjetividad misma y contribuye al conocimiento y comprensión de las representaciones sociales que realizan y comparten los homosexuales de Caracas en internet.

Así mismo, es necesario apuntar que, al proponerme el estudio de las representaciones sociales que realizan los hombres de Caracas en una red social virtual, intento comprender éstas en este contexto virtual y, al hacerlo me dirijo en dirección a un enfoque interpretativo que me permita comprender el significado de este fenómeno social.

En este sentido, y aunque esta tesis apunta, entre otras cosas, hacia una crítica de las consecuencias emocionales y afectivas que tienen para los homosexuales, el sistema patriarcal, y en específico, la heteronormatividad, acudo a dos marcos referenciales interpretativos para acercarme a esta realidad. Uno de ellos, el interaccionismo simbólico y el otro, la etnografía.

El interaccionismo simbólico sostiene que los humanos actúan a partir de los significados que le adjudican a las situaciones, personas y objetos de su vida cotidiana. Estos significados provienen a su vez de la interacción que la persona tiene con otros humanos y

se mantiene o modifican de acuerdo a los procesos de interpretación que cada uno tiene cuando establece contacto con el mundo. Del interaccionismo simbólico tomo tres principios teóricos-metodológicos que apunta Alvarez-Gayou (2003). Éstos son: estar en el lugar donde se presentan las interacciones y donde están los grupos, explorar la realidad que se estudia para identificar las líneas de relación y “lograr que las herramientas conceptuales del investigador evolucionen a la luz de lo que se va conociendo de la parte estudiada” (p. 71).

Dado que esta investigación trabaja con representaciones sociales y que el interaccionismo considera que el significado de las cosas deriva de la interacción social, acudo a esta última perspectiva para demostrar cómo *Manhunt.net* es un lugar de interacción donde se agrupan personas de manera virtual y en las que el sitio actúa como un promotor de las interacciones, pero también como un productor de significados y acciones.

El segundo marco referencial interpretativo en el que se ancla esta investigación es el etnográfico porque fundamentalmente este trabajo lo inicié preguntándome ¿Qué está ocurriendo aquí?, ¿Por qué estos hombres actúan de esta manera? La tesis contiene una descripción detallada de los aspectos técnicos, contextuales y humanos que componen este ambiente cultural, y presenta, en un sentido más amplio, una fabulación desde el inicio hasta el final en el que se busca comprender las representaciones sociales que realizan estos hombres. Los detalles de cómo ha sido estructurado metodológicamente el trabajo de investigación se encuentran en el capítulo IV en donde me referiré específicamente a la ciberetnografía.

Estos dos marcos referenciales interpretativos atraviesan la tesis, aunque me refiera a ellos en mayor o menor detalle en algunos apartados. Acudir a éstos, me ha permitido al menos objetivar mi subjetividad y valorar en su dimensión las imágenes y textos que recopilé. Para ayudar a mis lectores en el seguimiento de las descripciones, opté por incluir

ilustraciones dentro del texto, así como algunas tablas que pueden facilitar la relación de los datos durante la lectura.

La tesis consta de seis capítulos. El primero, destinado a abordar algunas características contextuales que permitan ubicar a los lectores sobre cómo es que surgieron este tipo de redes virtuales para homosexuales. En el segundo capítulo se encuentra el *Estado del arte* sobre masculinidades, varones, representaciones sociales y redes sociales virtuales. Seguidamente, un tercer capítulo, en donde abordo las bases teóricas de la tesis. En la primera sección consideré pertinente referirme al interaccionismo simbólico como marco teórico referencial que empleo en esta tesis. Una vez hecho esto, el lector encontrará una segunda sección en donde trato los conceptos de redes sociales virtuales, representaciones sociales y discuto finalmente los aspectos vinculados sobre la heterosexualidad como ordenadora de la sexualidad humana y cómo ésta actúa para sancionar todo lo que esté al margen. Para esta última discusión opto por trabajar con la propuesta de Oscar Guasch (2000).

En el cuarto capítulo presento los detalles de cómo fue estructurado metodológicamente el trabajo. Finalmente, los capítulos quinto y sexto están dedicados a presentar los análisis de los resultados: del sitio *web* y perfiles de usuario respectivamente.

Una vez presentados estos resultados, encontrará el lector las conclusiones en las que realizo algunas consideraciones finales del estudio. En estas consideraciones retomo los aportes teóricos que ha realizado Guasch (2000) al tema de la heteronormatividad hegemónica y lo contrasto con los resultados obtenidos para rebatir la tesis del autor sobre una crisis de la heterosexualidad. Pretendo al final de la tesis acotar que no existe una crisis de la heterosexualidad como apunta el autor.

Capítulo I

Sexo en un “*click*”: referencias al contexto en el que se desarrolla este estudio.

*“Cualquier hombre.
En cualquier momento.
En cualquier lugar”.*

En este capítulo expongo algunos elementos de interés sobre el contexto de desarrollo tecnológico en el que se han surgido sitios webs para hombres homosexuales.

El ciberespacio, concebido como un espacio-lugar-abstracto de acumulación de información organizado por una red, ha pasado a ser un punto de referencia cultural y de liberación simbólica con relativa importancia para una gran parte de la población mundial del siglo XXI porque ha reconfigurado “las relaciones humanas y los procesos comunicativos a partir del uso de elementos y técnicas para el tratamiento, transmisión y difusión de información y conocimiento” (Fernández y Ortiz, 2008, p. 46-47).

Tal afirmación debe ser comprendida en el marco de los cambios ocurridos a finales del siglo XX en el que las tecnologías hicieron posible que la información se convirtiera en producto del proceso de producción, tal como lo refiere Castells (1996). La internet modificó la forma de vivir de una gran parte de la población planetaria (Turner, 2006), se instauró una nueva forma de interacción y aunque los alcances se encuentran lejos de ser globales, lo que si es cierto es que logró la reconfiguración de las relaciones humanas y los procesos de comunicación. Su impacto no solo ha incidido en todas las esferas de la actividad humana, sino que también difundió “en la cultura material de nuestras sociedades el espíritu libertario que floreció en los movimientos de la década de los setenta” (Castells, 1996, p. 4) y que ha permitido la apropiación tecnológica desde distintos intereses alrededor del globo terráqueo, generando una vasta gama de usuarios individuales y comunidades virtuales.

Según los indicadores del último informe de *We Are Social* y publicada por *El Tipómetro* (2016), de los 7.395 millones de habitantes del planeta, 3.419 millones tienen acceso a internet y 2.307 millones usan regularmente las redes sociales virtuales. Jamás el mundo había sido testigo de un proceso de penetración y apropiación tecnológica tan rápido y tan importante en cuanto a circulación de información se refiere. A diferencia de cualquier otro proceso histórico de la humanidad, a finales del siglo XX se produjo una revolución

tecnológica cuyo rasgo distintivo es definido por Castells (1996, p.61) como la creación de un *círculo de innovación y usos* en el que los usuarios de la tecnología crearon, reconfiguraron y desarrollaron aplicaciones. Esto quiere decir que los mismos usuarios pueden tomar el control de herramientas como la internet para producir sus propios contenidos y significados.

Este proceso de apropiación ha posibilitado la aparición de cientos de grupos que, agrupados bajo la figura de organizaciones civiles o simplemente como colectivos entorno a intereses comunes o luchas sociales, mantienen un espacio en la red. Una de las comunidades que se ha abierto espacios a través de blogs, foros de discusión, páginas web y más recientemente cuentas de Twitter, Instagram y Snapchat para conformar espacios políticos de visibilización, discusión y ocio sobre sus intereses, ha sido la población *sexo-diversa*⁶ o de la *disidencia sexual*.⁷ Sin embargo, haría falta una revisión más profunda que permita realizar un seguimiento de estas iniciativas colectivas, muchas de ellas, orientadas políticamente en la construcción de una conciencia política a favor de las minorías sexuales.

Aun cuando el ciberespacio da cuenta de la existencia de este tipo de organizaciones, su visibilidad ha sido opacada progresivamente por una vorágine empresarial que ha creado un singular número de opciones de interacción *on line* y que deja algunos de estos espacios políticos como espacios asistenciales de información y contacto, como, por ejemplo, *web sites* que asisten a la comunidad VIH-SIDA.

⁶ Entiendo por comunidad *sexo-diversa* al conjunto de personas gays, lesbianas, transexuales, travestis, transgéneros, consideradas como minorías sexuales y que se agrupan bajo las siglas GLBT o LGBT para la lucha y exigencia política en el reconocimiento de derechos civiles.

⁷ Acerca del término *disidencia sexual* afirma el Prof. Héctor Salinas, nombra y reivindica identidades, prácticas y movimientos no alineados con la heterosexualidad. Ver sitio web: <https://sexolibreradio.wordpress.com/2012/04/24/disidencia-sexual-y-de-genero/>

Tal parece como refiere Lennard (2008, párrafo 1) el mercado se deglutió “buena parte de la rebeldía contestataria de la comunidad GLTB para convertirla en un mero estilo de vida vacuo y domesticado”, y que han sabido aprovechar de manera efectiva algunas empresas responsables del diseño y estructuración de ambiciosas plataformas de negocios que se presentan en el ciberespacio como redes de socialización virtual.

Así, el ciberespacio ha posibilitado una importante gama de conexiones virtuales a través de plataformas, fomenta la aparición de numerosas webs sociales y potencia las redes sociales que ya existían. Las plataformas digitales han impulsado el desarrollo de redes sociales virtuales o web sociales para la búsqueda o encuentro de parejas amorosas o sexuales. Estas plataformas se han generado en contextos de expansión que el mismo desarrollo tecnológico ha posibilitado. Y son “sistemas tecnológicos y de mercado donde productos, servicios o tecnologías propias o de compañías y desarrolladores externos se reúnen para crear un entorno de oferta complementaria que aumenta el valor de la propia plataforma para usuarios y proveedores” (Valero, 2010, p. 46).

Las plataformas digitales funcionan como un canal dentro de la internet en el que se agregan contenidos y servicios con miras a la comercialización. Aunque cada proveedor estructura su propio modelo de negocio y existen distintos tipos de plataformas, las que tienen el mayor porcentaje de usuarios del mundo, son las sociales, conocidas como redes sociales virtuales o webs sociales. Para efectos de esta investigación privilegiaré el uso de web sociales para referirme al conjunto de aplicaciones y servicios que funcionan dentro de las plataformas digitales y que ubican al usuario como actor principal del proceso de interacción.

Detrás de estos sitios hay un nuevo tipo de empresa cuya característica fundamental consiste en:

No generar directamente la facturación a través de las transacciones económicas, sino a través de la publicidad, las cuotas de sus miembros y las comisiones, a cambio de lo cual ofrecen servicios gratuitos en la red. Algunas de estas compañías son proveedoras de contenidos, otras son intermediarias de mercados. Entre ellas hay empresas de medios de comunicación, empresas de corretaje, revendedores, portales y otros intermediarios. Entre estas compañías hay algunos nombres célebres a pesar de su corta historia: Yahoo, E-Bay y E-Trade (Castells, 1996, p. 191).

Algunas de estas compañías tenían tiempo dedicadas a la prestación de servicios al público homosexual y vieron en internet una oportunidad para expandir sus negocios. Otras compañías en cambio, sin ningún tipo de experiencias previas, pudieron leer con agilidad las tendencias ofrecidas por los datos que provenían de los millones de personas que comenzaron a hacer uso de la red de redes y así se fue estructurando un conjunto de empresas, gestadas la gran mayoría en el mundo anglosajón, que desarrollaron grandes sitios en internet, especializados en atender las necesidades de grupos particulares de la disidencia sexual.

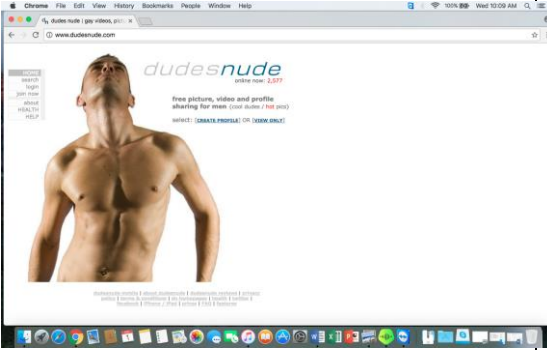
Resulta necesario acotar que para que este nuevo sector empresarial pudiera desarrollarse fue necesario un desarrollo tecnológico más avanzado del que se tenía noción a finales de la década de los noventa. Me refiero a la implementación de la tecnología digital,

y con ella, el advenimiento de la web 2.0⁸ en la primera década del siglo XXI, que a diferencia de su antecesor web 1.0, tiene como rasgo fundamental, dinamizar y socializar un conjunto de herramientas que eran exclusividad de un programador. A partir de la web 2.0 los usuarios comenzaron a “leer, escribir, mezclar, modificar, publicar, seleccionar, organizar y clasificar colectivamente contenidos en la web” (Rodríguez, 2008, p. 4), inaugurando una nueva cultura mundial.

Es a partir de la tecnología digital que se puede distinguir uno de los más grandes cambios en los usos y consumos de la humanidad porque finalmente la red de redes permitirá “empaquetar todo tipo de mensajes, incluido el sonido, las imágenes, y los datos” para producir una de las más grandes revoluciones en la cultura del siglo XXI (Castells, 1996, p.77). En este marco, el desarrollo tecnológico que se da a partir del año 2000, generará una expansión definitiva de usuarios y productores entorno a la red y el surgimiento de un copioso sector empresarial proveniente del mundo anglosajón que logra capitalizar, en América Latina, la atención de la población homosexual, haciendo que las salas locales de *chats* usadas para flirtear o contactar nuevos amigos, quedaran en desuso, para dar paso a algunas de las modernas plataformas digitales cuyos dominios menciono en el Cuadro No. 1 y que se encuentran *on line* al momento de culminación de este trabajo.

Cuadro No. 1. Plataformas digitales para el encuentro de hombres *gays*.

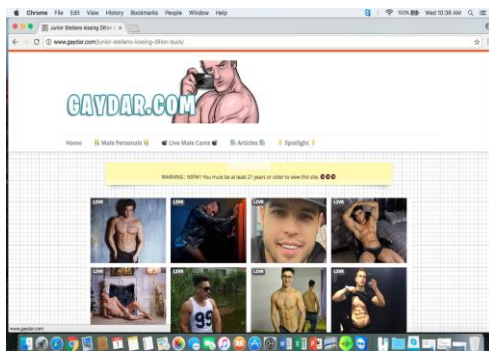
⁸ Sobre las diferencias técnicas entre web 1.0 y 2.0, los cambios que cada una de estas tecnologías sugiero revisar el informe de Rodríguez (2008) quien presenta algunas diferencias importantes entre las dos versiones web.

www.dudesnude.com 	Es un sitio de citas para hombres. En este sitio los hombres pueden compartir videos y fotos gratis, además de sus perfiles de usuario, <i>web cam</i> y fotos. Aquí se pueden ver fotos de desnudos, así como videos y perfiles sin tener que llegar a ser miembro. O simplemente disfrutar de la cámara, el <i>chat</i> o ligar con algún otro miembro.
www.gayromeo.com 	Es la red social virtual número uno de Europa. Al menos así se hacen llamar. Nace de la necesidad de crear una red virtual ya que <i>iPhone</i> o Facebook no tenían para el año 2002 ninguna propuesta que ofreciera este servicio. Aunque comenzó como un <i>hobbie</i>, para el año 2009 se convirtió en la plataforma de conexión número 1 de Alemania y posteriormente en toda Europa.
www.bakala.org	A diferencia de otros <i>webs sites</i>, para obtener más información sobre qué tipo de red es, es necesario suscribirse como miembro. A través del buscador <i>Google</i> pude encontrar que se trata de otra red para el contacto de hombres, pero que está abierto a otras preferencias sexuales



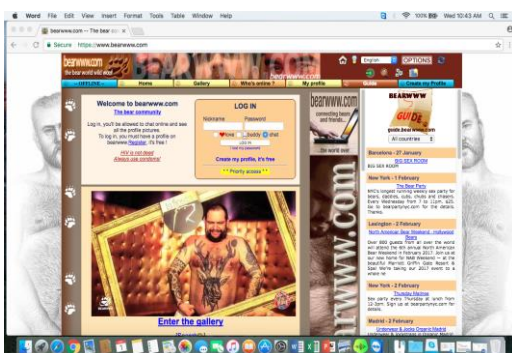
(http://www.ciao.es/Bakala_org_Opinion_1232580)

www.gaydar.com



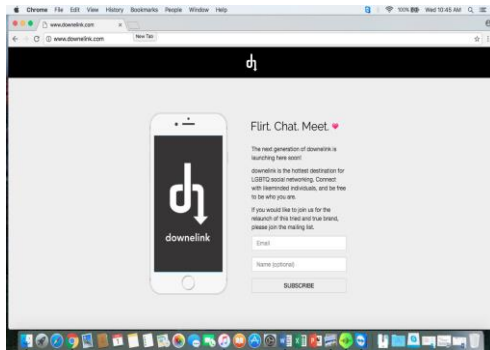
Es un sitio diseñado para aquellos hombres interesados en acceder a imágenes visuales, descripciones verbales y audios que incluyen desnudos y actividad sexual. El sitio a diferencia de otros se especializa exclusivamente en fomentar el *web cam* en vivo con fines comerciales. Además de la promoción de otros sitios de pornografía *gay*.

www.bearwww.com



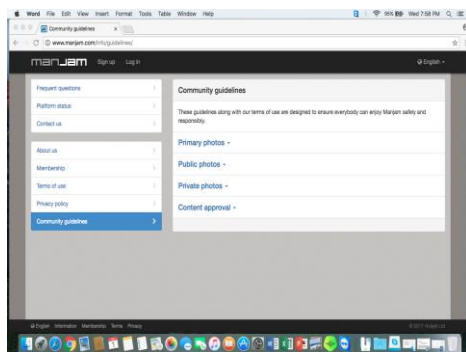
Es un sitio web que busca el intercambio amistoso entre hombres que se consideran “osos”. Un “oso” es un argot homosexual que se utiliza para identificar a aquellos hombres corpulentos que pueden estar musculados o no, gordos o no, pero que tienen abundante bello corporal y muestran una apariencia muy masculina. El estereotipo que los caracteriza es aspecto rudo, uso de barba, botas y cadenas gruesas.

www.downnelink.com



Es una red social virtual presente disponible para *smartphones* para lesbianas, gays, bisexuales y personas transexuales.

www.manjam.com

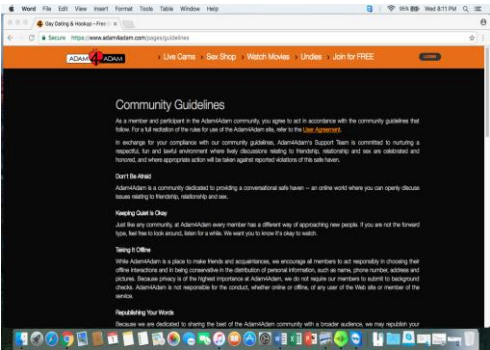
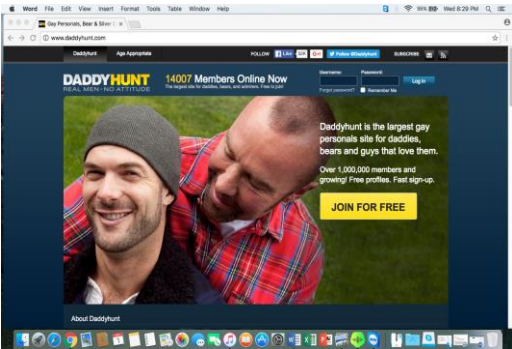


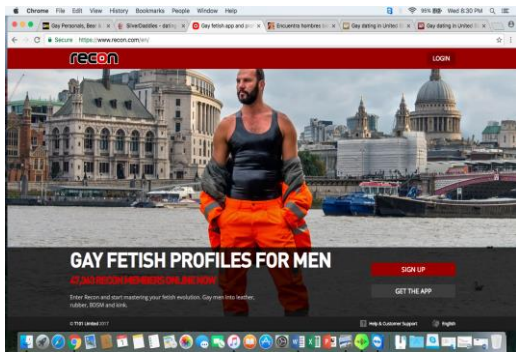
Es una plataforma Neozelandesa que tiene como propósito *To give people the freedom to share, connect and express ideas openly without prejudice* (www.manjam.com). Es decir, dar a la gente, la libertad de compartir, conectar y expresar ideas abiertamente sin prejuizar.

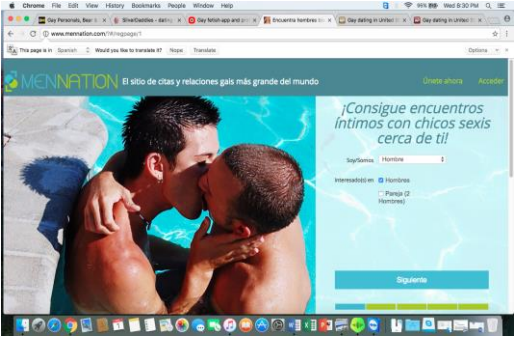
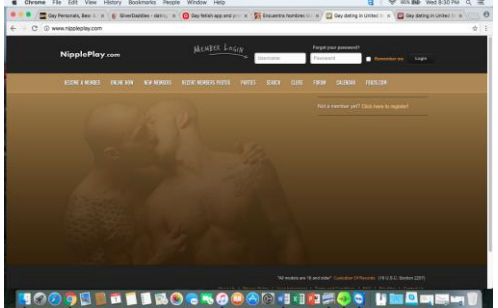
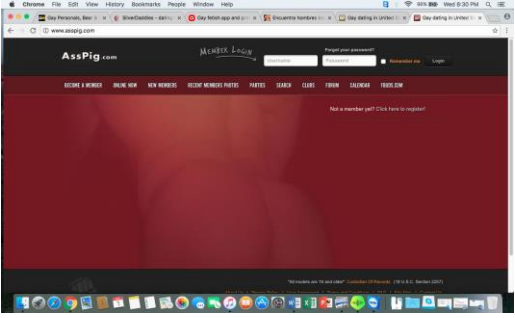
www.barebackrt.com



Para obtener más información de este sitio se requiere estar inscrito como miembro. Sin embargo, a través de su página inicial se puede conocer que se promociona como la red social más grande para conectar personas que les gusta practicar sexo sin protección: *bareback*. El sitio advierte que las imágenes son posteadas por los

	mismos miembros con el propósito de divertirse.
www.adam4adam.com 	Evocando el personaje bíblico de <i>Adam</i>, esta red virtual promueve la amistad, las relaciones y el sexo.
www.daddyhunt.com 	Se hace llamar el sitio más grande para encontrar <i>daddies</i>, cuya traducción al español podría ser como “Papitos” en un sentido estrictamente de filiación sanguínea: el padre, el que se hace cargo, el que enseña, forma y protege. El propósito del sitio es consagrar a los hombres mayores <i>gays</i> y fomentar relaciones de todas las edades en términos de salud, encuentro de sitios <i>web</i>, e intercambio entre chicos calientes con

	hombres maduros.
www.silverdaddies.com 	Es un sitio que promueve el encuentro de hombres maduros con otros mayores o jóvenes que estén interesados en mantener a sus <i>daddies</i> “contentos y sexualmente satisfechos”. La página ofrece la posibilidad de tener un perfil y una galería de fotos que cambia diariamente.
www.recon.com 	Para los amantes del <i>leather</i> existe este sitio web. La palabra puede ser traducida como “cuero” o “piel”. Significa dentro de lo <i>gay</i>, que incluye a todos aquellos que se interesan por prácticas o juegos cuya vestimenta incluye el cuero. La indumentaria tiende a reforzar la masculinidad y virilidad del hombre y entorno a estos elementos se pueden organizar distintos tipos de juego de roles.

www.mennation.com 	Se promociona como el sitio web gai⁹ más grande del mundo para conectar chicos sexis.
www.nippleplay.com 	Es un sitio para personas con diversos intereses. Surgió como web para aquellos que les interesaba jugar con las tetillas o pezones de los hombres. Sigue siendo un sitio para este tipo de gustos, pero también se ha ido ampliando el tipo de interés en otras áreas de recreación sexual.
www.asspig.com 	Pertenece a los mismos creadores de www.nippleplay.com. Tiene como objetivos conectar hombres con intereses específicos de juego sexual.

Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de campo en la internet. La información recopilada en este cuadro se estructuró con base en la información pública que suministran los sitios *web* sin ser miembro suscrito.

⁹ El sitio web mennation.com es una red virtual española. Es por ello que el término *gay* se españoliza y se escribe gai.

Los dominios referidos en el Cuadro No.1, son algunos ejemplos de sitios web que han nacido bajo la égida del mismo proceso de desarrollo tecnológico iniciado a principios del siglo XXI. La irrupción de estas modernas plataformas para homosexuales se abrirá paso entre los usuarios de América Latina siguiendo patrones de penetración de carácter urbano, bajo el cual se han implementado las inversiones en telecomunicaciones desde la aparición del sector en las economías nacionales. Así, muchos de los nombres de sitios *web* para homosexuales, originales de Estados Unidos, comenzarán a ser comentados entre los miembros de la comunidad latina homosexual de las principales ciudades de cada país.

No es de extrañar entonces que la digitalización de las ciudades y la proliferación de plataformas que redimensionan grandes redes sociales fomentara la permanencia de cada vez más personas frente al computador. Adopto el concepto de digitalización aportado por el Centro de Estudios de Telecomunicaciones de América Latina (CETAL) que entiende por tal “como la capacidad de la población y el sistema económico de un país para usar tecnologías digitales que permiten generar, procesar y compartir información de manera eficiente” (Katz, 2015, p. 29). La característica principal de este proceso de digitalización es que el consumo de información que se hace dentro de la región es de aquel producido fuera de la región, tendencia que se mantendrá desde mediados de la primera década del siglo XXI, hasta el más reciente reporte de CETAL de 2013 y el último de *We are Social* publicado por *El Tipómetro* (2016). Así, América Latina y el Caribe se perfilaron para el año 2013 como la región del mundo con el menor porcentaje de producción de contenidos propios y con un 50% de su población que es usuaria de la red de redes (Katz, 2015).

De acuerdo con estas cifras, América Latina se destaca por mantenerse por encima del promedio de penetración mundial. Este indicador se mantiene constante según estas fuentes

informativas, al menos desde 2009, como lo confirman los informes de www.tendenciasdigitales.com, quienes además aseguran que 85% de la población latinoamericana utiliza las redes sociales virtuales cuando se conecta. Según el mismo Centro de Estudios de Telecomunicaciones de América Latina (Katz, 2015), las tendencias en el uso de redes sociales reflejan la adopción de comportamientos globales similar al de países industrializados. Los comportamientos indican que “en la mayoría de los países latinoamericanos, los sitios de origen internacional (Google, Facebook, Microsoft, y Yahoo) ocupan las primeras cuatro posiciones en términos de visitantes únicos” (Katz, 2015, p.54), cifra que al menos dibuja una tendencia sobre la aceptación del modelo cultural virtual de carácter anglosajón.

Dentro de este universo de usuarios latinoamericanos de uso, la consultora *Omnicom Media Group* tras, analizó datos provenientes de Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela, cuyo resultado arrojó que el medio de comunicación por excelencia utilizado por homosexuales en América Latina es la internet. Señala, además el informe, que este segmento constituyen un importante mercado de consumidores dado que “poseen un carácter individualista más marcado que los heterosexuales. Como consumidores, esto se traduce en un nivel de gastos superior al resto” (www.adlatina.com, Radiografía del consumidor gay en América Latina, 2016). Estos datos permiten ver por una lado, que el mercado ha identificado el medio de comunicación utilizado por homosexuales y por otro, identifica que se trata de un sujeto con alta disposición al consumo dado que posee “un marcado carácter innovador, capaces de imponer tendencias y de dictar pautas de consumo sociales” (op. cit, 2016).

A partir de estos datos, creo conveniente subrayar algunos aspectos. En primer lugar, la red de redes ha logrado reconfigurar los procesos de comunicación e información en la sociedad actual. De esto no queda la menor duda. Esta afirmación debe realizarse teniendo en cuenta que aún existen desigualdades a propósito de la brecha tecnológica. Sin embargo, como apuntan las cifras, el consumo de internet en la región se acerca lo suficiente al de países industrializados, y con una tendencia bien importante de uso de sitios web de origen internacional. Estos datos sirven para comprender que: a) existe una elección cultural por parte de los usuarios latinoamericanos de internet por contenidos culturales foráneos, b) la internet es un medio de comunicación muy usado por los homosexuales latinoamericanos, y c) los homosexuales latinos pasan a constituir un importante sector de consumo para el mercado.

América Latina, lo gay y la internet:

De acuerdo con el contexto de desarrollo tecnológico y mercantil planteado líneas arriba, los homosexuales ya no sólo representaban una minoría invisible. Vistos a la luz del mercado, esta sexodiversidad es segmentable en tanto, entre ellos y ellas, existe una variedad de deseos, gustos, preferencias y necesidades. Así pues, no es de extrañar el desarrollo de grandes sitios en internet, especializados para atender necesidades específicas de cada grupo en particular; para hombres que buscan hombres, mujeres que buscan mujeres, osos, *leather*, entre otros, tal y como se evidencia en el cuadro No. 1 (Véase página 44).

Concebir a los miembros de la disidencia sexual como un mercado con un alto perfil de consumo y sobre el cual las compañías deben aprender a diferenciar aún más para tomar mejores decisiones de segmentación, es uno de los propósitos del informe redactado por Oakenfull (2013) para la *American Marketing Association*. La investigación se expresa en términos amplios al incluir las siglas que corresponden para incluir a lesbianas, *gays*,

bisexuales y transexuales (LGBT). Sugiere este documento cómo mejorar el trato al público LGBT estadounidense en términos empresariales, ofrece algunas señales para comprender mejor cómo se ha estructurado el *marketing gay* desde Estados Unidos, y que tiene que ver en el caso estadounidense con investigar cómo la comunidad *gay* se identifica (*look & feel*) con las ofertas que realizan las diferentes empresas. El informe concluye que “las corporaciones deben aprender a distinguir a las personas LGBT como ciudadanos y como consumidores” (p.86).¹⁰ El documento que contiene además parte del vocabulario básico con el que algunas empresas en la actualidad abordan a los públicos sexo-diversos, presenta un protocolo de observaciones para que los empresarios comprendan las necesidades de este público en términos de mercadotecnia y puedan aprender a identificar mercados más específicos dentro del universo LGBT.

A diferencia de los estadounidenses, en América Latina las consideraciones en términos de negocios para atender públicos sexo-diversos son un tanto pragmáticos y han sido impulsados por la innegable influencia cultural que tiene Estados Unidos en la región.

Aunque no es mi intención detenerme en esta discusión, me parece relevante sugerir antes de proseguir, que es posible que la “aceptación” de la cuestión homosexual en América Latina tenga algún tipo relación con los beneficios económicos que ha reportado *lo gay* a algunos de estos países. Sin embargo, esto no puede considerarse como la única razón porque sería desestimar la importancia que han tenido las luchas y conquistas de derechos civiles en el continente por parte de la población homosexual, y que, han marcado distancia de cualquier proceso de mercantilización del movimiento homosexual. Al respecto, puede

¹⁰ El texto original en inglés dice lo siguiente: “...corporations must learn to distinguish LGBT people as citizens and LGBT people as consumers”. (Oakenfull, 2013, pp. 79-89).

seguirse algunos aspectos de la lucha homosexual en Figari (2010) quien sintetiza en fases cómo ha sido el proceso de lucha política del movimiento LGBT en América Latina.

Aun cuando el movimiento gay apunta hacia lo político es innegable que el mercado ha logrado identificar las estrategias más adecuadas para mercadear con la sexualidad homosexual, poniendo a disposición una red de productos y servicios tales como publicidades, programas de radio, televisión para *gays*, cruceros, viajes, películas, restaurantes y sobre todo, sitios en internet para todas los gustos, preferencias, tendencias, que terminan por crear la impresión de que no hay ninguna razón para continuar ninguna lucha política. El ciberespacio incrementa esta sensación de libertad, soberanía y de “aceptación” en sitios *web* donde la sexualidad es explícita, sin censura y al alcance de un *click*.

Pese a la situación de discriminación de cientos de homosexuales en la región, el debilitamiento del movimiento homosexual ante la vorágine mercantil y la exponencial expansión del mercado, se ha enarbolado la bandera LGBT para etiquetar a ciertas ciudades de ciertos países latinos como *gay-friendly*¹¹. El término igualmente de origen anglosajón y mercadotécnico ha funcionado para atraer públicos dentro y fuera del continente. Se emplea para el fomento de una política de respeto e inclusión en lugares públicos de la población *gay*. Así, México, Argentina y Colombia han logrado construir su propio prestigio en la recepción de públicos diversos sexualmente al ser reconocidos como los países *gay-friendly* por excelencia de la región. Destacan por poseer una franca campaña de apertura a lo *gay* y

¹¹ El término *gayfriendly* es utilizado en la actualidad para referirse a personas, instituciones o lugares que tienen una política de simpatía hacia las personas que integran la comunidad de *gays*, lesbianas, bisexuales y transexuales (GLBT)

por el desarrollo de estrategias para captar el turismo de este segmento de la población. Tal como dice Arias (2015, párrafo 1) en un reporte para la versión electrónica del diario *La República* de Colombia: “los consumidores gays están dispuestos a gastar tres veces más que los consumidores heterosexuales”. Declaraciones como éstas, ponen en evidencia que el criterio de rentabilidad es superior a cualquier consideración política y determina la apertura de espacios públicos y privados a homosexuales.

Tanto en el escenario anglosajón estadounidense como el latino ha ocurrido un proceso de mercantilización de la sexualidad homosexual. Inevitablemente se ha diversificado, especializado y expandido por doquier porque:

La sexualidad produce placer y el placer, o al menos la promesa del mismo, proporciona una ventaja para los bienes del mercado, en una sociedad capitalista. La imaginaria sexual aparece, casi por doquier, en el mercado como una especie de artimaña gigantesca para la venta (Giddens, 1998, p. 107).

El ciberespacio es uno de estos territorios a través de los cuales, ésta mercantilización se ha repotenciado. Ha sido el ciberespacio el lugar donde un nuevo tipo de empresa y relaciones han surgido. Y aunque la mercantilización de la sexualidad no es novedosa, tal como lo exponen algunos trabajos sobre pornografía (Peña, 2012; Yehya, 2010; García del Castillo, 2011), lo que es algo novedoso dentro del contexto al que hago referencia, es que la internet, y en particular el auge de plataformas digitales para hombres homosexuales, redimensionará los procesos mercantiles sobre la sexualidad, en particular, la homosexual, y

será determinante en la influencia cultural que tiene Estados Unidos en la identidad *gay* latinoamericana.

La revolución sexual fue captada por el sistema y la globalización, lo cual si bien permitió la difusión y establecimiento de derechos humanos y políticas universales que han beneficiado a grupos en situación de vulnerabilidad, como la mujer y los grupos LGBTTTI, por otro lado ha permitido la industrialización y comercialización de la sexualidad y ha generado nuevos mercados que cada vez se expanden más, tales como la trata de personas, la explotación sexual, cuya vinculación con la producción de otros bienes de consumo, como la pornografía, ya sea mediante internet, revistas, libros, videos producidos por marcas establecidas o piratería, es innegable (Peña, 2012, p. 54).

Debo acotar que este contexto mercantilizado de la homosexualidad es el que más atractivo ha resultado para la asunción de una nueva identidad de los homosexuales. Quedan en la actualidad pocas opciones en la red, producidas por latinos para latinos, que sirvan para el encuentro o socialización de homosexuales y que gocen de la popularidad en visitas que registran las webs sociales anglosajonas. Por una parte, insistiré en la idea que planteé en el bloque anterior, “lo de afuera es mejor” tiene un fuerte peso en las construcciones socioculturales y agregaré que, ante la censura, discriminación, violencia que ha existido en contra de la homosexualidad en países de América Latina, las opciones de este tipo de web sociales vienen a constituir un alivio al padecimiento de estar “en el closet” en América Latina. Estas plataformas superarán culturalmente el conservadurismo que se ha construido en Latinoamérica sobre lo homosexual. Además de eso, tal como sugiere Sánchez (2012),

una interesante explicación que justifica el auge y crecimiento de web sociales en el ciberespacio para homosexuales es que, internet reemplazó el bar gay que durante la segunda mitad del siglo XX sirvió como lugar de encuentro:

Como espacio de comunicación e información ha mitigado algunos de los principales problemas que históricamente ha padecido la población homosexual, como el aislamiento, la ignorancia, la homofobia (tanto la social como la internalizada), la dispersión geográfica y la falta de apoyos psicológicos, médicos y legales. Aunque sus alcances ya sean mucho mayores, podría decirse que ha reemplazado al bar gay (p.2).

La propuesta de Sánchez (2012) al considerar que la internet alivia los padecimientos discriminatorios de la homosexualidad podría sugerir una explicación al sentido que cobra para algunos usuarios de la red, la existencia de espacios virtuales específicos, pensados para homosexuales y cuyo propósito es que éstos concreten un encuentro sexual, amoroso o amistoso. En un sentido ideal, espacios de este tipo deberían aliviar las tensiones sociales sobre la sexualidad porque:

la mayor parte de usuarios de estos sitios comparten la orientación sexual y previene, en alguna medida, las reacciones homofóbicas; la posibilidad de preservar el anonimato al omitir datos personales reales y emplear pseudónimos y perfiles con una veracidad mediana o la expresión explícita de prácticas y gustos sexuales específicos (Sánchez, 2012, p.2).

Así pues, para un usuario común de la red, cualquiera de los dominios que mencioné en páginas anteriores, constituye una vía de socialización, “de alivio” a la presión social, y

sin importar si funciona o no como una red de comercialización de productos y servicios, resuelve en términos prácticos un problema: ir a la calle.

Los creadores de estos sitios, han visto más bien la necesidad de generar espacios más especializados que atiendan las necesidades, gustos y preferencias de estos hombres. Esto explicaría la variedad de opciones que muestro en el Cuadro No. 1, en los que se evidencia la existencia de sitios para aquellos interesados en coincidir con osos, *leather*, *bareback*, entre otros.

Por otra parte, rescatando lo que apunta Sánchez (2012, p. 2), las empresas productoras de estas páginas webs han entendido que aun cuando estos hombres se encuentran en igualdad de condiciones respecto a su preferencia sexual y, en consecuencia, no hay nada que temer, el anonimato sigue siendo una opción legítima para algunos usuarios de estas redes virtuales. Por lo general estos sitios establecen como regla cuidar los datos que se ingresan para realizar la suscripción, sobre todo, aquellos referidos a los pagos con tarjetas de crédito utilizada para pagar las membresías. Aun cuando el sitio otorgue a los miembros ciertas garantías sobre la identidad, es potestativo de cada miembro mostrar la cara. Muchos perfiles aparecerán con fotografías de cuerpos en los que el rostro no se muestra. En todo caso la fotografía del rostro será sustituida por la de un pene, la del ano o simplemente, no habrá fotografía.

En este sentido creo que es importante apuntar que la idea que se tiene acerca del ciberespacio y en este tipo de redes virtuales se está exento de reacciones homofóbicas porque se sobreentiende que todos los hombres allí buscan lo mismo, genera cierto atractivo. Sin embargo, no es suficiente para que todos se muestren sin importarles nada.

Los hechos ocurridos en Orlando, Estados Unidos, en Junio 2016, donde un grupo de personas pertenecientes a la comunidad de Gay, Lesbianas, Bisexuales y Transexuales (GLBT) sufrió una masacre en un local comercial, es un hecho fehaciente de que ésta comunidad representa una molestia para algunos sectores de la sociedad¹².

Justo cuando el planeta va encaminado hacia el cierre de la segunda década del siglo XXI en el que hay una gran cantidad de información, sitios webs, lugares públicos y zonas de tolerancia ganadas como consecuencias de las conquistas civiles y legales obtenidas de las luchas de la comunidad GLBT, podría pensarse que no existirían más razones y luchas políticas que mantener porque han sido cubiertas las exigencias que llevaron un día a los homosexuales a protestar de manera espontánea por sus derechos en los disturbios de Stonewall en la New York de la década de los años sesenta del siglo XX¹³.

Aún con todos los esfuerzos políticos y educativos que el movimiento GLBT ha organizado en cada uno de los países del continente, queda mucho por hacer. El referido atentado en Orlando, Florida, a un club gay, debe ser leído como una advertencia acerca de la imperiosa necesidad de que en el seno de las organizaciones civiles y los Estados se mantenga un trabajo político que, entre sus objetivos, pueda fomentar esfuerzos en contra de la homofobia.

La homofobia es un tipo de hostilidad que se activa y se aplica a personas a las que se les atribuye o muestran cualidades que por “naturaleza” corresponden al otro género. “Así

¹² Cincuenta personas muertas y cincuenta y tres heridas fue el saldo que dejó el tiroteo que realizó Omar Siddique Mateen en el club Pulse de Miami, Florida. El atentado fue catalogado como uno de los peores registrados en la historia de los Estados Unidos después de los eventos del 11 de septiembre. Véase: Joan Faus (2016) 50 muertos en la peor matanza en EEUU desde el 11-S. En: *El País*. Disponible en: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/06/12/actualidad/1465717811_688793.html

¹³ Los disturbios de Stonewall, ocurridos en la ciudad de New York son simbólicamente importantes porque marcan el inicio de la lucha de los homosexuales estadounidenses por la defensa de sus derechos. Véase: Los disturbios de Stonewall o de cómo estalló el orgullo LGBT. Disponible en: <http://desastre.mx/internacional/los-disturbios-de-stonewall-o-de-como-estallo-el-orgullo-lgbt/>

en las sociedades marcadas por la dominación masculina, la homofobia organiza una especie de *vigilancia de género*, pues la virilidad debe estructurarse no sólo en función de la negación de lo femenino, sino también en rechazo de la homosexualidad” (Cornejo: 2012, p. 91). Reforzar la homofobia ha sido una condición inherente al carácter masculino, y se ha visto como necesaria para construir la identidad del varón. Si el sexismo como ideología organizadora de los sexos ha estructurado la subordinación de lo femenino a lo masculino, también ha servido como fundamento para jerarquizar la sexualidad y, en consecuencia, para condenar la homosexualidad. Visto desde este punto de vista, la heterosexualidad se ha constituido como un discurso institucional que determina qué es “bueno” y que no lo es para el sistema de género, instaurando un sistema normativo hegemónico que prescribe lo heterosexual en un nivel superior desde donde se juzga todo lo que esté fuera de este orden.

“De este modo, el colmo de la falta de virilidad es acercarse a la feminidad”

(Cornejo, 2012, p. 99).

Pese a la conquista de derechos civiles en algunos países como Argentina, Uruguay, Estados Unidos y México donde el matrimonio es legal para las parejas del mismo sexo, y en Brasil, Chile, Colombia y Ecuador, donde se permiten uniones civiles, no resulta extraño que el sistema de género, aún con todas estas conquistas, active sus alarmas para sancionar conductas consideradas marginales.

Sería un error considerar que el trabajo del movimiento GLBT está concluido al lograr que los respectivos países aprueben el matrimonio igualitario. Esto es sin duda alguna un elemento importante del proceso, pero no el más importante. La homofobia latinoamericana no está dispuesta a ceder terreno tan fácilmente.

Algunas cifras que circulan en la red de manera aislada no dejan de ser preocupantes respecto a la violencia por identidad sexual y de género. Tan solo en México, país declarado

*gay friendly*¹⁴ dentro del sector turístico, y en el que para 2015 fue aprobado el matrimonio entre personas del mismo sexo, se registró entre 2014 y 2016, la cantidad de doscientos dos asesinatos a integrantes de la comunidad LGBT (Letra Ese). Mientras que en Honduras se registraron 186 homicidios entre 2009 y 2012, y en Brasil, 312 muertes en 2013 por las mismas causas (Kaiper, 2014).

La mayoría de estas estadísticas son el resultado de monitoreos realizados a medios de comunicación social. Lo que podría con facilidad sugerir que hay un importante número de homicidios u ataques físicos y verbales que no están registrados porque no aparecen en los medios.

La importante red de comercialización de bienes y servicios vinculados con la sexualidad y especialmente, al sector de *gays*, lesbianas, bisexuales y transexuales (GLBT) que se ha estructurado en los últimos años da la impresión que la homosexualidad se ha normalizado y que la homofobia es un asunto del pasado. La red de redes por sí sola es un territorio virtual que puede dar cuenta del vasto sector comercial que cubre hoy en día las expectativas y necesidades simbólicas y materiales del público GLBT y en particular de los homosexuales hombres, a los que me refiero en este trabajo. El homosexual contemporáneo puede hacer una cita amorosa a través de la internet, comprar un paquete turístico a cualquier destino *gay friendly*, o simplemente, disfrutar a placer de las múltiples opciones que ofrece la pornografía mundial. Así pues, un sector comercial *online* diseñado para atender los diferentes gustos e inquietudes de los homosexuales puede contribuir con facilidad a la idea de que no hay más luchas políticas que dar.

¹⁴ El término *gayfriendly* es utilizado en la actualidad para referirse a personas, instituciones o lugares que tienen una política de simpatía hacia las personas que integran la comunidad de *gays*, lesbianas, bisexuales y transexuales (GLBT)

Sin embargo, no todos los homosexuales pueden gestionar su sexualidad a través del ordenador y depende de los contextos educativo, social, económico y cultural y cómo a partir de ellos el individuo ha asimilado las innovaciones que las tecnologías de la comunicación e información ha hecho a la vida cotidiana en los últimos años.

Para este trabajo de investigación, los sujetos que han estado o están en estos contextos favorables para el uso del ordenador como herramienta que les permiten el desarrollo de su sexualidad y, en consecuencia, utilizan webs sociales virtuales para contactar a otros sujetos homosexuales son objeto de este estudio.

Capítulo II

Estado del Arte

En este capítulo me ocupo de presentar a grandes rasgos las referencias que he podido seguir en estos últimos años sobre las investigaciones vinculadas al tema sobre varones y específicamente, sobre masculinidades, lo homosexual-gay y su relación con contactos a través de internet. La escritura de este capítulo es el resultado de mis consultas en centros de documentación e información y bibliotecas de Caracas, Mexicali, San Diego, Berlín y Bogotá. La presentación que realizo sigue un orden cronológico y tiene como propósito verificar la pertinencia de estudios de este tipo, relacionados con las representaciones sociales heteronormativas que realizan y comparten usuarios de una red social virtual.

Estudios sobre varones, masculinidades, homosexualidades.

Aunque los estudios feministas se han ocupado tradicionalmente del estudio de las mujeres, fue a partir de éstos que surgió el interés por el análisis de los varones opresores, y de aquellos que se encuentran al margen de la opresión denunciada por el feminismo, entre ellos los homosexuales y que las ciencias sociales han denominado masculinidades¹⁵. Una revisión bibliográfica me ha permitido constatar que, en los últimos años, desde todas las partes del continente americano, algunos colectivos e instituciones académicas se han ocupado de aspectos relacionados con la vida de los varones.

La producción académica, en particular sobre masculinidades, la he clasificado en tres períodos; década de los ochenta del siglo XX, década de los noventa y he tomado en

¹⁵ Siguiendo a Connell (2005, p. 104-105), la masculinidad es una práctica que promueve la dominación de los hombres sobre las mujeres y aquellas identidades que muestren rasgos femeninos. “La masculinidad no existe más que en oposición a la feminidad” (p. 104). Cuando hago referencia al término *Masculinidades*, me refiero al área de estudios que surge para estudiar al hombre como una unidad distinta a la mujer y que considera necesario dada las históricas condiciones de dominación masculina. Así pues, el área de las Masculinidades se ha encargado de estudiar al hombre desde distintas perspectivas.

cuenta la producción del siglo en curso como una unidad. Bajo este mismo espíritu de sistematización he dado prioridad a la clasificación que resulta de la producción intelectual latinoamericana en español, diferenciándola de aquella producida por la academia anglosajona, considerando que los aportes realizados en la última década por los hispanoparlantes ameritan ser visibilizados frente a la abrumadora producción anglosajona.

Dentro de la línea de trabajo e investigación de masculinidades se ha dedicado espacio, conforme avanzan los años al estudio de los varones homosexuales, que además de consolidar un fuerte movimiento de luchas políticas en pro del reconocimiento de sus derechos, ha despertado un profundo interés socio cultural. Así pues, la revisión que presento a continuación parte de una visión general sobre las masculinidades, haciendo énfasis en aquellas que se detienen en las masculinidades homosexuales.

Una fuerte tradición ha vinculado el estudio de las masculinidades y los homosexuales con los estudios de género. Sin embargo, ninguno de ambos tópicos aparece reflejado como parte del interés de los estudios sociológicos y menos, de los estudios socioculturales, al menos en las siguientes referencias que me parecen son importantes en América Latina. Tal es el caso del *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos* editado por Szurmuk e Irwin (2009); el de *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, de O'Sullivan, *et. al.* (1995) y además el de Altamirano (2002), *Términos críticos de sociología de la cultura*, no tienen una entrada para el término masculinidad / masculinidades.

Caso contrario de lo que ocurre en la academia anglosajona en la que se puede ubicar la entrada para el término con gran facilidad, como por ejemplo en *The SAGE Dictionary of Culture Studies*. Además de eso, existe una copiosa literatura especializada como en *Men & Masculinities. A social, cultural, and historical encyclopedia*, de Kimmel y Aronson

(2004); *Handbook of Studies on Men & Masculinities*, nuevamente bajo la dirección de Kimmel junto a Hearn y Connell (2005); *Men & Masculinities International Encyclopedia of Men and Masculinities*, editada por Flood et al (2007); *The Cambridge Dictionary of Sociology*, editado por Turner (2006); y el *Historical Dictionary of Homosexuality*, editado por Pickett (2009).

Esta revisión general permite apuntar que los hombres han representado un tema de investigación para la academia anglosajona. Este interés ha posibilitado que, en libros de referencia general como los diccionarios apuntados arriba, exista una entrada para masculinidades y otras entradas que se derivan del tema, incluyendo lo homosexual. Como presentaré a continuación, los esfuerzos por parte de investigadores hispanoparlantes son más modestos y menores en cuanto a cantidades. Quizás no lo suficientes para ser considerados en diccionarios de sociología o estudios socioculturales aún, pero constituyen un esfuerzo importante porque permiten visualizar la trayectoria que ha tomado el tema desde la década de los ochenta; ha existido interés desde distintas disciplinas, con propuestas empíricas, conceptuales, hasta consolidar un área de reflexión teórica que permite contrastar diferencias importantes respecto a los primeros trabajos, y que se interesa por reflexionar con mayor libertad sobre los hombres, las masculinidades y el género.

En la investigación realizada sobre fuentes en español, son pocas las referencias que dan cuenta del interés por el área. La literatura existente en inglés tampoco es copiosa. Sin embargo, en esta década destacan los trabajos de Avendon Burt (1980) quien se pregunta en el libro: *Ah men! What do men want?* sobre asuntos clásicos de hombres tales como sus problemas pasados, incertidumbres del presente, metas futuras.

Kaufman (1987) editor de *Beyond Patriarchy. Essays by men on pleasure, power and change* presenta una serie de ensayos estructurados entorno a dos grandes ejes. El primero incluye masculinidad, sexualidad y sociedad en el que Seymour Kleinberg aborda el tema gay en un artículo denominado: “The New Masculinity of Gay Men, and Beyond” (p. 120). El segundo eje del libro se dedica a los hombres, su trabajo y cultura de vida en el que Rogin Wood analiza una película de 1980, dirigida por Martín Scorsese, titulada *Raging Bull: The Homosexual Subtext in Film*. Del mismo año, Brod (1987) y el libro *The Making of Masculinities* aparece como una de las referencias al estudio de hombres, surgido gracias a intersecciones entre estudios feministas, *gays* y étnicos.

Durante la década de los noventa, la mayor parte de la producción intelectual hispanoamericana se concentra entre la mitad y el final de la década. En esta última etapa del siglo XX encontré trabajos como los de Gilmore (1994), quien, en *Hacerse hombre*, discute el concepto de masculinidad a la luz de los aportes realizados por la antropología, la psicología freudiana y los estudios feministas. Compara los ideales de masculinidad en Japón, India, China y países mediterráneos, América del Sur, Oceanía, África Oriental, Grecia y Estados Unidos.

Para el año 1996 ubiqué el trabajo de Sonia Montecino y María Elena Acuña, ambas de la Universidad de Chile, que lleva por título: *Diálogos sobre el género masculino en Chile*. El libro es el producto de una serie de reflexiones que se realizaron en el Programa Interdisciplinario de Estudios de Género realizados durante el segundo semestre de 1995 en la Facultad de Ciencias Sociales de la misma universidad sobre qué es ser hombre.

Luego para 1997, y con miras de seguir contribuyendo con los aportes de investigadores de diversas partes del mundo está la edición de la revista *Masculinidades, Poder y Crisis*, editada por Olavarría y Valdés quienes conforman el Área de estudios de

Género de la Facultad Latinoamericana de Estudios Sociales (FLACSO), y que en esta edición muestran interés por el tema de los hombres. Los artículos privilegian los aportes provenientes de la sociología y la antropología y excluyen tanto perspectivas psicológicas como aquellas que intentan explicar a las mujeres cómo son los hombres (Olavarría, 1997, p. 14) para dar cuenta de la diversidad de identidades masculinas. En ese mismo año, Norma Fuller (1997), analiza los discursos y representaciones de la masculinidad en la cultura peruana de clase media en *Identidades masculinas. Varones de clase media en el Perú*. Fuller estudia cómo dos generaciones de varones limeños configuran su identidad de género en sus espacios sociales. La autora se pregunta:

Cómo los peruanos de clase media redefinen, reafirman o reproducen su identidad masculina en un contexto en el que a pesar de que los varones mantienen el monopolio de la vida económica del país y la autoridad dentro de la familia, algunas cualidades y roles tradicionalmente adscritos a ellos han perdido legitimidad debido a la democratización de los valores, a los cambios en el status de las mujeres y a la emergencia de nuevos discursos acerca de la masculinidad y de las relaciones de género (Fuller, 1997, p. 14).

Para ello, entrevistó a 120 varones de clase media de las ciudades de Cuzco, Iquitos y Lima con grado universitario o algún curso de especialización después de la escuela secundaria. El trabajo de Fuller se aproxima a cómo los peruanos conciben y viven las tareas de ser hombre y en qué medida las actuales críticas a la masculinidad los lleva a revisar sus vidas y enfrentar nuevos retos.

Valdés y Olavarría (1998), nuevamente en el seno de la FLACSO, Chile, presentan una compilación de las ponencias presentadas en la Conferencia Regional denominada *Masculinidades y equidad del género en América Latina*. Entre algunos de los

temas que reúne este tomo destacan: “*Hacia una economía política del cuerpo: construcción de la masculinidad y la homosexualidad masculina en Brasil*”, presentado por Connell, uno de los autores más emblemáticos sobre el estudio de las masculinidades.

Cerrando la década de los trabajos en español, está el *Curso metodológico de Masculinidad y Educación Popular*, producido por el Centro de Educación y Comunicación Popular en 1998 bajo el título *Identidades Masculinas*. El libro es el resultado de un taller realizado en Guatemala cuyo propósito es encontrar pistas metodológicas para desarrollar el trabajo entre hombres. Se analizan las relaciones de poder y se proponen estrategias individuales y colectivas que puedan generar relaciones más justas entre los hombres y las mujeres.

En esta misma orientación popular, aparece el trabajo titulado *Hacia una nueva Masculinidad*, editado en Managua en el año 1999 por el mismo Centro de Educación y Comunicación Popular que impartió y editó el Curso metodológico de Masculinidad y Educación Popular en Guatemala el año anterior. La edición es importante porque ofrece datos sobre el impacto que tuvieron los cursos metodológicos que brindó la organización hasta ese entonces.

La década de los noventa será el preámbulo de lo que será el desarrollo de la academia anglosajona en el área de las masculinidades. La producción es bastante amplia y significativa e influirá determinantemente en la producción hispana del siglo XXI, sobre todo porque en esta década se encuentran algunos referentes teóricos importantes que serán tomados por investigadores latinoamericanos para el desarrollo de sus trabajos. La discusión académica que se encuentra en estos textos, responde a discusión que surge a partir del feminismo. En esta línea de trabajo hay tres documentos de 1990, el primero de Stoltenberg, “*Refusing To Be a Man: Essay on Sex and Justice*”; el segundo de Lynne

Segal, “*Slow Motion: Changing Masculinities, Changing Men*”; y un tercero que es una recopilación de Jeff Hearn y David Morgan titulada “*Men, Masculinities and Social Theory*”.

Para 1991 Myriam Miedzian publica el libro *Boys Will Be Boys: Breaking the Link between Masculinity and Violence*. Robert Strikwerda (1992) publica el libro llamado *Rethinking Masculinity: Philosophical Explorations in Light of Feminism*. Y en la misma línea del feminismo David Porter (1992) hace lo mismo a partir de un coloquio celebrado en el St John’s College de Cambridge en 1990. En el coloquio se discute cómo desde una aproximación británica y norteamericana, los caminos tomados por el feminismo han afectado las opciones que tienen los hombres para definir su propia masculinidad y cómo éstos han respondidos social, sexual y políticamente a los cambios que ha ocasionado la crítica que el feminismo ha hecho al patriarcado y a la masculinidad en sí misma. En este libro hay dos capítulos sobre la cuestión gay. El primero, “*Body odor: gay male semiotics and l’écriture féminine*” de Gregory W. Bredbeck, y el segundo denominado “*A gay man’s reflections on the men’s movement*” de Martín Humphries.

Elisabeth Badinter (1992) presenta en *XY On masculine Identity* el resultado de seis seminarios realizados en la *Ecole Polytechnique*. La autora a través de sus viajes por Estados Unidos y Europa se percató que estas dos zonas geográficas comparten la misma concepción judeo-cristiana. Sobre la base de esto se cuestiona que lo que hace a un hombre distinto genéticamente de una mujer es el cromosoma XY, es decir, es lo que lo hace genéticamente macho. Pero que esto no es suficiente para caracterizarlo porque implica – según la autora- elementos psicológicos, sociales y culturales que no tienen nada que ver con lo genético pero que juegan un papel importante en la identidad masculina. El libro aborda las siguientes inquietudes de la autora: ¿Qué es un hombre?, ¿cuándo los hombres

fueron hombres?, la crisis de la masculinidad, la crisis de la masculinidad en los siglos XVII y XVIII en Francia e Inglaterra. El capítulo número cuatro está dedicado a la identidad y orientación sexual en el que se abordan los estudios *gays*.

A partir de 1993 el incremento de las publicaciones anglosajonas que estudian hombres se incrementará. Los temas tendrán que ver con vidas de hombres, género, intimidad, poder, erotismo, política, sexualidad gay, masculinidad y feminismo, identidades, etc.

El inicio del siglo XXI supuso para la academia hispana la oportunidad de dar un gran paso en la producción intelectual sobre masculinidades. José Olavarría así lo demuestra en la prosecución de sus publicaciones y los eventos coordinados desde la década de los años noventa. Santiago de Chile será la sede, por segunda vez consecutiva del II Encuentro de Estudios de Masculinidades: identidades, cuerpos, violencia y políticas públicas, celebrado en el año 2000 y que dejó el libro titulado: *Identidad/es y violencia*. El libro nace del interés de un grupo de académicos latinoamericanos en interrogar la construcción social de las identidades masculinas, las prácticas de los varones en contextos de tensión y los cambios estructurales que se dan en el ámbito público, privado e íntimo. El libro se inscribe dentro de aquellos que debaten sobre varones y masculinidades y sobre el desarrollo de políticas y programas sociales para la equidad de género.

Uno año más tarde, el mismo José Olavarría (2001) publicará el libro *¿Hombres a la deriva?*, editado por FLACSO-Chile en el que aborda la construcción social de las masculinidades, refiriéndose a un sistema de relaciones sociales construidas a partir de la diferencia sexual que origina prácticas, símbolos, representaciones, normas y valores que dan sentido a la satisfacción de impulsos sexuales, a la reproducción de la especie. Entre los

tópicos abordados están: sexualidad, deseo y placer en varones heterosexuales, el trabajo, proyectos de vida, reproducción, paternidad, relaciones entre hombres y mujeres.

Otro libro interesante por la propuesta temática es el de Viveros Vigoya (2002), *De quebradores y cumplidores*. Es una publicación de la Universidad Nacional de Colombia y analiza el caso de hombres de Bogotá, Quibdó y Armenia que decidieron practicar la vasectomía como método anticonceptivo. La autora se adentra en los costos emocionales y sociales que deben pagar estos varones por su decisión. En ese mismo año, Montesinos (2002) en *Las rutas de la masculinidad. Ensayos sobre el cambio cultural y el mundo moderno*, explora el surgimiento de una nueva masculinidad condicionada por la familia, la juventud, paternidad, sexualidad y erotismo. El autor parte de la idea que el nuevo contexto sociocultural obliga a que el género masculino replantee su “tradicional identidad genérica”. Para Montesinos (2002), el cambio cultural y la crisis económica y política modifica las bases simbólicas y materiales sobre la que descansaba la masculinidad.

En este mismo año, se encuentra el libro de Álvaro Campos y Salas (2002), editado por el Instituto Costarricense para la Acción, Educación e Investigación de la Masculinidad, Pareja y Sexualidad, y titulado *Masculinidades en Centro América*. Los autores compilan una serie de artículos a partir del *Encuentro Centroamericano acerca de Masculinidades*. El encuentro y la publicación son parte de un esfuerzo por revisar la creación de espacios formales e informales donde los hombres puedan revisar y analizar sus propios procesos de socialización, vivencias, la masculinidad hegemónica y los costos emocionales y sociales que ha implicado asumirla.

Nuevamente José Olavarría (2003) es el encargado de la edición de *Varones: entre lo público y la intimidad* que rinde cuentas de los estudios de Masculinidades en el marco del IV Encuentro de Estudios de Masculinidades, realizado en Santiago de Chile y coordinado

por la FLACSO-Chile. El libro muestra la reflexión y debate que se ha dado entorno a la Red de Masculinidades sobre los hombres y sus identidades masculinas en los espacios públicos y en la intimidad. En esta edición hay dos ensayos de interés sobre la cuestión gay, el primero con una tendencia hacia la historia, y el segundo, hacia la etnografía: “*La representación de lo gay en la sociedad homofóbica*” de Héctor Núñez, se adentra en varios momentos históricos de Chile en la década de los ochenta y noventa del siglo XX. Núñez rescata en este artículo varios episodios mediáticos vinculados con lo que él denomina la homosexualidad militante, es decir, “dar la cara” o “poner en escena el rostro” frente a los medios para declarar abiertamente la homosexualidad (p. 71). Por su parte, Juan Pablo Sutherland en *Control, cuerpos y fugas: la construcción identitaria en la disco gay* (p. 147-151), se encarga de realizar una reflexión crítica sobre las ocupaciones territoriales que realizan los cuerpos minoritarios en la disco gay como un espacio de socialización, equiparable a la plaza pública.

Dos propuestas interesantes que colocarán a México en el mapa de las masculinidades serán las de Jiménez Guzmán (2003) en *Dando voz a los varones. Sexualidad, reproducción y paternidad de algunos mexicanos*, y Villegas Lozano (2004), *El destino del Macho. ¿Guía práctica?*

Estos dos libros serán los que inaugurarán el interés por el tema de varones y masculinidades en México. La relevancia de éstos, recae en que las situaciones de varones deben ser valoradas a la luz de los contextos particulares. Cada libro, rescata la importancia de que los varones mexicanos se expresen sobre tópicos de su interés y apela a la utilización del diálogo como herramienta *civilizatoria y de amor* en una sociedad donde las diferencias entre varones se solucionan a golpes.

Por otra parte, ese encuentra la recopilación de trabajos interdisciplinarios desde la sociología, antropología y psicología que abordan el tema de la masculinidad en un esfuerzo por trascender la discusión sobre la figura del macho. Es el trabajo que presenta Montesinos (2005) con el título de *Masculinidades emergentes*. Según el autor la recopilación de este libro es una propuesta teórica donde se destacan los aspectos entre los géneros y los símbolos sociales. Mantilla Gutiérrez (2006) en *Hombres y masculinidades en Guadalajara* se encarga de presentar siete artículos que transitan la psicología masculina, el trabajo, la masculinización y feminización en las profesiones tradicionalmente masculinas. Aborda lo masculino en la policía y en la figura del charro.

Salvador Cruz Sierra y Gloria Careaga (2006) se animan a la publicación de una reflexión colectiva sobre problemas de la masculinidad, reflexiones sobre masculinidad, identidad y sexualidad, consideraciones teórico-metodológicas, la masculinidad en la globalización, políticas públicas y masculinidad, ciudadanía y masculinidad en el libro *Debates sobre masculinidades: poder, desarrollo, políticas públicas y ciudadanía*. Mientras que Figueroa, Jiménez y Tena (2006) se interesan por el tema de las valoraciones de los roles en *Ser padres, esposos e hijos: prácticas y valoraciones de varones mexicanos*. A partir de este año, la producción académica se incrementará notablemente. La tradición de una robusta producción intelectual la reavivará Guillermo Núñez Noriega (2007) con *Masculinidad e Intimidad: identidad, sexualidad y sida* en la que el autor busca indagar aspectos de las políticas de sentido que regulan la intimidad de los varones, examinando el concepto de hombre mexicano, las dinámicas de poder que configuran la identidad masculina y las capacidades de intimar.

Amuchástegui y Szasz (2007) en *Sucede que me canso de ser hombre: relatos y reflexiones sobre hombres y masculinidades en México* aborda al menos ocho aspectos de

las masculinidades: aportes teóricos sobre hombres y masculinidades; subjetividades, sexualidad y reproducción; hombres, masculinidad y migración; hombres jóvenes y sexualidades; hombres y cuerpos masculinos; ser hijo y ser padre; hombres, jerarquía y violencia. Hay que destacar que este trabajo se gestó en el seno del programa de Salud Reproductiva y Sociedad en el cual se aborda el tema de las masculinidades en México. Carolina Rosas (2008) en *Varones al son de la migración. Migración internacional y masculinidades de Veracruz a Chicago* analiza en un estudio cualitativo cómo el fenómeno migratorio impone tres tipos de mandatos de la masculinidad: el proveedor, la autoridad del hogar y la valentía. Es un trabajo de doctorado que hace hincapié en un abordaje metodológico cualitativo en los estudios de población. Recibió el Premio Gustavo Cabrera Acevedo como Tesis de Doctorado en el área de demografía y población.

Por su parte, Ramírez (2008) presenta en *Masculinidades: el juego de género de los hombres en el que participan las mujeres*, una recopilación en el que se busca demostrar cómo se garantiza la dominación masculina sobre las mujeres. A su vez, Hernández Misael (2009) explora a través de un abordaje etnográfico la construcción y significados de la masculinidad en una colonia popular de Ciudad Victoria, capital de Tamaulipas, México. Para este autor, los significados de ser y actuar de los hombres de Ciudad Victoria son múltiples e incluso contradictorios. El título del trabajo es *Descobijando a los hombres: masculinidades y relaciones de género en Cd. Victoria*.

En el siguiente año, Guiza Lemmus (2010) en *Masculinidades: las facetas del hombre*, presenta una compilación de artículos de opinión en las que describe según su perspectiva, las facetas sexuales del hombre y cómo las proyecta en la vida privada, familiar y social. El trabajo incluye aspectos como sexualidad básica, homosexualidad, homofobia, y diversidad sexual.

López Moya Martín de la Cruz (2010) en *Hacerse hombres cabales. Masculinidad entre tojolabales*, estudia la reproducción sexual, y la masculinidad en el trabajo agrícola en la organización social y política, en la vida religiosa, en la familia y la religión, en el aprendizaje del español y en la decisión de migrar. El trabajo de campo se hace con población indígena y llega a la conclusión de que la reproducción de la masculinidad no difiere mucho de lo que ocurre en otras sociedades de dominación mexicana como la mestiza.

Lisón Tolosana (2010) en un estudio etnográfico sobre el valor como creencia y la ética como la moralidad en hombres de Galicia, España, se pregunta: “Qué dicen, cómo lo dicen, cómo lo ven y palabrean, cómo lo muestran en contexto estructural y jerarquizan” (p.13) la cuestión de *Qué es ser hombre. Valores cívicos y valores conflictivos en la Galicia Profunda*.

Nuevamente Misael Hernández (2013) reaparece en la escena académica con un trabajo titulado *Historia, cultura y masculinidades en Tamaulipas*. El sociólogo retoma el concepto de masculinidad en su forma singular para explorar los significados culturales que existen sobre ser hombre y utiliza el concepto en plural, es decir, de masculinidades, para identificar las formas múltiples y cambiantes maneras de ser y actuar de los hombres de Tamaulipas. Es una mirada al hombre en revolución, posrevolución, en el campo y en la ciudad. Es una compilación de artículos presentados en conferencias nacionales e internacionales.

Co-fundador del Colectivo Hombres y Masculinidades, Javier Ruíz (2013), en *Masculinidades posibles, otras formas de ser hombres*, presenta una serie de reflexiones sobre alternativas para trabajar críticamente las masculinidades patriarcales. El autor cree

que hablar de masculinidades debe convertirse en la agenda personal, social y política de cada hombre y mujer de Colombia.

Como he apuntado líneas arriba, una fuerte tradición ha vinculado el estudio de las masculinidades y los homosexuales con los estudios de género. Desde el área de los estudios socioculturales, aparecen pocas referencias al tema. Pero esto no debe dar por sentado que en la actualidad no se estén realizando los esfuerzos correspondientes desde otros centros de estudios y universidades del continente para promover investigaciones que desde el área traten el tema.

Los resultados de estas investigaciones, promoverán, sin duda alguna, la inclusión de entradas para los términos como masculinidades o estudios de la homosexualidad en los textos y diccionarios generales que en la actualidad no dan cuenta de ello como un área de interés.

La revisión que presento me permite puntualizar algunos aspectos que quizás estén dichos, pero que me parece son necesarios recordar. El primero tiene que ver con que el interés por los estudios de varones, hombres y en general por la masculinidad latinoamericana es de reciente data, al menos, veinte años o más. El segundo aspecto tiene que ver con los centros geográficos que reportan interés sobre el tema: Chile, Perú, Brasil, Guatemala, Colombia, Costa Rica, España y más recientemente México de donde proviene la mayor reflexión teórica sobre el tema desde el año 2005.

El tercer y último aspecto, está vinculado con los intereses temáticos de estos trabajos me permite afirmar que el estudio de las masculinidades en América Latina parece tener una tendencia hacia la vinculación con los estudios de género y desde corrientes antropológicas, sociológicas y psicológicas. Entre las temáticas predominantes destacan las

de identidades, poder y violencia. Una vez hechas estas referencias, procedo a comentar el estado del arte sobre lo homosexual/gay e internet.

Sobre lo homosexual/gay e internet.

El interés investigativo por temas vinculados con citas, *hookup* o encuentros por internet con fines amistosos, románticos o sexuales, es de data reciente. El desarrollo del tema dentro del mundo académico se ha ido consolidando en los últimos años dada la explosión de redes sociales virtuales y las posibilidades de interacción social que de éstas se derivan.

En este punto me propongo presentar algunos de los trabajos que me parecen más cercanos a la tesis que presento y abordan específicamente cómo los homosexuales usan redes sociales virtuales. La mayoría de los *papers* a los que haré referencia provienen de la academia anglosajona. Se aprecia en estos trabajos, una tendencia general a estudiar casos concretos. Los focos de interés se centran básicamente en estudiar páginas webs específicas, salas de chats de una localidad, mensajes de texto, o las interacciones que se producen en determinados *web sites*. Los trabajos tienen como rasgo común, presentar resultados en forma de tendencias que aproximan al lector a conocer cómo se comportan determinados hombres en determinados contextos virtuales. En su gran mayoría, los trabajos apelan a otros trabajos similares para evidenciar cómo varían las cifras de unas investigaciones a otras.

Ronny Tikkanen y Michael Ross (2003) en *Technological Tearoom Trade: Characteristics of Swedish Men Visiting Gay Internet Chats Rooms*, presenta un estudio que compara las diferencias entre hombres suecos que nunca, ocasionalmente o frecuentemente usan salas de chat en internet. La investigación identificó un comportamiento un poco diferente en los hombres suecos, del resto de los hombres

europeos, porque los suecos son socialmente educados y discretos en cuanto a sus aspectos personales. A pesar de que se tomaron en cuenta distintos rangos de edad, todos tienen en común que la internet les ha brindado una mayor libertad en poder ejercer ciertas acciones que en la vida real no pudieran realizar fácilmente. El estudio incluye homosexuales y bisexuales. En ambos grupos se comparte la discreción y dificultad para interactuar socialmente. La Internet les ayuda a hacer más libres y expresivos en cuanto qué quieren y cómo lo quieren.

Sexual Addiction and the Internet: Implications for Gay Men es el título del trabajo publicado por Brian Dew y Michael Chaney (2004) quienes se adentran en la internet y la adicción sexual. Los autores presentan una visión general de la adicción sexual y exploran la relación entre el uso de internet y la compulsión sexual. Se describe el papel que tiene el uso de Internet en la conducta sexual masculina homosexual y se presenta cómo se resolvió un caso clínico.

Brown, Maycock y Burns (2005) en un trabajo que lleva por título *Your Picture is Your Bait: Use and Meaning of Cyberspace Among Gay Men*, conciben internet como un lugar virtual y sistema interconectado entre computadoras y redes que permite la interacción de diversas personas a través de diversos medios, entre ellos, los cuartos de chats disponibles en algunas páginas web. Según los autores, al final de los años noventa este fenómeno de interconexión personal se expande y permitió a muchas personas marginalizadas, tener una mayor interacción humana en virtud de que la internet “elimina” ciertas barreras sociales como la etnicidad, la geografía, la edad, el estrato socioeconómico e idioma. El estudio presenta datos cuantitativos y cualitativos de 790 hombres *gay* de la localidad de Perth, en Australia. Los investigadores examinan salas de chat y se percatan que los *gays* utilizan los chats para conseguir amigos o parejas sexuales. El estudio alcanza

a distinguir cuatro tipos de hombres y conductas: los hombres entre 18 a 25 años tienen como intención principal la interacción por internet. Los que se encuentran entre 25 a 29 años, mantienen una tendencia hacia contactos virtuales y están abiertos un poco más a la interacción cara a cara. Mientras que el grupo de hombres entre 30 y 39 años tiende a existir un equilibrio entre la interacción virtual y la física. Los hombres de 40 años en adelante, buscan interacción cara a cara y solo si encuentran afinidad, establecen una vinculación digital.

La relación entre sexo, internet y VIH será el foco de interés de un grupo de investigadores del Reino Unido. Con el título *Sex and the Internet: Gay men, risk reduction and serostatus*, Mark Davis et. al. (2006), estudian el hecho de que se ha tratado de concientizar sobre los riesgos de contraer el VIH en una cultura en la que conseguir sexo es relativamente fácil. En el artículo se presentan algunas tendencias de un grupo de 128 hombres homosexuales de Londres entre 2002 y 2004. De 128 hombres homosexuales y bisexuales en Londres, 32 hombres eran VIH positivo, 59 VIH negativos y 13 jamás se había hecho una prueba de VIH. Lo que buscaba la investigación era concientizar a este grupo de personas que es importante saber sobre la terminología general como los procedimientos de prevención y acción en caso de contagio de alguna enfermedad de transmisión sexual.

Por su parte, el profesor Chris Ashford, también del Reino Unido, publica en el año 2006 el artículo “*The Only Gay in the Village: Sexuality and the Net*”, en el que explora como la sociedad de la información ha permitido la expansión del comercio electrónico, la comunicación en línea, y ha permitido la expansión de los sitios en línea y comunidades que apoyan las prácticas y actividades sexuales minoritarias. Ashford centra su atención en las prácticas del *Cottaging*, término propio del mundo gay en el Reino Unido y que consiste

en la práctica sexual en baños públicos. El artículo atiende específicamente cómo a través de la red se establecen vínculos de consejos, ubicaciones, precauciones y advertencias que se formulan entre los grupos de hombres que desde el ciberespacio buscan este tipo de prácticas para ser concretadas en el mundo físico.

Otro estudio que se centra en las prácticas sexuales que se concretan en el mundo físico pero que se gestionan desde internet es el que presenta un grupo de investigadores australianos en el año 2006. El artículo lleva por título “*Cybercartography of Popular Internet Sites Used by New York City Men Who Have Sex with Men Interested in Bareback sex*”. Los autores, encabezados por Alex Carballo-Diéguez trabajan con hombres homosexuales que visitan sitios web para tener experiencias sexuales sin condón, en la ciudad de New York.

El estudio se realizó por un lapso de seis meses y mostró que muchos hombres utilizaban diferentes parámetros como atributos físicos, roles sexuales, condición VIH; positivos o no. Muchos de los sujetos consideran que tales prácticas sexuales no son una rareza. Más bien están asociados como algo osado, valiente y que acentúa la masculinidad de los hombres que lo practicaban teniendo como objetivos primordial el placer y el libre albedrío. A pesar de que muchos sitios de internet constantemente anuncian o enfocan su publicidad a tener sexo seguro, este estudio sugiere que el poder tener contacto con diferentes tipos de hombres y maneras de tener sexo proporciona una amplitud dentro de la percepción de la gama sexual.

Entrados en el año 2007, Robert Payne en *Str8acting*, analiza las representaciones de la masculinidad que realizan mil usuarios conectados a la red virtual *Gaydar* en la sección Sydney. Para ello, incluye las referencias ideológicas que norman la identidad del sitio web. A partir de este análisis presta atención a la auto categorización *Str8acting* para

señalar que esta auto enunciación que hacen los hombres en este sitio, aparece como una tipología de la masculinidad gay. El *stra8acting* con un número ocho que conecta las dos palabras en inglés *straight* y *acting* es un homosexual que se maneja bajo un prototipo heterosexual: se comporta como un hombre masculino tradicional pero le gustan los hombres. Son estos tipos de hombres que dado sus actividades tienen una vida bastante heterosexual. Son homólogos de los heterosexuales por las actividades masculinas que realizan en su vida diaria, adoptando conductas heterosexuales pero que utiliza aplicaciones para conocer solo hombres.

Christian Grov *et. al.* (2008) en *Exploring the internet's role in sexual compulsivity and out control sexual thoughts/behaviour: A qualitative study of gay and bisexual men in New York City*, se adentran en las profundidades de la compulsividad sexual y la internet. El interés sobre el tema radica en que han sido estudiados separadamente hombres homosexuales y hombres bisexuales, y, muy poco se ha estudiado sobre la intersección de dichos comportamientos. Los autores exploran de manera cualitativa el comportamiento de 111 hombres homosexuales que experimentan un comportamiento sexual fuera de control y el rol que desempeña internet en sus vidas en dicho descontrol.

Jeana Frost, junto a Zoë Chance, Michel Norton y Dan Ariely presenta en el año 2008 el artículo titulado “*People are Experience Goods: Improving Online Dating with Virtual Dates*”. Los autores sugieren en este artículo que tener citas *on line* muchas veces no cubre las expectativas porque a diferencia de otras cosas que puedes comprar/ver/consumir a través de la red, en las citas *online* las personas suelen buscar diferentes atributos como el sentido del humor y personalidad, pero muchas veces los sitios de internet presentan ciertos atributos cuantitativos como el ingreso o la religión. El estudio demostró que la gente invierte mucho tiempo en línea pero el resultado no es muy

favorecedor o no cubre las expectativas citadas, porque una de las desventajas es que muchos de los factores cuantitativos se pueden modificar y éstos son los factores que técnicamente todas las aplicaciones usan para que los usuarios puedan crear un perfil

Su experiencia frente a internet y su rechazo a las citas que se realizan online es el principal motivo que le lleva al historiador australiano Robert Reynolds (2008) a escribir su artículo: “*Imaging Gay Life in the internet Age or Why I Don’t Internet Date*”. En el artículo reflexiona sobre cómo la vida gay en internet se ha expandido en la última década, y apunta que a partir de este tipo de conexiones la vida social gay como se conocía antes de su aparición, ha ido en vías de extinción. Internet, -dice el autor-, es un foro con diferentes tipos de aplicaciones para obtener sexo casual o una relación eventual o a largo plazo. Reynolds apela a su propia experiencia en la vida gay australiana a finales de los años noventa, para reflexionar por qué él mismo no está de acuerdo en obtener citas por internet. Para ello, acude a la teoría posmoderna para hablar sobre la ambivalencia de este tipo de citas, sin dejar de reconocer las posibilidades que ofrece la red.

En este mismo año, 2008, Jones Rodney, presenta con el título “*The role of text in televideo cybersex*”, un artículo que explora el papel de los mensajes de texto en los intercambios multimodales que se llevan a cabo a través del televideo, examinando las funciones específicas de la interacción. El texto juega un papel bastante único en este tipo particular de interacción, afirma el investigador. A diferencia de la conversación ordinaria cara a cara, en el que el cuerpo (postura, los gestos, la mirada) por lo general juega un papel más accesorio, en el cibersexo que se lleva a cabo a través del texto, los mensajes funcionan para contextualizar las acciones físicas. El texto se utiliza para ayudar a aumentar la sensación de presencia que tienen los participantes.

Un chat de internet podría ser un valioso medio de comunicación para las personas lesbianas, gay hombres, y (LGB) adolescentes bisexuales, debido a la naturaleza anónima de una sala de chat y la falta de límites geográficos. A través de un análisis de contenido, Bradley Bond (2009), en *Out Online: The Content of Gay Teen Chat Rooms*, analiza temas de conversación de *chat rooms* de adolescentes homosexuales para conocer el tipo de conversaciones que se discuten en esta población estigmatizada sexualmente durante los años de desarrollo fundamentales de la adolescencia. Los resultados indican que los adolescentes LGB charlaron mucho más acerca de la apariencia física que cualquier otro tema. Las discusiones sobre el sexo, la cultura pop, y la tecnología también eran frecuentes en las salas de chat.

El crecimiento explosivo en el uso de internet por los hombres que tienen relaciones sexuales con hombres para encontrar parejas sexuales es una tendencia actual en las investigaciones. Así lo ratifican Jay Paul, George Ayala y Kyung-Hee Choi (2010) en un trabajo que lleva por título *Internet Sex Ads for MSM and Partner Selection Criteria: The Potency of Race/Ethnicity Online*.

Aseguran los autores que se ha prestado poca atención a las implicaciones que tienen algunos hombres al participar en este mercado sexual, cuando se trata de pasar por criterios de selección vinculados con el color, la raza y la etnicidad. En el estudio se muestran los resultados de seis grupos de discusión y 35 entrevistas cualitativas en profundidad con los afroamericanos, latinos o asiáticos y de las islas del Pacífico en la ciudad de Los Ángeles. Los informantes afirmaron que la raza y la etnicidad son un factor importante que facilita o entorpece los encuentros sexuales a través de internet. El estudio reporta experiencias discriminatorias vividas por los sujetos entrevistados debido a los criterios de raza y etnicidad.

Brandon Andrew Robinson y David Moskowitz (2013) se adentran en los caminos del erotismo en un trabajo que lleva por título: *The Erotism of Internet cruising as a self-contained behaviour: a multivariate analysis of men seeking men demographics and getting off online*.

Los autores dicen que aun cuando internet se ha catalogado como algo frío y banal respecto a la facilidad de encuentros sexuales, irónicamente hay mayor expresión del erotismo. De un grupo de 499 hombres de Texas se obtuvieron diferentes resultados, pero en la cuestión del erotismo y sensualidad todos coinciden que el internet les ha ayudado a redefinir o puntualizar la sensualidad o erotismo, descubrir grupos o personas con los mismos afines o fetiches y explorar su sensualidad y erotismo sin ningún tipo de prejuicio. El estudio también apunta que los *gays* más desinhibidos o los que tienen menores prejuicios son los que viven en la ciudad. Los que están más abiertos a tener nuevas experiencias son los que no son de la ciudad. Los heterosexuales entran en juegos sexuales con otros hombres siempre y cuando no se cuestiona su heterosexualidad.

Vitualização do corpo e sexualidades online: encontros gay, gênero e performatividade es el título de la tesis doctoral de Kaciano Barbosa (2014) quien se inserta en el debate contemporáneo e interdisciplinar de los estudios de género y sexualidad sobre las relaciones entre el cuerpo, la sexualidad, el espacio y las tecnologías. Se pregunta en la investigación ¿Qué performatividades de género y sexualidad se afirman online en la página web GayRomeo? Y ¿Cuál es la relación de estas nuevas performatividades con los procesos de virtualización que se relacionan a los espacios de la sexualidad en una concepción de agencia simétrica entre actores y tecnologías? El autor hace un recorrido por Foucault, Laqueur, Scott, Butler, Haraway y Latour para abrir la discusión.

La española María Teresa López Ruiz (2015), atiende el tema de la asexualidad en el artículo “*La identidad asexual: de la masculinización social a las redes sociales virtuales*”, indagando en los factores socio culturales que pueden haber incidido en su desarrollo. Para la autora las nuevas tecnologías de la comunicación y las redes sociales virtuales en particular se muestran como espacios que impulsan este tipo de identidades y que por otra parte, son instrumentos que pueden impulsar cambios en las políticas públicas, generadoras de nuevas formas de comunicación y espacios de cambio para el ser humano.

Finalmente en el año 2016 se ubica el trabajo de Phillip Chan *et. al.*, que lleva por título *Online Hookup Site for Meeting Sexual Partners Among Men Who Have Sex with Men in Rhode Island, 2013: A Call for Public Health Action*. En este artículo se presenta un balance de cómo algunas empresas que conectan personas para encuentros sexuales o pareja, actúan en las campañas de responsabilidad social para la prevención del VIH. Se analizan los casos de *Grindr*, *Adam4Adam*, *Manhunt*, *Scruff*, y *Craigslist*. (Véase Cuadro No. 1.)

Las referencias anteriores me permiten señalar dos elementos importantes, uno, vinculado con el auge de investigaciones que parten del interés en conocer qué está pasando en internet como espacio social y cultural. Este interés ha generado trabajos en su gran mayoría de origen anglosajón, que abordan temáticas diversas como identidad, masculinidad, *crusing*, performatividad, erotismo e inclusive aspectos relacionados con etnicidad, *dating* y sexo que a mi parecer buscan develar aspectos específicos de estos temas. El segundo elemento está vinculado con la ausencia que encontré sobre el desarrollo de investigaciones en el campo temático que trata esta investigación y que tiene que ver con representaciones sociales vinculadas con lo homosexual y en redes sociales virtuales.

Como toda revisión bibliográfica que se desarrolla en determinados tiempos para fines académicos, no pretendo que esta revisión sea considerada como totalizadora del estado del arte. Al respecto creo que es importante insistir en que es imposible lograr un inventario total del arte y, no olvidar que la investigación que me planteo es el resultado de un punto de encuentro teórico y metodológico de varias disciplinas, situación ésta que no hay que perder de vista.

Aun así, me parece importante considerar que la revisión anterior, presenta a grandes rasgos un informe sobre los estudios que se han hecho sobre hombres dentro del área de masculinidades, haciendo referencia a aquellas investigaciones que se han detenido en lo homosexual-gay.

Las representaciones sociales sobre la homosexualidad, siguen siendo un tema de interés para los investigadores sociales. Esto lo pude constatar al momento de iniciar la búsqueda de referencias. Y, aunque la vinculación de las representaciones sociales con las tecnologías de la información apenas se evidencia en las investigaciones como lo sugieren los trabajos que presenté, ciertamente el tema virtual cobra más fuerza conforme pasan los años.

La revisión anterior permite ver algunos aspectos que me interesa destacar a continuación. El foco de atención de las investigaciones revisadas parece estar centrado en la herramienta tecnológica *per se*. Esta tendencia se puede comprender dado que existe en la actualidad un discurso casi apologético sobre las tecnologías informáticas y los diversos desarrollos de interacción virtual que se derivan de éstas, en especial, de las llamadas redes sociales virtuales o web sociales.

Las investigaciones recientes, al menos, en los últimos quince años, según la revisión que he presentado, tienden a ubicar a los usuarios de internet en una posición de

protagonismo respecto al sistema mediático tradicional porque los usuarios tienen la posibilidad de “leer, escribir, mezclar, modificar, publicar, seleccionar, organizar y clasificar colectivamente contenidos en la web” (Rodríguez, 2008, p. 4), inaugurando una nueva cultura mundial. Esta situación de protagonismo requiere ser constatada no solo en cuanto un sujeto que tiene acceso a la herramienta tecnológica sino también como productor creativo de contenidos. De allí la importancia de interpelar estos procesos de comunicación más allá de lo descriptivo.

En este sentido, la revisión anterior permite destacar la importancia de la pregunta de investigación que me he formulado para esta tesis porque se adentra más allá de la descripción antropológica y sociológica sobre qué están haciendo los homosexuales en las redes virtuales. Esta tesis, cuestiona el por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red virtual *Manhunt.net* refuerzan el discurso hegemónico de la heteronormatividad, cuando estos sujetos tienen en estos espacios virtuales la libertad de construir otro/s tipo/s de discurso/s, menos apegados a la norma y a la condición heterosexual.

No serán suficientes entonces, estudios cuantitativos. Se requiere de investigaciones que desde marcos referenciales interpretativos puedan comprender estas complejas realidades, en particular, las de la sexualidad. Lo que, a mi parecer, constituye una oportunidad para abordar teóricamente el tema de las representaciones sociales vinculadas con redes sociales virtuales.

Una vez realizadas estas referencias sobre el estado del arte, procedo a presentar los aspectos teóricos que abarca esta tesis.

Capítulo III

Marco Teórico.

En el siguiente capítulo me propongo realizar señalamientos de carácter teórico relacionados con los conceptos de redes sociales virtuales, representaciones sociales y las características principales que rigen la heterosexualidad como sistema de género dominante. Los señalamientos y discusiones que pretendo presentar a continuación tienen como función ilustrar el camino para responder a la pregunta central de investigación que me he formulado ¿Por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad?

Como he señalado en la introducción, un trabajo de este tipo requería de algún tipo de marco teórico referencial que pudiera guiar el análisis. De manera que, antes de adentrarme en la discusión de los conceptos de redes sociales virtuales, representaciones sociales y heteronormatividad, creo necesario hacer un alto para destinar un espacio en el que argumente cómo el interaccionismo simbólico tributa a esta tesis.

Sea como orientación metodológica o como ciencia interpretativa, el interaccionismo simbólico centra su interés en la comprensión que hacen los sujetos en la interacción social sobre la asignación de significados en el lenguaje hablado o escrito. Aunque esta investigación no aborda estrictamente este tipo de interacciones cara a cara, mi objeto y mis sujetos de estudio si se encuentran en un contexto de comunicación mediada por un dispositivo tecnológico que organiza un modo particular de interacción entre sujetos homosexuales. Y en este sentido el interaccionismo simbólico sirve a esta investigación porque permite analizar la propuesta simbólica que una empresa propone para fomentar la interacción a través del computador y fuera de éste. Con esto quiero decir, que afirmo que esta empresa en internet que piensa, organiza, diseña y promueve contenidos a través de

una plataforma tecnológica, juega un papel importante en la construcción de significados para los hombres homosexuales que me interesa revelar.

Blumer, a quién finalmente se le atribuye haber acuñado el término y realizar la principal variante del Interaccionismo Simbólico (IS) en la Escuela de Chicago en la década de los cincuenta del siglo XX, postuló en tres principios los fundamentos de su teoría. Éstos son: las conductas de los individuos dependen del significado que tengan las cosas para los sujetos, este significado de las cosas depende de la interacción que tenga el sujeto con el entorno y sus actores, los significados dependen de la experiencia social y personal del sujeto, y, estos significados están constantemente creados y recreados por la interpretación que se da durante las interacciones con otros (Blumer: 1969, p.2).

El interaccionismo resultaba interesante como marco referencial porque me permite reflexionar sobre algunas de las preguntas que me he formulado y he compartido en la introducción de este trabajo. La primera de esas interrogantes a las que posiblemente me ha ayudado a resolver el interaccionismo simbólico es: ¿decepción de qué?, ¿qué esperaba yo y estos hombres y de este sitio que no llena las expectativas?

Para el interaccionismo simbólico una de las mayores facultades que tiene el ser humano es la capacidad de interpretar símbolos que le permite definir conductas y salir adelante en determinadas situaciones. Si esto es así, podría pensarse entonces que en los perfiles de usuarios de la sección “Caracas”, no deberían reflejarse ningún tipo de expectativas que no fuera de carácter sexual porque estos sujetos comprenden y manejan simbólicamente la propuesta del sitio: se trata de un sitio de ligue. Pero esto no es necesariamente así. Y afortunadamente no lo es, porque si no el interaccionismo se encontraría dentro de una corriente conductista y determinista del comportamiento social.

La importancia otorgada a la interacción por parte del interaccionismo simbólico puede sintetizarse en tres principios básicos: el primero refiere al valor dado a la alienación del sentido de la comunicación cotidiana y al importante papel que juega en la sociedad la empatía, esto es, la capacidad del sujeto para ponerse en el lugar del otro; el segundo principio hace hincapié en que la realidad social se explica -y se construye- a través de las interacciones de los individuos y los grupos sociales, consideración que desmarca a esta corriente del determinismo social; y el tercero tiene que ver con la estrategia metodológica, basada en el uso extendido de estudios de caso, el predominio absoluto de procedimientos inductivos y el abordaje de la realidad en términos microsociales y sincrónicos (Rizo, 2011, p. 2).

Al atribuirle significado a las situaciones, el interaccionismo simbólico afirma que el sujeto es un edificador activo de significado en los procesos de interacción y no un mero receptor pasivo de estímulos ni un procesador mecánico desvinculado de significados colectivos. La sociedad -según la propuesta interaccionista- opera como un tejido de interacción simbólica que crea a la persona, y la persona a su vez, crea la sociedad (Pons, 2010, p.2). Principio éste que está alineado con la propuesta teórica de Moscovici, responsable de la teoría de las representaciones sociales a la que me referiré más adelante.

Volviendo a las preguntas: ¿decepción de qué? y ¿qué espera yo y estos hombres de este sitio que no llena las expectativas? recurriré a Mead (1962), considerado el padre del interaccionismo simbólico porque propuso los fundamentos de lo que más tarde Blumer retomaría para desarrollar su planteamiento teórico-metodológico. Mead (1962), plantea que no es que el mundo externo no exista, sino que el mundo es una interpretación de cada individuo. Si esto es así, cada sujeto tiene la potestad de interpretar el mundo según su

experiencia de vida. Y estos sujetos, entre los que me incluyo, tienen la posibilidad de interpretar que en este tipo de espacios virtuales se puede encontrar un compañero de vida o un amigo sexual. Una de las posibles respuestas a las dos preguntas relacionadas con la decepción y unas expectativas que el sitio no logra cubrir para algunos, tiene que ver con que se confrontan dos maneras culturales distintas: una la que propone el sitio, proveniente del mundo anglosajón en el que se tiene una visión más sexualizada y mercantilizada de lo homosexual y otra, la de los usuarios de Caracas quienes no tenían a su alcance un tipo de red virtual, con fotos, videos, pero que tampoco tenían el mismo referente simbólico y cultural sobre lo homosexual que incorpora el *web site* al entrar en los computadores caraqueños. En términos del interaccionismo simbólico, el *web site* tiene una propuesta simbólica cultural distinta a la que tienen los sujetos que inicialmente se inscriben en ella.

Aunque para demostrar esto con más veracidad habría que tener muestras de perfiles en las fechas cuando *Manhunt* se dio a conocer en Caracas, para comparar con muestras de textos actuales, es posible que los perfiles actuales de los sujetos inscritos en esta red muestren algún tipo de tensión sobre lo que hago referencia. Cuando me refiero a tensión quiero decir, que deben encontrarse opiniones que evalúen la utilidad de esta red. Esto podría abonar a la respuesta y sugerir que la decepción de algunos de estos sujetos tiene que ver, por un lado, con una necesidad de gestionar lo afectivo en sus vidas, y por otro, con cómo han aprendido a manejar simbólica y culturalmente lo homosexual. Y, además, con cómo aprendieron a manejar los símbolos de esta cultura virtual anglosajona que promueve el *web site*. En este sentido, el interaccionismo simbólico es de utilidad en esta tesis para analizar cómo es la presentación simbólica de *Manhunt*, es decir, qué tiene para hacerse tan atractivo entre tantos hombres homosexuales de la ciudad de Caracas. Pero antes de referirme con más detalle sobre esto, procedo a retomar a Mead.

Siguiendo la propuesta de Mead (1962) es en el *self* donde reside la conciencia y radica la experiencia. Las cosas existen, pero lo que representan, varían según los individuos. Y dado que el hombre vive en sociedad, su experiencia es el resultado de su interacción con otros, de allí que la propuesta de Mead conciba la sociedad como el espacio en el que se constituye el ser humano.

El hecho de que todas las personas estén constituidas por procesos sociales, o en términos de ellos, y que sean reflejos individuales de ellos -o más bien, de esa pauta de conducta organizada que ellos exhiben y que las personas aprehenden en sus respectivas estructuras-, no es en modo alguno incompatible con el hecho de que todas las personas individuales tienen su individualidad peculiar, su propia pauta única, ni destruye tal hecho. Porque cada persona individual, dentro de ese proceso, si bien refleja en su estructura organizada la pauta de conducta de dicho proceso en cuanto un todo, lo hace desde su punto de vista particular y único dentro de dicho proceso y, de tal modo, refleja en su estructura organizada un aspecto o perspectiva de toda esa pauta social de conducta, distinta de la que se refleja en la estructura organizada de cualquier otra persona individual que existe dentro de ese proceso (Mead, 1962, p. 172).

La experiencia que cada individuo construye en el *self* según Mead, origina a su vez una especie de conciencia que hace que cada individuo actúe frente a otros, dependiendo del contexto social. Como puede seguir el lector, la propuesta del interaccionismo simbólico posibilita el estudio de la interpretación que hacen los sujetos en determinados contextos sociales. El interaccionismo me mostró una ruta para responder a la pregunta ¿a

qué dispositivos culturales apela este *web site* para lograr la “adicción” necesaria para que usuarios como yo, siguieran en la red? Se trataba entonces de estudiar el contexto social: la red virtual *per se*. Mientras que la teoría de las representaciones sociales me conducía hacia los perfiles de usuarios, para responder a la pregunta: ¿Cómo piensan e interpretan el mundo estos hombres?

En este punto considero necesario detenerme para estimar la importancia que tiene el contexto social en este tipo de estudios. Propongo como un aporte de esta tesis, el uso del término, contexto de interacción social porque se trata más bien de ambientes virtuales que propician interacciones en los que el cuerpo no se materializa. Esto coincide con la imagen de Le Breton (2011) que dice: “el cuerpo se esfuma, en el que el Otro existe en la interfase de la comunicación, pero sin cuerpo, sin rostro, sin otro tacto que el que toca el teclado de la computadora” (p. 192).

Como todas las interacciones que estudio en esta tesis están mediadas por el contexto de interacción social, me parecía que era necesario estudiar ese contexto. En eso era fundamental el interaccionismo porque permitía quitar el velo que incluso yo, podía tener frente al *Manhunt* como una sencilla red virtual de ligue. Estudiarlo permitiría responder a la pregunta: ¿es posible que esta plataforma tecnológica esté incidiendo en la manera cómo se relacionan los homosexuales? Me anticiparé a la respuesta que demuestro en la primera parte de los análisis de los resultados: sí, esta plataforma tecnológica incide en la manera en que se relacionan los homosexuales. Simbólicamente, lo hace.

Uno de los aportes más significativos al interaccionismo ha sido el de Goffman (1956), quien, a partir de la estructura teatral, estudia el comportamiento de los individuos como si de una puesta en escena se tratara. Según Goffman (1956), de estas escenas se

pueden generar principios bajo los cuales se realizan las interacciones sociales porque todos nos esforzamos por transmitir una imagen de sí mismos y de fabricar impresiones (p. 19). Esto quiere decir que las interacciones ameritan “máscaras” que se crean para asumir rutinas, y las rutinas son parte de rituales a través de los cuales se exterioriza la vida cotidiana. *Manhunt* es un contexto ideal de estudio para aprender qué escenas recrean para capturar la atención de los usuarios.

El planteamiento de Goffman (1956) me permitió auscultar el *web site* en toda su extensión, observando detalladamente cada rincón virtual. Y también me permitió reflexionar que el contexto de interacción social ofrece algo que no ofrece el contexto social, al no estar el cuerpo presente, sino, una interfase, el uso de la máscara es relativo en la medida en que el usuario aprende a manejar simbólicamente el contexto de interacción. Una vez que aprende los códigos, el sujeto se quita la máscara y revela el sistema desde donde conoce e interpreta el mundo. Y en este sentido, los perfiles de usuario permiten capturar ese sistema en forma de representaciones sociales. Lo que quiere decir que el interaccionismo sirve en esta tesis para identificar los referentes simbólicos que propone *Manhunt* con los que los usuarios además de entrar en el juego, construirán las representaciones sociales.

Una vez presentadas las consideraciones que me llevaron a inscribir esta tesis dentro de la corriente interaccionista, procedo a continuación a presentar los postulados que seguiré como guía teórica para el análisis del corpus y que sirvieron de guía para orientar el análisis de los datos como muestro en el Marco Metodológico. Para ello, seguiré a Blumer (1969) y Pons (2010):

- a. Para Blumer (1969, p. 6), Los grupos humanos son seres constituidos para la acción, es decir, para la realización de actividades multitudinarias en su vida

cotidiana. Pons (2010) agrega que los seres humanos viven en un ambiente físico y también en un ambiente simbólico. Es por ello que aprenden, recuerdan y se comunican simbólicamente. Estos símbolos, como las palabras, ideas o actos, “son adquiridos mediante el aprendizaje de qué significan para los demás” (p. 5)

La utilidad que tiene este postulado para esta tesis es que la red social virtual en estudio constituye en sí mismo un ambiente simbólico. Como tal, está compuesto de símbolos, palabras, ideas y actos. Éstos impregnan la vista del usuario desde el mismo momento en que *cliquean* el dominio de la página. Esto me lleva a realizar un balance de cuál es la simbología que caracteriza el ambiente en donde estos usuarios interactúan, en virtud de que las representaciones sociales que busco comprender se producen en este contexto de interacción y de símbolos.

- b. Para Blumer (1969), la vida grupal necesariamente implica la interacción entre los miembros del grupo porque una sociedad consiste en individuos que interactúan unos con otros, y en consecuencia, las actividades de los miembros se dan en respuesta a cada uno de los miembros. Estas actividades están llenas de palabras y a su vez, de objetos, que son producto de interacciones simbólicas. Pons (2010, p. 5), acota que el contenido de los símbolos se aprende de estos individuos con los que se interactúa. Lo que quiere decir que los juicios de valor, por ejemplo, son creencias que aprendimos en el proceso de interacción social (p.5). Un objeto dice Blumer (1969, p 10), es cualquier cosa que pueda ser indicada, desde una nube, un fantasma, una doctrina religiosa.

Sí el contenido de los símbolos se aprende con quien se interactúa, esto quiere decir que las palabras, ideas y actos que se producen en la red virtual en estudio pueden

conducirme a la captura y comprensión de las representaciones sociales que busco. Y es posible pensar que habrá rasgos que permitan inferir que estos sujetos aprendieron a usar los símbolos en la medida en que iniciaron y continuaron el proceso de interacción en esta red.

- c. La propuesta interaccionista de Blumer (1969), consiste en reconocer que los seres humanos deben tener una especie de maquillaje que se ajuste a la naturaleza de la interacción social (p. 11). Pons (2010) prefiere decir que las personas crean una definición del *self*, es decir, de sí mismo y que esta definición expresa la conciencia que se tiene de sí ante otros (p.6). Este *self* puede ser visto en dos dimensiones: *self físico* que incluye el cuerpo y sus propiedades y un *self social* que tiene que ver con la relación con la sociedad y las personas más cercanas (p. 6)

Este principio contribuye a conocer qué conciencia tiene un sujeto sobre sí mismo en contextos de interacción social como el que estudio. Sin embargo, me parecía más interesante preguntarme si se podía hablar de un *self*, que construye el *web site* y que además tiene una expresión simbólica que se manifiesta a través de una propuesta estética de cuerpos, pero también de cómo se relacionan esos cuerpos. Así que a partir de este postulado (c), me pregunto metodológicamente, ¿qué definición de sí mismo construye *Manhunt*?

- d. Para Blumer (1969), el ser humano tiene la capacidad de darse indicaciones a sí mismo, lo que significa que se enfrenta a un mundo que debe interpretar para actuar, debe construir y guiar sus acciones en lugar de dejarse guiar. Para Pons (2010) “El hombre es tanto actor como reactor” (p. 6). El estímulo no será

siempre el mismo, sino que depende de la actividad en la que se inserta en el momento. En cambio, “Lo exterior se convertirá en estímulo cuando sirve para asociar impulsos con satisfacciones (...) dado que el hombre es capaz de producir sus propios símbolos (...) puede responder a sus propias producciones internas simbólicas (p. 6). Blumer (1969) acota que el sujeto puede hacer un trabajo miserable en la construcción de su acción, pero finalmente le toca a él construirlo (p.12).

Este principio sirve para conocer a qué estímulos acude el *web site* para llamar y mantener la atención de los sujetos.

- e. Según Pons (2010), “La sociedad no es una serie de *scripts* o reglas que se memorizan, sino un contexto dinámico en el que ocurre el aprendizaje, y en el cual ese aprendizaje podrá responder de muchas maneras ante lo que se encuentra” (p.7). Blumer (1969), insiste en que la articulación entre los miembros del grupo constituye una acción conjunta, aunque constituida por diversos actos que forman parte del aprendizaje (p. 17).

Como contexto de interacción social el sitio por si solo propone una serie de aprendizajes que garantizan el uso y permanencia de los sujetos en el sitio. De allí que este principio posibilite preguntarme qué aprendizajes sociales posibilita la red social virtual.

Estos postulados generales que presento sobre interaccionismo simbólico han servido de guía teórica y al mismo tiempo de guía metodológica. Si la realidad social se construye mediante los significados que se producen en las interacciones sociales, entonces, es posible capturar estas significaciones a través del lenguaje oral o escrito. En el caso de esta investigación se plantea registrarlo a través de las declaraciones que realizan los usuarios

una vez que ingresan como miembros a la red social virtual en estudio a través de lo que se conoce como perfil de usuario. Pero sobre esto, daré mayores detalles en la sección metodológica.

Los resultados que genere este análisis son importantes en cuanto contribuyen a responder a la pregunta de investigación: ¿Por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad?, también tributa a la discusión planteada por Denzin (1992) en su libro, *Symbolic Interactionism an Culture Studies* en el que pide revisar los modos en que las tecnologías de la comunicación producen la realidad y sus respectivas representaciones.

The electronic media, producing a new "videocy," or language of the visual video image. This language displaces the earlier forms of literacy based on orality and the print media (Ulmer 1989). It introduces a new set of media logics and media formats (Altheide 1988). These new formats alter the person's relationships to the "real" and the technologies of the real (Denzin, 1992, p.79)*.

Desde la primera edición de la publicación del libro de Denzin en 1992, han pasado al menos más de veinte años desde que se advierte que los nuevos formatos de los medios electrónicos intervienen en la relación de las personas con lo real, al mismo tiempo que sirven para convertir al individuo en un nuevo objeto cultural susceptible de ser un vehículo más de producción y reproducción de la ideología (Denzin, 1992, p.79).

* Los medios electrónicos producen una nueva 'videocy' o idioma de la imagen visual. Este lenguaje desplaza las formas anteriores de alfabetización que estaban basadas en la oralidad y los medios impresos (Ulmer 1989). E introduce un nuevo conjunto de lógicas de medios y formatos de medios (Altheide 1988). Estos nuevos formatos alteran las relaciones de las personas con lo real y las tecnologías de lo real (Denzin, 1992, p.79).

Revisar estos aspectos, constituye a mi parecer una deuda que tienen los Estudios Socio Culturales que se realizan desde la frontera norte de México. Y aunque esta tesis no centra su interés en la ideología, así como tampoco lo hace el concepto de representaciones sociales, se adentra en el pensamiento compartido entre personas y grupos que, según Ibáñez, cfr. Araya) “es una forma concreta en que se manifiestan las ideologías cuando éstas se encaran con un objeto social específico” (Araya, 2002, p.43).

De allí la importancia de tomar el concepto de representaciones sociales que, alineado en la misma dirección del interaccionismo simbólico, permita capturar con mayor precisión, cómo interpretan la realidad y qué posturas toman los homosexuales que interactúan en esta red.

Una vez dicho esto, procedo a presentar lo referente a redes sociales virtuales, representaciones sociales y las características de la hegemonía heterosexual que guían el análisis teórico de esta tesis.

Redes sociales virtuales:

La necesidad de aclarar el concepto de redes sociales virtuales tiene que ver más con una urgencia de dejar en claro que se trata de un término que como ya muchos otros especialistas han dicho, se ha puesto muy de moda pero que no nació con el auge del *Facebook*, *Instagram* o *Twitter*. Y aunque esta investigación recoge y teoriza a partir de datos seleccionados en una web social, creo necesario hacer la distinción teórica que corresponde al concepto tal como ha sido postulado por la sociología.

La discusión y algunas aproximaciones conceptuales que generó el término hasta los años sesenta es mencionada por James Mitchell (1969) en el artículo “*El Concepto y el uso de las redes sociales*”. En este artículo, Mitchell revela el potencial que tienen las redes

sociales en aquel entonces *para examinar la estructura de las relaciones sociales en las sociedades “modernas”* porque:

El interés en estos estudios no se centra en los atributos de las personas en la red, sino más bien en las características de los vínculos en su relación con otro, como un medio de explicar el comportamiento de las personas que participan en ellos (p. 5).

La idea central según Lozares (1995), quien además ofrece un recuento histórico sobre el origen, desarrollo y las corrientes de pensamiento que influyeron en la Teoría de Redes reside en:

...el supuesto de que lo que la gente siente, piensa y hace tiene su origen y se manifiesta en las pautas de relaciones situacionales que se dan entre actores, oponiéndose así a la idea de que los atributos de los actores individuales sean la causa de las pautas de comportamientos y de las estructuras sociales (...) lo que construye las posiciones sociales son las relaciones mutuas entre actores, los diferentes vínculos que les mantienen en redes sociales (p.8).

A partir de los enunciados anteriores es evidente que el interés de la Teoría de Redes Sociales no es por los atributos de las personas sino por las relaciones y los vínculos que establecen unos con otros. Para Lozares (1995), se trata de un “conjunto bien definido de actores- individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc.- que están vinculados unos a otros a través de una o un conjunto de relaciones sociales” (p. 6). Y aunque la definición de Lozares es un tanto más amplia porque incluye diversas esferas en las que se pueden establecer redes, optaré por una definición de Katz que rescata Mitchell (1969), y que a mi parecer puede dibujar aún con mayor claridad el concepto en

caso de que existiera alguna duda. Katz lo define de manera sencilla como “el *conjunto de personas que pueden estar en contacto entre sí*” (p.5).

La definición de Katz podría servir para entender por qué ha sido tan fácil denominar al Facebook y otras, como redes sociales. Éstas posibilitan que las personas estén en contacto. Sin embargo, desde el punto de vista teórico y a partir de las definiciones anteriores, *Facebook, Instagram*, etc., son solo plataformas tecnológicas que median la comunicación entre un sujeto y otro. Lo que quiere decir, que, en realidad, la red social no es la plataforma *per se* sino el contacto que se realiza entre los sujetos.

Esto permite dar el justo peso al desarrollo tecnológico y cómo incide en las acciones sociales. Internet es una red de computadoras interconectadas en la que es posible generar y poner en línea distintas plataformas tecnológicas que posibilitan diversos tipos de interacciones entre individuos. Esto quiere decir que, cada plataforma se dará a conocer y agregará y sumará usuarios que compartan las mismas preferencias, gustos, necesidades, posibilitando la redimensión de la red social y, en consecuencia, el número de clientes/usuarios de la aplicación.

Así pues, no es de extrañar que las webs sociales estén incidiendo no solo en cómo se relacionan los individuos sino en cómo se repotencian/reacomodan redes sociales como la homosexual. La forma en que este fenómeno ocurre, no es el objetivo de esta tesis, aunque pudiera ser el objetivo para un postdoctorado. Mi alcance, por el momento, es solo apuntar que estas webs sociales para homosexuales actúan como dinamizadores de los encuentros, relaciones y conexiones y redimensionan la red social homosexual que se establecían en la vida cotidiana antes de la aparición de internet. Considere el lector más bien que tal aclaratoria conceptual corresponde con la obligada tarea de tomar distancia de esta miopía

tecnológica que insiste en ver la interactividad de los sujetos como un proceso emancipatorio en la comunicación actual.

Representaciones sociales:

En esta parte del trabajo haré referencia a los aspectos generales que propone el creador de la teoría de las representaciones sociales. Para ello utilizaré la traducción al español que se hiciera del texto original de Moscovici (1979), y que lleva por nombre, *El psicoanálisis: su imagen y su público*. Acudo a esta teoría y específicamente a Moscovici porque su propuesta me permite capturar qué tienen en la mente los sujetos homosexuales cuando interactúan en la sección; Caracas del *Manhunt*. Dado que las representaciones sociales operan dentro de lo que se conoce como el sentido común y dan cuenta de la manera en que los sujetos interpretan y piensan lo cotidiano, los perfiles de usuario, permiten evidenciar la existencia de unos tipos de representaciones que se construyen para reforzar el discurso hegemónico de la heteronormatividad.

Trabajo con esta teoría porque, el interaccionismo simbólico me permite identificar un conjunto de símbolos generales e ideas expuestas en el *site*, pero las representaciones sociales posibilitan capturar y categorizar metodológicamente el conocimiento socialmente elaborado que tienen los usuarios de la red social virtual sobre el discurso hegemónico heteronormativo.

Desde que Moscovici acuñó el término en el año 1961 han transcurrido más de cincuenta años. El paso del tiempo, a diferencia de otras propuestas teóricas que intentan explicar el comportamiento social, no ha sido suficiente para que la propuesta del psicólogo social rumano quedara en desuso, sino todo lo contrario. Más de cinco décadas después es posible contar con un campo teórico robustecido que trasciende los marcos

culturales y estructurales de la sociedad para explicar ciertos fenómenos dentro de las Ciencias Sociales.

Aunque Durkheim fue el primero que habló de representaciones para referirse a la existencia de un tipo de representaciones colectivas como categorías producidas colectivamente por la cultura, que generan un tipo de objetividad que impone un tipo de conciencia en la sociedad y, de representaciones individuales, que vendrían a ser versiones de lo que cada individuo hace con esa objetividad colectiva, pero que dependen de las fuerzas internas y externas que influyen a los sujetos (Araya, 2002, p. 21), es a Moscovici a quien se le deben los créditos de la teoría de las representaciones sociales tal y como se conoce hoy en día. Los seguidores y estudiosos de esta teoría han podido desarrollar algunas perspectivas de estudio que tienen como origen la propuesta de Moscovici. Es el caso de Jodelet (1984), Doise, (1990), Abric (2001) quienes han logrado definir áreas específicas de investigación siguiendo los postulados originales.

La propuesta de Moscovici se diferenciará de la Durkheim en primer lugar porque sustituye el término “colectivas” por “social”. Al hacerlo, no quita importancia a que las representaciones son fenómenos vinculados a la manera de adquirir y comunicar conocimiento como lo plantea Durkheim, sino que son elaboradas en el proceso de intercambio y de las interacciones. En el caso que estoy estudiando, el perfil de usuario permite capturar “la posición de los individuos y del grupo en relación con situaciones, acontecimientos, objetos y comunicaciones” (Jodelet, 1984, p. 473).

“Las representaciones sociales son entidades casi tangibles. Circulan, se cruzan y se cristalizan sin cesar en nuestro universo cotidiano a través de una palabra, un gesto, un encuentro” (Moscovici: 1979, p. 27).

Aunque son fáciles de captar, el concepto no lo es porque las representaciones sociales se encuentran entre conceptos sociológicos y psicológicos, afirma Moscovici (p. 27). Es decir, se encuentran entre el mundo de las prácticas sociales, de los objetos producidos, consumidos, de las conversaciones y también en el mundo simbólico. Las representaciones están compuestas de figuras y expresiones socializadas. Es decir, imagen y lenguaje se convierten en representaciones de determinados actos o situaciones. Es casi como una fotografía con una leyenda que retrata lo que viene del exterior. Solo que según Moscovici (1979), se trata más bien de una fotografía que capta las situaciones, las interacciones sociales que tienen los individuos y grupos, y no los objetos. Este carácter dinámico que tiene la representación de captar actos, hace que produzca y determine comportamientos, “porque al mismo tiempo define la naturaleza de los estímulos que nos rodean y nos provocan, y el significado de las respuestas que debemos darles” (p.17).

“La representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos” (p.17). Siguiendo a Moscovici en el símil de la fotografía, se puede acotar que se trata de una serie de galerías fotográficas que contienen información psíquica que sirven a los hombres y mujeres para integrarse física y socialmente en la sociedad. La utilidad teórica de la propuesta de Moscovici sirve en esta tesis para continuar el proceso de búsqueda de respuestas a las preguntas planteadas en la introducción: ¿qué interfiere contra la gestión de la afectividad homoerótica?

Las representaciones sociales tienen como función primordial, guiar el comportamiento, remodelando y reconstituyendo los elementos del medio en el que el comportamiento tiene lugar y lo integra a lo que Moscovici denomina *red de relacionamiento*, es decir, el lugar donde el sujeto ubica al objeto. Esta red de

relacionamiento, si bien sirve de guía al individuo y al grupo, constituye una evidencia empírica que se puede capturar a través de los perfiles de usuario que estoy estudiando. Es importante aclarar que este proceso de guía del comportamiento no supone necesariamente un componente conductista como pudiera pensarse. Moscovici es un crítico del conductismo y afirma más bien que sujeto y objeto surgen en un mismo proceso.

Así pues, las representaciones sociales actúan básicamente como proveedores de sentido dentro del mundo de categorías donde los sujetos construyen las nociones sobre el mundo. Es por ello que los sujetos son capaces de tomar actitudes, posturas, generar opiniones, imágenes, creencias, elementos que, de acuerdo a lo apuntado por Moscovici, forman parte del *campo de representación*. Esto explica por qué cuando alguien expresa su opinión sobre un objeto, en realidad ya ha ocurrido una representación. Porque las representaciones sociales además se construyen a partir de los valores, referencias sociales y culturales que tienen cada sujeto, siempre y cuando esa representación forme parte de su experiencia previa. De no ser así, el sujeto debe aprender el concepto.

En efecto, las imágenes, las opiniones, generalmente son precisadas, estudiadas, pensadas, únicamente cuanto traducen la posición, la escala de valores de un individuo o de una colectividad. En la realidad se trata de un corte realizado previamente en la sustancia simbólica, elaborado por individuos o colectividades que, al intercambiar sus modos de ver, tienden a influirse o modelarse recíprocamente (Moscovici: 1979, p. 32).

Las representaciones sociales permiten entonces encontrar una explicación o tantas como sean necesarias, a las relaciones que tienen los sujetos con el mundo. Estas relaciones están sin lugar a dudas atravesadas por los asuntos de raza, clase, sexo, religión e incluso responden a características generacionales que tienen que ver con valores que se

consideran como básicos en cada cultura y con las referencias que cada grupo tiene de sí mismo y sobre otros. Esto quiere decir entonces, que el concepto de representaciones sociales es mucho más dinámico de lo que parece, porque se construyen inicialmente a partir de un pasado cultural que determina el sistema de creencias actuales, valores, e instituciones de una sociedad. En este sentido, tanto las comunicaciones interpersonales, las conversaciones cotidianas y la programación de la red de medios de comunicación de masas influyen en la formación de representaciones sociales.

En este punto considero importante aclarar que, metodológicamente el concepto de representaciones sociales sirve para tomar una fotografía instantánea sobre el sistema de creencias, de los “constructos cognitivos” -como lo llamaría Moscovici años después- que tienen los individuos y comparten en la interacción social cotidiana. Porque como puede observar el lector, las representaciones sociales cambian conforme el individuo interactúa socialmente.

Siguiendo a Moscovici, una representación social es *una preparación para la acción* (p.32), donde la acción modifica el comportamiento y también las relaciones con el medio. No es una reproducción ni de los comportamientos ni de las relaciones, tampoco es una reacción.

...es un conocimiento que la mayoría de nosotros emplea en su vida cotidiana.

En el transcurso de este empleo, el universo se puebla de seres, el comportamiento se carga de significados, algunos conceptos se colorean o se concretan, se objetivan como suele decirse enriqueciendo la textura de lo que la realidad es para cada uno” (Moscovici, 1979, p.33).

En otras palabras, una representación social puede dar cuenta del tipo de información que maneja un sujeto o un grupo, pero en realidad no se trata de un problema de conocimiento, sino de estar al corriente de lo que pasa.

Uno de los mecanismos a través de los cuales los sujetos pueden hablar sobre cosas de las que no tienen una idea realmente clara, pero que de igual manera opinan, es porque los sujetos realizan un proceso, llamado por Moscovici, como objetivación y naturalización. La objetivación ha sido desarrollada en otros ámbitos de las Ciencias Humanas, sin embargo, dentro de las representaciones sociales operan como el proceso dentro del cual los conceptos abstractos se les otorga algún sentido y pueda ser de dominio público y viceversa. Jodelet (1984, p. 481) lo define como una operación formadora de imagen y estructurante.

El proceso a través del cual se realiza la objetivación de una representación social es en la selección y descontextualización de elementos. Básicamente se trata de recordar aquello que guarda relación con la información que se tiene sobre diferentes objetos del mundo en vínculo con el sistema de valores del sujeto y su cultura. Seguidamente, el sujeto estructura un discurso en el que pueda convertir estos pensamientos abstractos en formas icónicas, en palabras de Moscovici, en un *núcleo figurativo*, que es lo que finalmente permite a las personas comprender conceptos complejos de manera más sencilla. Es en este núcleo figurativo es que la representación social permite al sujeto cognoscente, orientar la acción, la actitud, las opiniones.

Moscovici, en su esfuerzo por investigar cómo se objetiva el conocimiento científico del psicoanálisis, se refiere a la objetivación como el proceso en que el concepto abstracto se convierte en familiar para todos:

...la sociedad ya no se ubica respecto a él y a los psicoanalistas, sino con relación a una serie de fenómenos que se toma la libertad de tratar como le parece. El testimonio de los hombres se transforma en testimonio de los sentidos, el universo conocido se convierte en familiar para todos (Moscovici: 1979, p. 76).

Una vez objetivado el concepto, es decir, objetivada la imagen y la carga valorativa alrededor de éste, se naturaliza, transformándose en una categoría más del lenguaje, del discurso y de su mundo. La objetivación como concepto sirve a esta investigación para identificar el sistema de creencias objetivadas que se tienen sobre lo homosexual en esta red virtual. En palabras más sencillas: sobre qué conocimientos del mundo homosexual en esta red tienen claridad los usuarios.

Si la objetivación traduce el objeto que se conoce al mundo del sujeto, el anclaje culmina el proceso de objetivación porque incorpora lo nuevo/extraño que pudiera resultar problemático al sujeto, y lo inserta en la red de significados de las personas que finalmente sirven para marcar distancia o cercanía respecto a algunos temas del mundo. Jodelet (1984) al respecto afirma que “la intervención de lo social se traduce en el significado y la utilidad que les son conferidos” (p. 486). Nuevamente en la medida en que el objeto ha aparecido referencialmente en el mundo del sujeto, es posible que el anclaje se consolide definitivamente. Esto quiere decir que el anclaje es el responsable de integrar cognitivamente al nuevo/extraño objeto al sistema de pensamiento del sujeto, incorporarlo en un marco conocido y permitir que el sujeto use tal inserción en sus conversaciones cotidianas.

Por ejemplo, se procede por anclaje cuando se pretende explicar la difusión de la genética por sus relaciones con la guerra biológica o la medicina, y se

dejan en la sombra sus implicancias teóricas, las modificaciones que entrarían con respecto a la concepción de la naturaleza del hombre o de la religión. Se trata de un proceso fundamental. Desde que se cambió la piedra por el hacha y el sílex por el fuego, el hombre siempre ha transformado las cosas y los hombres en instrumentos útiles (Moscovici, 1979, p. 121).

Si la objetivación posibilita ver los conocimientos que tienen los sujetos sobre el mundo homosexual, el anclaje permite ver cuáles conocimientos intentan asimilar los usuarios a su red cognitiva para ser usado.

Para analizar las representaciones sociales, Moscovici propone tres dimensiones que permiten adentrarse en los universos de opinión que éstas ofrecen.

La información: Para Moscovici, ésta es una dimensión o concepto que se relaciona con “la organización de conocimientos que posee un grupo sobre un objeto social” (1979, p. 45). La información suministra datos sobre qué saben las personas sobre determinado tema y cómo se organiza ésta.

- a.) El campo de representación: Al respecto Moscovici dice lo siguiente: “nos remite a la idea de imagen, de modelo social, al contenido concreto y limitado de las proposiciones que se refieren a un aspecto preciso del objeto de la representación” (1979, p. 46). En un sentido más concreto, el campo de representación es la dimensión teórica que revela qué creen los sujetos y cómo interpretan el mundo.
- b.) La actitud: Es la dimensión que puede identificar el mayor contenido afectivo de una representación social. Se encarga de revelar la “orientación global en relación con el objeto de la representación social” (Moscovici: 1979, p.47). Es decir, que a través de esta dimensión se obtiene la evidencia de la opinión y crítica del sujeto respecto a los

objetos sociales. A través de la actitud se revela el tipo de valoración positiva o negativa que realizan los sujetos sobre los objetos sociales.

Estos tres elementos: información, campo de representación y actitud, son los que me interesan utilizar para revisar y categorizar las representaciones sociales expuestas en los perfiles que construyen los miembros de la sección Caracas, en la web social *Manhunt.net*. ¿Cómo operacionalizar estos tres elementos en el análisis del corpus? Como cada perfil es una construcción individual que realiza un sujeto, pretendo interrogar a los perfiles preguntándoles:

- a. ¿Qué saben del mundo homosexual que en esta red virtual se expone?
(Información)
- b. ¿Qué interpretación hacen de este mundo? (Campo de representación)
- c. ¿Qué valoración específica tienen sobre este mundo y frente a los otros hombres?
(Actitud)

Una vez realizado este ejercicio de análisis de los perfiles, pretendo estar más cerca y con el objetivo principal de esta tesis, que consiste en comprender por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net* refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad.

En síntesis, he dicho hasta ahora que el interaccionismo simbólico ofrece un marco referencial para capturar el componente simbólico del contexto de interacción social en donde se insertan los usuarios. El concepto de representaciones sociales en cambio, me acercan a una comprensión específica de ese componente simbólico, y particularmente a la comprensión sobre, qué tienen los sujetos en sus mentes al momento de interactuar. En términos teóricos, el concepto de representaciones sociales sirve para entender como los sujetos comprenden el mundo, estructuran el sentido común, el conocimiento ordinario,

cómo afrontan la realidad, coordinan sus acciones, refuerzan la pertenencia a un grupo, clase social y analizan el conocimiento social y culturalmente compartido, necesario para vivir en sociedad.

El modelo teórico de representaciones sociales y en particular, las tres dimensiones que propone Moscovici para analizarlas y que tomo para el análisis de mi corpus se vinculan con la situación de estudio, porque contribuyen a responder a la pregunta ¿Por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad? La discusión del concepto de representaciones sociales tributa a los objetivos específicos dos, tres y cuatro en tanto permite articular el concepto con los otros contemplados en la investigación para desarrollar un modelo teórico que permita la identificación, análisis y caracterización de las representaciones en función de las características de la heterosexualidad que discutiremos líneas abajo.

Específicamente el concepto de representaciones sociales permite develar en un primer nivel, qué saben los sujetos del mundo, en este caso de la red virtual en la que están (información), qué creen y cómo lo interpretan (campo de representación) y qué valoración tienen (actitud) frente a los otros y al sitio *web*.

En un segundo nivel, al permitir identificar estas representaciones, se pueden categorizar y contrastar con las características del discurso heteronormativo y de esta manera puedo demostrar lo que afirmo en la premisa de investigación: Las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, y en particular, los de la sección Caracas, Venezuela, refuerzan el discurso hegemónico porque se encuentran en espacios que han sido diseñados bajo estas lógicas. Al encontrarse en este tipo de espacios, en los que además se rinde tributo a la fuerza

física, virilidad, sexualidad, las representaciones sociales tributan en consecuencia al modelo heteronormativo propuesto simbólicamente por el sitio web, reproduciendo dentro del grupo homosexual un sistema de discriminación.

La hegemonía heteronormativa:

Históricamente los asuntos referidos a la heteronormatividad se han encontrado en el foco de atención de los estudios de género para distinguir y discutir las formas opresivas que tiene el “único” modelo posible y socialmente aceptado de sexualidad: la masculinidad hegemónica (Connell, 1995).

Este modelo organizador de la sexualidad, estructurador de pautas sexuales, es el responsable de coordinar no solo los deseos sino también las prácticas sexuales y me atrevería a afirmar que también tiene una fuerte influencia en la emocionalidad y en cómo algunos individuos gestionan sus deseos afectivos-sexuales. Al constituirse como un modelo válido de sexualidad no solo es capaz de garantizar la existencia y reproducción de un discurso heteronormativo, sino que también es capaz de implementar mecanismos de transmisión y legitimación de la norma heterosexual (Connell, 1995).

El mecanismo de reproducción del modelo ha sido la familia nuclear, compuesta por un padre, una madre y sus hijos. Bajo esta tríada se asegura el control de la producción, y la reproducción generación tras generación de una serie de lógicas: la monogamia y sus expresiones tradicionales: el matrimonio o la pareja estable; el coito céntrico, genitalista y reproductor: todas las relaciones sexuales deben conducir a la penetración (Guasch: 2000, p, 82). La penetración es el hilo conductor de los encuentros sexuales. De hecho, no tener penetración es un problema que supone un problema de poder dado el carácter genitalista que tiene la sexualidad heterosexual. La sexualidad se piensa, se interpreta, se acciona

desde los genitales masculinos. A estas lógicas se le añaden, la división sexual del trabajo, y la heterosexualidad obligatoria que todos deben ejercer. Finalmente, la función que tienen estas heteronormas es servir como muros de contención social que garanticen la reproducción de la ideología patriarcal que no es otra cosa que el orden social que considera la supremacía masculina y la subordinación de lo femenino respecto a lo masculino.

Estas consideraciones son importantes de mencionar porque finalmente deseo comprender en esta tesis por qué las representaciones sociales que realizan los hombres homosexuales de la sección Caracas, a través de sus perfiles, más que encontrarse al margen, o en contraflujo con la heteronormatividad, se encuentran apegadas a ésta. Una posible respuesta a la pregunta que me hacía en la introducción ¿qué interfiere en este sitio web contra la gestión de la afectividad homoerótica?, es que estos hombres aun cuando tengan una preferencia sexual por otros hombres, no pueden escapar a la cultura, a los referentes heteronormativos con los que han aprendido a vivir, porque cada uno ha heredado su cuota de patriarcado. Entonces lo que planteo es que, el corpus de análisis debe reflejar las lógicas heteronormativas que estoy señalando arriba. Es decir, estos hombres deben estar reproduciendo representaciones sociales en las que el ideal es una pareja estable, un hombre trabajador, de apariencia viril, es decir, masculino, con el cual se pueda aspirar un vida coital y genital. ¿Hay una construcción simbólica heteronormativa en esta web social gay?

El debate sobre el discurso de la heteronormatividad no es nuevo. Está vinculado con el surgimiento de toda la literatura que produjo el movimiento feminista de la década de 1960 pero se diferencia según Ventura (2014) en que desplaza el centro del análisis de la

discriminación hacia el homosexual por las consecuencias que tiene la institución heteronormativa para aquellos que no son heterosexuales.

Sobre esto habrá un intenso debate propiciado por Steven Seidman al que hace referencia Ventura (2014), a este debate se suman autores de la talla de Kimmel (1997), Connell (1995), Butler (2007), Witting (2006), Warner (1991), Chambers (2003), entre otros. Sin embargo, los trabajos sobre heteronormatividad y específicamente aquellos vinculados con cómo ésta se reproducen en los medios recientes, es decir, apenas se están desarrollando, porque como Ventura (2014) señala, se trata de un concepto filosófico difícil de manejar.

En este sentido, mi trabajo de investigación se inscribe dentro de la corriente metodológica que sin obviar la discusión que dentro de la perspectiva de género se ha hecho sobre heterosexualidad, opta por una revisión y un análisis en el que se privilegia las consecuencias que tienen para los homosexuales la institución heteronormativa. En este sentido el aporte de esta categoría de análisis a esta tesis consiste en puntualizar que una de las consecuencias que tiene para los homosexuales que se insertan en redes virtuales como *Manhunt.net* es que con dificultad pueden coincidir emocional, afectiva y sexualmente con otros compañeros porque la norma heterosexual opera de manera activa en sus representaciones sociales. Dicho de manera más sencilla, los sujetos comprenden el mundo, estructuran el sentido común, su conocimiento ordinario, afrontan su realidad, coordinan sus acciones y refuerzan su pertenencia al grupo y de clase social, de manera heteronormativa.

Este mismo argumento me ha llevado a trabajar con el autor español Oscar Guasch (1991, 2000), quien sin obviar la discusión de género propone la existencia de una subcultura *gay* -que aunque denomina subcultura dado el carácter minoritario que tiene lo

gay frente a la mayoría heteronormativa- propone que tal subcultura, “posibilita que la identidad masculina sea plural y permite también algunos ensayos para escapar a las imposiciones que el modelo heterosexual diseña respecto al género” (Guasch, 2000, p. 134). Acota además este autor que, a diferencia de la masculinidad heterosexual, la homosexual puede incorporar lo femenino como propio y que dadas estas condiciones la condición heterosexual se encuentra en crisis.

Este autor es importante para esta tesis porque aun cuando me propongo rebatir estos aspectos, Guasch escribe desde el mundo *gay*, y propone que el mundo heterosexual tiene hoy en día más rasgos de lo *gay* que de lo heterosexual. Tanto su postura pro *gay* como su crítica al mundo heterosexual me parecen interesantes porque creo que no se trata de “gayzación” de la sociedad sino más bien de la normalización de la homosexualidad en la medida en que los *gays* se convierten en un mercado potencial en términos mercantiles. En este sentido, creo que mi posición al respecto se acerca más a la visión crítica del movimiento *Queer*. Mi propósito entonces es, resumir los aspectos más importantes de lo que este autor considera es característico de la hegemonía heteronormativa y contrastarlo con mi corpus de trabajo. Me interesa argumentar al finalizar este trabajo que a diferencia de lo que propone Guasch, aún no puede hablarse de una crisis de la heterosexualidad y que, a diferencia de lo que ocurre en España, al menos en Caracas, Venezuela, no se puede hablar de una subcultura que posibilite la pluralidad que señala el autor. Aun cuando se han abierto progresivamente espacios de tolerancia para la diversidad sexual dentro de la sociedad venezolana, las condiciones para el desarrollo de lo que pudiera ser una vida *gay*, como plantea el autor, no están dadas.

Mi planteamiento de lo que aparentemente está ocurriendo, es que, lo que hasta ahora había sido un movimiento de minorías sexuales asiste a un proceso de normalización

como jamás se hubiera pensado. Los hombres homosexuales se están normalizando en códigos culturales heterosexuales para poder sobrevivir al rechazo. Y en este sentido al asistir a tal proceso, no se puede afirmar que estemos frente a una crisis de la heterosexualidad.

El primer punto que me interesa discutir de lo que propone Guasch (2000) es que concibe a la heterosexualidad como un problema social grave en tanto que limita la vida de las personas y, en consecuencia, afecta el desarrollo de lo que el autor denomina, la subcultura *gay*. Sobre esto, creo que habría que matizar algunas cosas. Antes de hacerlo, me interesa enunciar qué entenderé por heterosexualidad en este trabajo y a conocer la postura de Guasch para que no sea juzgado tan rápido por la sentencia anterior que entiendo puede herir susceptibilidades para quienes siendo heterosexuales se sienten agraviados.

Entenderé en este trabajo que la heterosexualidad es una construcción cultural propuesta y desarrollada por las clases dominantes y legitimada por la medicina a lo largo del siglo XIX que tuvo como objetivo ejercer el control social necesario para impulsar y desarrollar un proyecto político y económico de sociedad que garantice la existencia y reproducción de una sociedad industrial. Este proyecto político y económico de sociedad tiene como características principales, garantizar la existencia de mano de obra para la producción en todas sus formas. De allí que el proyecto solo considere la aceptación de relaciones sexuales entre personas de distinto sexo, capaces de reproducirse y de garantizar esta producción.

Dentro de este modelo, la heterosexualidad se constituirá en la normalidad, una normalidad que edificará y avalará científicamente la medicina cuyo papel a lo largo del siglo XIX, será el de diagnosticar y etiquetar clínicamente los problemas sociales. De esta

manera se implantarán categorías para cada caso: cleptómano, pirómano, monomaniaco homicida, hipocondríaco, sádicos, y homosexuales.

A lo largo del siglo XIX la medicina ofrece a la burguesía una nueva legitimidad para el control social de los disidentes sociales en general y de los disidentes sexuales en particular. El siglo XIX contempla el final del proceso por el cual el endemoniado se convierte en loco, condena al anarquista y al hombre de genio, convierte al criminal en enfermo, al obrero en desequilibrado y al sodomita en perverso (Guasch, 1993, p. 108)

La voz de la medicina se convirtió en la dictaminadora oficial de “lo normal” y de lo que no lo era. No podía ser de otra forma. Los avances científicos y técnicos, pero también las guerras, hicieron lo suyo para que la medicina diera las respuestas necesarias. La crisis de legitimidad que tuvo la iglesia católica, y, sobre todo, la postura conservadora asumida por su vocero oficial, el Papa Pío IX al condenar categóricamente las propuestas liberales del entonces que consistían en la separación del Estado, algunas consideraciones sobre la libertad individual, en particular la que prescribe el principio de autonomía del hombre ante Dios, contribuyó también para que la medicina pudiera ser considerada como la nueva “verdad”. A tal punto que como refiere Guasch (2000):

Biologizar las diferencias para justificar la desigualdad y la represión es una práctica común de la ciencia y de la medicina del siglo XIX (y de la de ahora). Lo que la ciencia y la medicina hacen con la sexualidad no convencional, lo hacen también con los negros, con los criminales y con los anarquistas, con los pueblos colonizados y con las mujeres. Desde el siglo XIX hasta la Segunda Guerra Mundial (gracias a la ciencia y a la medicina), el ser normal será de origen europeo, blanco, heterosexual y varón (p. 71).

Aunque más adelante los discursos de la iglesia y la ciencia se encontrarán para sancionar la sexualidad, la medicina se encargó de ordenar y categorizar los pecados y renombrarlos en enfermedades: “Parte de la medicina del siglo XIX origina lo que puede llamarse protosexología. Ésta se ocupa sobre todo de organizar la salud sexual con el fin de garantizar la reproducción” (Guasch: 2000, p. 78).

Es entonces, a partir del siglo XIX, cuando comienza a enfatizarse la diferencia y se convierte en sanción social. A partir de entonces, lo no heterosexual resulta sospechoso, raro, anormal. Y no será sino hasta los años sesenta del siglo XX, con la revolución sexual, cuando este discurso médico y prescriptivo de lo social y en particular de la sexualidad, entre en crisis y se vea obligado a re-pensar algunas de sus categorías. Es el tiempo en el que:

Las sociedades occidentales avanzadas son ya plenamente democráticas, algunos de los considerados enfermos (homosexuales, sadomasoquistas, pedófilos) se organizan y afirman no serlo, las nuevas técnicas contraceptivas liberal el sexo de la procreación y se reivindica su libre ejercicio como instrumento de liberación social (...) La actividad sexual no es prohibida: se recomienda. Pero dentro de un orden. Con pautas, reglas, directrices (Guash: 2000, p. 80).

Aunque como dice la expresión popular, *mucha agua ha corrido debajo del puente*, desde entonces y hasta nuestros días, el siglo XIX y la gestación de este modelo hetero sigue teniendo una fuerte influencia en cada uno, aún después de la revolución sexual. La decisión de “salir del clóset” -por solo citar un ejemplo-, acción de enunciarse públicamente como homosexual o gay, continúa pasando en mayor o menor grado, por un proceso de

temor y auto rechazo, no solo de la preferencia sexual, sino de sí mismo que tienen su origen en este sistema de valores heteronormativos que vengo enunciando.

La heteronormatividad está incrustada de manera invisible, es una ideología que determina la manera en que hombres y mujeres se relacionan. No respeta la preferencia sexual. Guasch (2000) dice lo siguiente:

Es sexista, misógena, homófoba y adultista. Tiene, además, cuatro características fundamentales; primero defiende el matrimonio o la pareja estable; segundo, es coitocéntrica, genitalista y reproductora; tercero, interpreta la sexualidad femenina en perspectiva masculina y la hace subalterna y, cuarto, persigue, condena o ignora a quienes se apartan de ella (p.81).

Como puede seguir el lector, la crítica que presenta Guasch tiene que ver con cómo la heteronormatividad como institución ha normado la manera de vivir. Evidentemente hay un reclamo a esta institución porque es la responsable de visibilizar la diferencia, en particular, de aquellos que tienen un gusto diferente. Desde esta perspectiva, se puede comprender porque la heterosexualidad es para Guasch un problema social grave en tanto que limita la vida de las personas. Me atrevería a afirmar que tal aseveración por parte del autor puede ser considerado ofensiva para algunos heterosexuales. Si mi lector se siente aludido, le invito entonces a reconsiderar su inconformidad y ver que ésta tiene su fundamento en la ideología dominante. La heterosexualidad no se cuestiona. Al funcionar como ideología, es natural que se activen las alarmas que sancionan la diferencia y la irreverencia. Esto me lleva a argumentar que ciertamente habría que matizar este tipo de afirmaciones para no repetir las mismas formas discriminatorias en el discurso. Sin embargo, no tendríamos la necesidad de una disculpa si en el sistema cognitivo no existiera la dicotomía hombre-mujer.

Guasch está planteando que esta forma de mirar el mundo es una consecuencia de esta diferenciación que hace la heterosexualidad. Yo agregaría que son formas discriminatorias que atraviesan la vida cotidiana constantemente pero que como se hayan en el plano de la ideología dominante, pasan desapercibidas. Y así como pasan desapercibidas en la vida cotidiana, debe ocurrir lo mismo en los espacios de interacción virtual. Dicho esto, creo necesario entonces darle una revisada a estos conceptos de sexismo, misoginia, homofobia y adultismo porque permitirán identificar el tipo de representaciones sociales que construyen los hombres que visitan la red social virtual y facilitará el alcance de una respuesta para la pregunta central de investigación: ¿Por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad?.

Sexismo: el sexismo ha actuado como un tipo de discriminación basado en la diferencia de género. Dentro del sexismo la cultura privilegia y acuña la supremacía del sexo masculino. Esta supremacía es sexual, económica, política. Lo que quiere decir que por el hecho de ser varón se nace con ciertos privilegios. Al encontrarse dentro del género que tiene los privilegios, no solo se aprenden las condiciones favorables que se tienen, sino que también, se aprende a minimizar la importancia de aquello que esté vinculado con las mujeres u otros géneros. Dado que el sexismo es una lógica de la hegemonía heterosexual, me interesa verificar si los perfiles de usuarios de la sección Caracas, construyen representaciones sociales sexistas.

Dentro de este esquema de pensamiento solo hay dos opciones posibles: masculino o femenino.

El género, como las etapas del ciclo vital, ha sido definido de forma positiva: cerrada. Masculino y femenino se han pensado como categorías acabadas en las que no son posible los matices ni la evolución (Guasch, 2000, p. 35)

En principio se puede definir como el conjunto de creencias que discriminan a la mujer por inferioridad ante el varón. Sin embargo, ante la emergencia de otras formas de expresión de la sexualidad o de género, también se considera que la discriminación a estos otros, también es una forma de sexismo.

La explicación para esto es que, al encontrarse la sexualidad masculina en el centro, en torno al cual se organiza la sexualidad, todos los demás miembros de la sociedad quedan subordinados a la hegemonía masculina. La hegemonía masculina activará sus alarmas sancionadoras una vez que alguno de estos miembros de la sociedad intente trasgredir el orden de tal hegemonía. El sexismo se activa como sensor para advertir el peligro que corre el mundo de los varones ante aquellos hombres que evidencien rasgos y valores socialmente definidos como femeninos.

Dentro de estos valores socialmente definidos como femeninos se encuentran: la afectividad intermasculina que básicamente es un principio homofóbico y la pasividad del varón en las relaciones sexuales. Y, aunque Guasch (2000) no lo menciona explícitamente como un elemento que distingue lo activo de la sexualidad masculina, me parece importante considerar que la ausencia del falo erecto, asociado a la virilidad y poder del varón, es otro valor que pudiera poner en entredicho la supremacía masculina, dado que el falo es simbólicamente importante en sociedades *coitocéntricas genitalista*.

Misoginia: Siguiendo a Guasch (2000), Si el sexismo es un tipo de discriminación basada en el género, la misoginia es un tipo de sexismo que consiste en el odio y repudio

absoluto hacia las mujeres. El razonamiento misógino no tiene otra lógica que el desprecio por ser mujer. Este tipo de discriminación forma parte de aquellas propias de sociedades patriarcales o dominadas por hombres que colocan a las mujeres en posiciones de subordinación frente a posiciones de poder. Dentro de la lógica misógina, la mujer es un objeto más, inútil e incapaz de ejercer algún tipo de acción, menos de su propia sexualidad. El deseo sexual femenino ha sido negado históricamente, hasta hace muy poco por el hecho de ser mujer.

Este planteamiento ha estado instaurado en la cultura occidental desde Aristóteles (Guasch: 2000, p. 40). Aristóteles consideraba que el placer sexual de las mujeres no era necesario para garantizar la reproducción, quedando instaurada la idea desde la Edad Media que las mujeres actúan como un receptáculo pasivo al servicio del deseo sexual masculino.

La utilidad de este concepto radica en lo siguiente: al ser la misoginia una lógica de la hegemonía heteronormativa, es muy probable que, dentro de la red virtual en estudio, los hombres homosexuales realicen representaciones sociales misóginas, aun cuando se trata de hombres únicamente. Mi supuesto al respecto es que todo aquello que intente ser femenino, será sancionado por el grupo de usuarios.

Homofobia: ¿Puede hablarse de homofobia en contextos de interacción virtual en los que todos buscan personas de su mismo sexo? Esta es la pregunta que intento responder con esta categoría. La homofobia “es el temor profundamente irracional (un terror casi sagrado) que invade a los varones ante la posibilidad de amar a otros varones” (Guasch: 2000, p. 122). Aunque el término ha sido resignificado para incluir a otros miembros que integran la diversidad sexual, me referiré a éste como la fobia/repulsión que producen las relaciones afectivas y sexuales entre varones.

Guasch (2000, p. 131), afirma que no se trata tan solo de odiar, temer o estigmatizar a los homosexuales, se trata de miedo entre los mismos varones a amar a otros varones. Los varones no se aman entre sí, es el principio que rige desde la norma heterosexual. Este miedo construido culturalmente se ha encargado de crear las condiciones necesarias para resguardar el orden social. “En la esfera de la sexualidad, el control social se ocupa sobre todo de prácticas y conductas peligrosas para el orden social, y la de los varones lo son” (p.40).

Si la homofobia es temor a amar es porque con el amor, el varón corre el riesgo de perder los privilegios culturales que se le otorgan por ser varón. Guash puntualiza que: “El varón es macho o no lo es” (2000, p. 123). Y debe negar su propia feminidad si es necesario para conseguirlo. Lo femenino debe mantenerse en una posición subalterna, así como toda manifestación emotiva y/o afectiva que pueda comprometer la virilidad del macho. La virilidad es sagrada en tanto que contribuye con la idea de una identidad masculina. La representación de esta masculinidad heterosexual descansa en el arquetipo del héroe, por lo tanto, el hombre debe triunfar en cualquier escenario y no puede ni debe ser *frágil, compasivo, débil, cobarde, solidario* (Guasch, 2000, p. 123), en cambio debe ser agresivo y violento. Estas características lo justifican en cuanto a su incapacidad afectiva.

Como el hombre ha sido construido social y culturalmente para estar asignado al espacio público, la competencia es un rasgo muy común entre varones que sirve para lograr dominio y sometimiento (Guasch, 2000, p. 128) y, además, de conquista. “Hay que ser macho de manera constante, todo el tiempo, sin descanso. Y lo más importante: Hay que hacer saber a los otros que se es macho” (p. 129).

Todas estas condiciones mencionadas arriba, dificultan el amor entre varones. “El amor entre varones es sexualizado de una manera tan radical que se ofrece un modo

preferente (y casi exclusivo) de manifestar los afectos masculinos: la expresión sexual. A los varones que aman a otros varones les resulta difícil escapar a esa clase de restricciones culturales” (Guasch: 2000, p. 131).

Juvenilización: como la propuesta del modelo heterosexual ha sido de carácter reproductor, se considera que la sexualidad es un asunto de adultos reproductores. En este sentido, tanto a los niños, niñas y ancianos se les niega la posibilidad de explorar la sexualidad porque:

Sexualidad y reproducción han sido definidos como sinónimos y, al hacerlo, se afirma que la sexualidad es patrimonio exclusivo de los adultos (...) Uno de los síntomas de la crisis de la heterosexualidad es, precisamente, que niños y niñas, y ancianos y ancianas pasan a ejercer una sexualidad que hasta el momento se les había negado por no ser reproductora, por no ser correcta (Guasch, 2000, p. 35).

El mismo autor apunta que uno de las áreas en donde el modelo heterosexual no ha podido ejercer el control, es en el ejercicio de la sexualidad anciana. De modo que lo que plantea Guasch es que aun cuando el mandato es que el envejecimiento y el sexo no van de la mano, las personas ancianas mantienen sus prácticas sexuales.

Aunque este tipo de prácticas es cuestionado por el modelo porque en esta etapa de la vida no se es reproductivo, coitocéntrico, ni genital, sino que implica la incorporación de todo el cuerpo para el logro del placer y como bien explica el autor, el sistema si ha logrado controlar la práctica sexual de niños, pero no la de los ancianos, sería interesante verificar si ocurre lo mismo en el mundo homosexual. Es decir, esta categoría es importante porque siendo parte de las lógicas de la hegemonía heteronormativa, me interesa saber si dentro las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la sección Caracas, los

homosexuales ancianos están representados. O, por el contrario, estas representaciones más bien apuntan a favorecer un tipo de supremacía de la juventud en el que el modelo heterosexual si logra con éxito el control de la sexualidad anciana.

Este aspecto, que a simple vista parece irrelevante, está vinculado con cómo la heterosexualidad ha condicionado los objetos de deseo. En este sentido, hay unas edades socialmente aceptadas como deseables y otras que son impensables y hasta censurables desde todo punto de vista. ¿Podrá ser el mundo *gay on line* un poco más abierto a esto?

Hasta aquí la exposición de los aspectos teóricos que sostienen esta investigación. Estos aspectos están vinculados con aquellos de carácter metodológico. Y la forma en qué se usarán están expuestos en el siguiente capítulo.

Capítulo IV

Marco Metodológico.

En las líneas que siguen a continuación me propongo explicar cómo estructuré el proceso de recolección de datos que me permitió analizar el contexto virtual y los perfiles de los usuarios de la sección Caracas, Venezuela, para responder a la pregunta de investigación: ¿Por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad? La presentación de este capítulo responde a lo enunciado en el segundo objetivo específico que propone presentar una propuesta teórico-metodológica para el estudio de representaciones sociales en la red social virtual *Manhunt.net*. Para llevar a cabo esto, hago referencia a la ciberetnografía como el camino al que acudí para llevar a cabo mi trabajo de campo, y luego planteo en algunos cuadros, en los que expongo y explico, cómo diseñé mi investigación teniendo en cuenta que me interesó estudiar tanto el *web site* como contexto social en el que los usuarios se insertan y los perfiles de usuario que construyen los sujetos que se registran en esta red social virtual.

Una investigación de este tipo ameritaba un enfoque interpretativo que permitiera capturar las complejidades de lo social, sobre todo, porque la premisa de investigación que me había formulado tenía un carácter interpretativo al proponer que los sujetos de la sección Caracas, Venezuela que tienen perfiles en *Manhunt*, refuerzan y reproducen el discurso hegemónico de la heteronormatividad porque se encuentran en espacios virtuales que están diseñado bajo estas mismas lógicas y que éstas son las únicas formas – aparentemente- de entrar en contacto con otro-s hombre-s. En virtud de que tanto mi pregunta como mi premisa de investigación tenía esta característica, consideré pertinente acudir al paradigma cualitativo porque:

Is particularly well suited to investigate voices and perspectives from nondominant cultures about which very little is known. Qualitative re-

searchers explicitly acknowledge that their status as researcher puts them in the privileged position of member of the dominant culture and its definition of reality. This is especially true when the researchers are ethnically part of the dominant group, as are the senior authors (Auerbach, 2003, p. 154-155)*.

La elección de un paradigma cualitativo coincidía con este aspecto nuevo para mí de asumir una *positionality/posicionalidad*, -aspecto al que hago referencia en la introducción de esta tesis- y que está vinculado con un nivel de conciencia de pensamiento acerca de quién soy, de mi posición en el mundo, de cómo llego al tema de investigación, por qué me interesa, cuál es mi posición política, teórica, emocional frente al tema, frente a los sujetos de investigación, cómo me relaciono con estos sujetos y cómo todos estos aspectos me acercan a *verdades parciales*, que finalmente constituyen interpretaciones igualmente parciales, no generalizadoras pero definidas a partir de ese nivel de conciencia que tomo como investigador en el proceso etnográfico.

Considerando que el trabajo de campo de esta tesis trascendía las referencias que tenía sobre el trabajo etnográfico tradicional, y se estructuraba a partir de lo que aparecía en la pantalla de mi ordenador, había que idear un marco metodológico que se adaptara a este escenario. ¿Era etnografiable esto que aparecía ante mis ojos? Indudablemente que sí. Así lo pude constatar al revisar una parte de la literatura que aborda las cuestiones de la etnografía en internet.

Wilson (2002), Gutiérrez (2003), Beaulieu (2004), Hine (2004), Domínguez (2007), Estalella (2007), son solo algunas de las referencias que en estos últimos años han estado

* Es particularmente adecuado para la investigación de voces y perspectivas provenientes de culturas no dominantes sobre las que se sabe poco. Los investigadores cualitativos reconocen explícitamente que su condición de investigadores los coloca en una posición privilegiada de miembro de la cultura dominante y su definición de realidad. Esto es especialmente cierto cuando los investigadores son étnicamente parte del grupo dominante, como lo son los autores principales (Auerbach, 2003, p. 154-155)

discutiendo acerca de todas las posibilidades que ofrece internet. También los interesados en el área pueden seguir el debate más actualizado a través del *Forum Qualitative Social Research* (FQS), que es una red multilingüe creada en 1999 a través del cual se puede leer la discusión sobre ciberetnografía y en el que aparecen artículos publicados por especialistas como: Adolfo Estaella, Ruben Arriazu, Heike Mónica Greschke, Simona Isabella, Kip Jones, Natalia Rybas, Mauricio Teli, Michaela Fay, entre otros.

La discusión que se ha suscitado entorno a la etnografía virtual o ciberetnografía ha ido *in crescendo* en la medida en que el desarrollo tecnológico ha posibilitado la aparición de más espacios etnografiables. A la par de este crecimiento, no ha quedado otro camino que aceptar que la etnografía ha cruzado las fronteras antropológicas para expandirse en diferentes perspectivas según el área o las disciplinas desde donde se aborde. Esta expansión ha servido tal como lo menciona Hine (2004), para revisar los rasgos que hasta ahora se habían dado por supuestos dentro de la etnografía y para “reformular y reformular nuestros proyectos a la luz de las preocupaciones actuales” (p. 57). Con la diferencia que, aun cuando pueda hablarse de diferentes perspectivas etnográficas, lo único que permanece intacto es el propósito de comprender profundamente lo social a través de la observación y la participación.

Dentro de la discusión académica sobre cómo la etnografía se ha transformado al ser usada desde otras disciplinas o áreas, destaca el uso que ha dado la sociología y más recientemente los estudios culturales, proponiendo investigaciones que estudian particularidades de lo social (Hine, 2004, p. 55). Es el caso de esta tesis, que propone estudiar dentro de lo humano, un grupo específico de una ciudad en particular y que además tienen en común que son homosexuales. Sin embargo, las posibilidades que ofrece hoy en día el campo etnográfico son vastas y pueden plantear incluso el estudio de un caso con una

persona como sujeto de estudio que, de acuerdo a ciertas características del personaje, sus condiciones de vida o la problemática abordada, puede ser etnografiable. Es el caso del trabajo que presenta Ruth Behar (1993) en *Translated Woman* sobre el que hice referencia en la introducción de este trabajo.

El paso del tiempo, los derroteros tomados por los investigadores y las posibilidades que ofrecen las interacciones mediadas a través de internet, han llevado a la etnografía a un momento de crisis que al mismo tiempo invita a superar el escepticismo inicial que reinaba sobre algunas de estas investigaciones para replantear algunos aspectos vinculados con la pretensión de representar la cultura, producir un conocimiento auténtico y consideraciones relacionadas con la descripción, la interacción cara a cara y la subjetividad (Hine, 2004, p. 57).

Los autores que revisé para esta reflexión metodológica coinciden en que la ausencia del etnógrafo en el campo de estudio es uno de los problemas epistemológicos sobre los que hay que discutir. Sobre esto debo acotar que la mayor preocupación sobre aquellos trabajos que consideran internet como el campo de estudio, se centra en la ausencia física del investigador y la imposibilidad del desplazamiento físico que realizaría el etnógrafo tradicional.

En un contexto físico, un observador está siempre marcado por su diferencia incluso aunque guarde total silencio, caso radicalmente diferente del de los merodeadores del entorno virtual, quienes pueden pasar desapercibidos. Ahora bien, adoptar el merodeo equivale a renunciar al argumento de autoridad etnográfica basada en el análisis sustentado en la participación, y tanto Baym (1995c) como Connell (1995) dejan siempre claro que sus hallazgos son resultado de la observación y la interacción (Hine, 2004, p. 63).

La presencia física del investigador y su participación sigue estando en el foco del debate. Ésta parece ser una preocupación común en las discusiones sobre etnografía vinculadas con internet dado que está relacionada con otro de los aspectos importantes de la discusión: la veracidad. ¿Cómo creer en una experiencia en la que el etnógrafo no ha participado físicamente o en la que “aparentemente” no ha tenido contacto? Para otros en cambio, la discusión no es tan complicada. Se trata más bien de entender que “El ciberespacio es un nuevo territorio donde la vida social se desarrolla” (Ruiz: 2007, p. 129). Al convertirse en un espacio en el que lo social sucede, es etnografiable.

Algunas de las preocupaciones que circundan alrededor de la ciberetnografía, entiendo, son herencia de la etnografía clásica, e intentan salir al paso a cualquier crítica positivista que aún hoy en día pueda alzarse en contra. Sin embargo, me parece que sí hay algo que posibilitan las interacciones mediadas a través de internet. y es que permite reconstituir uno de los principios de la etnografía clásica: “estudiar las culturas en su estado natural, en vez de intervenirlas con técnicas de encuestas o arreglos experimentales. Se trata de describirlas tal y cual como acontecen” (Hine, 2004, p. 56).

Si me preguntan, el hecho de que mis sujetos de estudios estuvieran *on line* no hizo que dejara de tener presencia en la red virtual. Todo lo contrario, creo que no hubiese podido estar más horas en el campo, como lo estuve frente al computador en observación y lectura.

El etnógrafo sigue estando allí, ahora, con el resguardo de la pantalla que le impide interferir con las dinámicas sociales que aparecen frente a sus ojos. Al menos, ésta es una de las ventajas que encontré a lo largo de estos años de interacción en la red social virtual que estudio y que considero es uno de los rasgos metodológicos que rescato de esta

experiencia. Pero ésta, ha sido mi experiencia, y entiendo que tiene que ver con el tipo de problema que me he planteado investigar.

A partir del trabajo de campo lo que puedo afirmar es que internet me posibilitó escudriñar espacios de la intimidad que con dificultad pudiera haber podido ver sin la red. Esto, constituye desde mi experiencia un avance en las posibilidades de investigación porque abre perspectivas inimaginables hace quince años atrás. Hoy en día se puede hacer trabajo ciberetnográfico desde la casa, un aeropuerto, la oficina o desde cualquier ciudad del planeta con conexión a la red, pero esto no implica la ausencia física y tampoco que el etnógrafo virtual tenga un trabajo cómodo por el hecho de no estar sudado o lleno de tierra como se pudiera pensar la imagen del etnógrafo clásico.

Pero si hay algo que pareciera quedar claro de momento, es que el ciberetnógrafo debe estar más que alejado de repetir la historia de algunos que en algún momento se hicieron llamar “Cronistas de Indias” durante el proceso post conquista de América y que, sin haber pisado tierra, escribieron tomos enteros de descripciones.

En el caso de esta investigación, no tuve la necesidad de interactuar con ningún sujeto a través de la red para decirle que me encontraba haciendo una investigación. Esto quiere decir que mi postura ha sido más bien la de un observador no participante al momento de la recolección de los datos vinculados con los perfiles de usuario. La ventaja del trabajo que presento es que precisamente no interviene en las dinámicas del sitio, en consecuencia, obtengo datos que el sujeto produce sin saberse en situación de estudio. Tampoco revelo las identidades que los sujetos han decidido construir en esta red. El único requisito que tuve que llenar para ingresar a esta red social virtual fue entregar los datos de mi tarjeta de crédito para poder tener al alcance los datos que necesitaba: los perfiles de los sujetos de la sección Caracas, Venezuela.

Contar con una tarjeta de crédito no solo me permitió garantizar la suscripción a esta red virtual, sino que también posibilitó un nivel de acercamiento que quizás no hubiese podido garantizar al permitirme tener acceso ilimitado a los datos primarios con los que esta investigación trabajó.

Esta condición me lleva a plantear otro de los aspectos importantes vinculados con la discusión epistemológica de la ciberetnografía y que tiene que ver con las representaciones y con la veracidad, es decir, sobre cómo el etnógrafo construye su relato acerca de su inmersión en el campo. Los etnógrafos de internet al igual que los tradicionales “se concentran no en las formas físicas que emplearon para llegar a un sitio, sino en los modos en que negociaron el acceso a él, observando las interacciones” (Hine, 2004, p. 60). Y aunque el ciberespacio como refiere Ruiz (2007), es un lugar desterritorializado para el etnógrafo, si tomamos en cuenta la noción de territorio a la que apela la etnografía clásica, es un espacio simbólico, semantizable en los que ni el lugar ni el cuerpo son necesarios, pero en el que también deben negociarse las condiciones de acceso a él. Cuando me refiero a negociación significa que el etnógrafo virtual debe identificar –antes de ir a su campo- de qué manera va a estudiar a sus sujetos de estudio y cómo va a explorar esa parcela de mundo, para construir su experiencia etnográfica. Finalmente, la autoridad que tiene el etnógrafo tanto en la perspectiva clásica como en la etnografía virtual no cambia. Todo lo contrario, esta autoridad no es transferible en ninguna de las dos situaciones. Por lo tanto, el lector depende de cómo el etnógrafo logra el acercamiento metodológico al entorno virtual, interactúa en éste y cómo construye el relato producto de su experiencia.

Hine (2004) acota que “Los estándares de autenticidad no tendrían que ser tomados en cuenta como absolutos, sino como negociados y sostenidos situacionalmente (...) La

búsqueda de un conocimiento realmente auténtico de las personas o de los fenómenos está destinada a su irresolución” (p. 64).

De allí que para mí tenga más sentido revelar, cómo me acerqué a este tema o cómo el tema llegó a mi vida, porque de esa descripción también se derivan las respuestas a algunas dudas que pudieran existir sobre la autenticidad de mi relato etnográfico.

A lo largo de la investigación no llegué a tener la necesidad de cuestionar la autenticidad de los perfiles que estudié. Quizás porque estos últimos años de inmersión en la red social virtual he aprendido que, al menos, en este espacio en el que he interactuado, los sujetos pueden enunciar explícitamente lo que buscan o desean e incluso, decidir si deben o no subir una fotografía.

Lo que si aprendí a identificar -y creo que más por desarrollo del olfato, es decir, de la intuición- es cuando me encontraba frente a una foto que posiblemente fuera del sujeto que la postea. Como entiendo que no se trata de un asunto de clarividencia, explico cómo aprendí a desarrollar mi olfato sobre esto. Hay dos tipos de sujetos en esta red virtual: los que muestran su cara y su cuerpo y los que no lo hacen. Los que corresponden al primer tipo por lo general recurren a fotos de la vida cotidiana, su cuerpo en contextos de algunos de sus viajes, partes de su cuerpo o *selfies*. Los que incorporan fotos que no pertenecen a ellos, por lo general tienen un tipo de pixelado diferente, son fotos en las que hay cierta estética como si se tratara de un modelo de revista, excesivamente elaboradas.

En esta investigación no tuve necesidad de constatar si el de la foto corresponde con el sujeto que desarrolla el perfil, pero entiendo que podría ser interesante de desarrollar como un tema para otra investigación. Sin embargo, debo acotar que, durante el proceso de recolección de datos, realicé observaciones sobre aquellos perfiles cuya foto fuera de procedencia dudosa. En ese caso, evalúe conjuntamente con el texto que acompaña a la foto

para discutir su pertinencia como dato. En otros casos, los sujetos anunciaban explícitamente que la foto “es referencial” o “no soy el de la foto”.

Retomando otro aspecto sobre la autenticidad de estos perfiles, debo acotar que uno de las razones por las que mantuve una postura más relajada sobre el tópico autenticidad es porque no consideré que mi papel como investigador fuera actuar como juez de los sujetos que construyen estos perfiles. En este sentido, mi postura, alineada más con los Estudios Socioculturales que se hacen desde la frontera norte de México es comprender que el sujeto que crea un perfil en esta red es una figura parcial mediada por unas circunstancias, unos deseos, necesidades, por un contexto socio cultural, y no una identidad total. En este sentido, mi trabajo ha sido el de comprender los significados que están en estos perfiles, específicamente aquellos significados que se establecen y estructuran como representaciones sociales sobre la heterosexualidad y darles sentido a través del interaccionismo simbólico.

Diseño de la ruta para la recolección de los datos:

Como los perfiles de usuario se desarrollan en un contexto de interacción social, procedí inicialmente a estudiar el sitio web como unidad articuladora donde todos esos significados se encuentran, se cruzan, aparecen, se manifiestan. Para ello, acudí al interaccionismo simbólico como marco teórico referencial dado el carácter eminentemente icónico, simbólico, sugestivo de los datos. Entonces, a partir de cinco postulados resumidos por Pons (2010), y que presenté en el marco teórico (Ver páginas 97-99), me propuse formular una pregunta que, de acuerdo al enunciado teórico, pudiera guiar el análisis para mantenerme dentro de las categorías que se encuentran expuestas en el Anexo No. 1.

La pregunta que me formulo a la luz del enunciado teórico me permitió indicar la categoría teórica a la que tributa la formulación de la pregunta y su posible respuesta, así

como, precisar en qué parte/sección/sub página se ubica el *corpus* que utilizo para la obtención del dato. Seguidamente, una vez que hago esta precisión, indico la técnica de investigación usada y finalmente una columna en la que consideré pertinente vincular algunas de las preguntas que me había planteado a lo largo de estos años de trabajo y que están expuestas en la introducción de esta tesis.

Procedo a continuación a presentar las guías de análisis que utilicé para trabajar con el interaccionismo simbólico de acuerdo con los postulados que expuse en el marco teórico. Esta guía de análisis se complementa con el Anexo No. 1, y que el lector puede consultar desde ahora para verificar cómo estructuré las categorías, su definición y a través de qué imágenes, palabras y frases asociadas capturé los datos.

Guía de análisis usando el Interaccionismo Simbólico (1/5)

Principio teórico a: Los grupos humanos son seres constituidos para la acción, es decir, para la realización de actividades multitudinarias en su vida cotidiana (Blumer, 1969, p. 6). Los seres humanos viven en un ambiente físico y también en un ambiente simbólico. Es por ello que aprenden, recuerdan y se comunican simbólicamente. Estos símbolos, como las palabras, ideas o actos, “son adquiridos mediante el aprendizaje de qué significan para los demás” (Pons: 2010, p. 5)

Utilidad para el análisis del contexto de interacción social: sirve para reconocer cuál es la simbología que caracteriza el ambiente en donde estos usuarios interactúan, en virtud de que las representaciones sociales que busco comprender se producen en este contexto de interacción y de símbolos.

PREGUNTA GUÍA	A QUE CATEGORÍA TEÓRICA TRIBUTA	DÓNDE SE OBTIENE EL DATO	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTA QUE AYUDA A RESPONDER
¿Cuáles son las características del ambiente simbólico en donde se realiza la interacción social? (Análisis del contexto de interacción social)	Representaciones sociales Heteronormatividad: sexismo, misoginia, homofobia y adultismo.	www.manhunt.net www.seancody.com www.mbnt.nextdoorbuddies.com www.mbnt.icomale.com www.manhuntflix.com www.helixstudios.com www.manhuntshop.com	Observación, análisis de textos, análisis de <i>screen shots</i> .	¿A qué dispositivos culturales apela este web site para lograr la adicción necesaria para que los sujetos se mantengan allí?

Guía de análisis usando el Interaccionismo Simbólico (2/5)

Principio teórico b. La vida grupal necesariamente implica la interacción entre los miembros del grupo porque una sociedad consiste en individuos que interactúan unos con otros, y, en consecuencia, las actividades de los miembros se dan en respuesta a cada uno de los miembros. Estas actividades están llenas de palabras y a su vez, de objetos, que son producto de interacciones simbólicas (Blumer, 1969, p. 7).

Utilidad para el análisis del contexto de interacción social: identificar el conjunto de símbolos que se pueden aprender en la interacción que tienen los sujetos en esta red. Esto quiere decir que las palabras, ideas y actos que se producen en la red virtual en estudio pueden conducirme a la captura y comprensión de las representaciones sociales que busco. Y es posible pensar que habrá rasgos que permitan inferir que estos sujetos aprendieron a usar los símbolos en la medida en que iniciaron y continuaron el proceso de interacción en esta red.

PREGUNTA GUÍA	A QUE CATEGORÍA TEÓRICA TRIBUTA	DÓNDE SE OBTIENE EL DATO	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTA QUE AYUDA A RESPONDER
------------------	--	-----------------------------	-----------------------------	--------------------------------------

¿Por qué la web social virtual elabora símbolos, palabras, ideas para la relación de los homosexuales?	Representaciones sociales Heteronormatividad: : sexismo, misoginia, homofobia y adultismo.	www.manhunt.net www.seancody.com www.mbnt.nextdoorbuddies.com www.mbnt.icomale.com www.manhuntflix.com www.helixstudios.com www.manhuntshop.com	Observación Análisis de textos. Análisis de <i>screen shots</i> .	¿Es posible que esta plataforma tecnológica esté incidiendo en la manera como se relacionan los homosexuales?
--	---	--	---	---

Guía de análisis usando el Interaccionismo Simbólico (3/5)

Principio teórico c. Los seres humanos deben tener una especie de maquillaje que se ajuste a la naturaleza de la interacción social (Blumer, 1969, p. 11). Las personas crean una definición del *self*, es decir, de sí mismo. Esta definición expresa la conciencia que se tiene de sí ante otros (Pons: 2010, p, 6). Este *self* puede ser visto en dos dimensiones: *self* físico que incluye el cuerpo y sus propiedades y un *self social* que tiene que ver con la relación con la sociedad y las personas más cercanas (Pons: 2010, p. 6)

Utilidad para el análisis del contexto de interacción social: sirve para conocer qué definición de sí mismo construye el web site.

PREGUNTA GUÍA	A QUE CATEGORÍA TEÓRICA TRIBUTA	DÓNDE SE OBTIENE EL DATO	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTA QUE AYUDA A RESPONDER
---------------	---------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------------

¿Cómo construye ña web social virtuale el <i>self</i> ?	Representaciones sociales Heteronormatividad: sexismo, misoginia, homofobia y adultismo.	Perfiles de usuario	Observación Análisis de textos. Análisis de <i>screen shots</i> de los <i>perfiles</i> ..	¿Es posible que esta plataforma tecnológica esté incidiendo en la manera como se relacionan los homosexuales?
---	---	---------------------	---	---

Guía de análisis usando el Interaccionismo Simbólico (4/5)

Principio teórico d. Para Blumer (1969), el ser humano tiene la capacidad de darse indicaciones a sí mismo, lo que significa que se enfrenta a un mundo que debe interpretar para actuar, debe construir y guiar sus acciones en lugar de dejarse guiar “El hombre es tanto actor como reactor” Lo que lo estimula no será siempre lo mismo, sino que depende de la actividad en la que se inserta en el momento. “Lo exterior se convertirá en estímulo cuando sirve para asociar sus impulsos con satisfacciones” (Pons: 2010, p. 6)

Utilidad para el análisis del contexto de interacción social: precisar por qué ofrece estos estímulos el web site.

PREGUNTA GUÍA	A QUE CATEGORÍA TEÓRICA TRIBUTA	DÓNDE SE OBTIENE EL DATO	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTA QUE AYUDA A RESPONDER

¿Cómo construye la red social virtual los estímulos dentro de la plataforma?	Representaciones sociales Heteronormatividad : : sexismo, misoginia, homofobia y adultismo.	www.manhunt.net www.seancody.com www.mbnt.nextdoorbuddies.com www.mbnt.icomale.com www.manhuntflix.com www.helixstudios.com www.manhuntshop.com	Observación Análisis de textos. Análisis de <i>screen shots</i>	¿Cómo está pensado y estructurado el sitio, y a qué dispositivos culturales apela para lograr la “adicción” necesaria para que usuarios como yo, siguieran en la red, aún sin que nada pase, y aún pasando? ¿Qué me retiene a estar aquí al igual que muchos otros hombres? .
--	--	--	---	--

Guía de análisis usando el Interaccionismo Simbólico (5/5)

Principio teórico e. De aquí tomamos dos aspectos importantes considerados por los teóricos. El primero hace referencia al carácter dinámico en el que ocurre el aprendizaje. De acuerdo con Pons (2010, p. 7) “La sociedad. no una serie de scripts o reglas que se memorizan, sino un contexto dinámico en el que ocurre el aprendizaje, y en el cual ese aprendizaje podrá responder de muchas maneras ante lo que se encuentra”. El segundo aspecto, tomado de Blumer (1969), insiste en que la articulación entre los miembros del grupo constituye una acción conjunta, aunque constituida por diversos actos que forman parte del aprendizaje (p.17).

Utilidad para el análisis del contexto de interacción social: identificar usos, reglas, formas culturales de la vida gay, uso del lenguaje, juegos entre hombres.

PREGUNTA GUÍA	A QUE CATEGORÍA TEÓRICA TRIBUTA	DÓNDE SE OBTIENE EL DATO	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTA QUE AYUDA A RESPONDER
¿Cómo se dan los aprendizajes en esta web social?	Representaciones sociales Heteronormatividad: : sexismo, misoginia, homofobia y adultismo.	www.manhunt.net www.seancody.com www.mbnt.nextdoorbuddies.com www.mbnt.icomale.com www.manhuntflix.com www.helixstudios.com www.manhuntshop.com Perfiles de usuario	Observación -Análisis de textos. -Análisis de <i>screen shots</i> .	¿Por qué esta plataforma está incidiendo en la forma en que se relacionan los homosexuales?

Para el proceso de recolección de datos de esta primera fase de análisis vinculada con el *web site*, utilicé la fotografía de pantalla del computador como una manera para capturar la evidencia empírica y que en este caso en particular me permitiera capturar la información en línea, teniendo en cuenta que ésta se actualiza constantemente de acuerdo a las políticas editoriales de la empresa. Así pues, procedí a recolectar estas fotografías de la página de inicio y a partir de allí con la información que se ofrece, creé mi ruta de recolección de datos, que básicamente estuvo guiada por banners publicitarios que son los que componen el contenido de la página de inicio y que siguen las sub páginas que presento en el Cuadro No.2 que se encuentra inmediatamente luego del siguiente párrafo.

Durante el proceso de investigación me percaté de una novedad. El sitio web había sido actualizado gráficamente. Así pues, procedí a realizar una revisión exhaustiva nuevamente del portal para contrastar qué cambios habían ocurrido y que pudieran incidir en la investigación. Los cambios realizados por la compañía fueron de diseño gráfico en la página de inicio. Incorporaron algunos *banners* publicitarios y se suprimieron otros. Procedí a inventariar el número de sub-páginas webs que se pueden abrir desde la página inicial y a partir de éstas, incluyendo el *home*, realicé tomas de *screen shots*, las registré en una carpeta virtual con el nombre del dominio al que pertenecía. Ej. manhunt.dialy.com. La recolección de las muestras con las que analicé el medio fueron tomadas el sábado 5 de noviembre de 2016 entre las 7:45 y las 8:30 am, hora del Pacífico. Para la recolección de la muestra actualicé hasta seis veces la página web para verificar el número de sub-páginas que se cargaban con cada actualización que hace el usuario. Así pues, a partir de la cuarta actualización se repiten los *banners* que se publicitan en esta página y que hago mención a continuación como la lista de sub-páginas que analicé.

Cuadro No. 2. Sub páginas webs que se abren desde la página de inicio de MH.

www.manhunt.net	www.mbnt.nextdoorbuddies.com
www.seancody.com	www.mbnt.icomale.com
www.manhuntflix.com	www.helixstudios.com
www.manhuntshop.com	Y un plan de membresía
www.mhcams.com	

Fuente: www.manhunt.net. Elaboración propia con base en el trabajo de campo en la internet.

El primer problema a resolver en este nivel de la investigación era cómo capturar estos tres elementos teóricos de los que habla Moscovici (1979): información, actitud y campo de representación cuando en su mayor parte, el contenido eran imágenes.

Posteriormente, se creó un formato de observación en el que estos elementos teóricos que propone Moscovici (1979) sobre la información, actitud y campo de representación, expuestos en el Marco Teórico de esta tesis, sirvieran como categorías de análisis de estas imágenes. Para dar seguimiento a cómo analicé los datos, invito a mis lectores a revisar el Anexo No.1 en el cual ofrezco los detalles de estas categorías, la definición y de cómo identifiqué los datos, es decir, a través de qué elementos observables.

Conforme con seguir el estilo de preguntas que he usado desde el principio de esta tesis, me formulé algunas por cada categoría para guiar el proceso de observación y facilitar la descripción del sitio web. En las categorías de actitud y campo de representación propongo incorporar las características que define Guasch (2000), como componentes de la heteronormatividad: sexismo, misoginia, homofobia y adultismo porque a partir de éstas afino el análisis para responder a la pregunta central de investigación: ¿Por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad? De esta manera llego a conformar una categoría principal que no es otra que representaciones sociales heteronormativas. A continuación, presento mi propuesta metodológica de categorías de análisis con las respectivas preguntas que me formulé para analizar estas representaciones.

a. Información:

- ¿Cuál información enuncia la web?
- ¿Cuál es el propósito comunicacional?

- ¿Qué tipo de información sobre el sitio da a conocer?
- ¿Cómo se organiza esta información?

b. Campo de representación: La pregunta que me planteé para esta categoría fue: - ¿En qué consiste la interpretación de lo homosexual que realiza esta empresa productora? Dentro de esta pregunta se incorporaron las actitudes, posturas, opiniones, imágenes, creencias, referencias sociales y culturales que exponga en el *web site* ya sea a través de contenido escrito o imágenes.

Al igual que las actitudes, el campo de representación lo estructuré en:

Campo de representación sexista

Campo de representación misógino

Campo de representación homofóbico

Campo de representación adultista

c. Actitudes:

Para esta categoría me planteé la siguiente pregunta: ¿Cuáles valoraciones heteronormativas positivas o negativas realiza la empresa productora? En esta categoría hago uso de los datos recopilados en las categorías de información y campo de representación para enunciar qué elementos son valorados positivamente. En el caso de la valoración negativa, lo que hice fue verificar que existiera una valoración negativa como tal y en caso de no existir, preguntarme, cuál es el opuesto de la valoración positiva para obtener una negativa. Ejemplo: El sexo es un valor positivo en estas páginas web. Al no

encontrar ninguna evidencia negativa sobre el sexo porque estos sitios lo que hacen es precisamente dimensionar el sexo como algo positivo, lo que hice fue preguntarme por el opuesto del sexo. Así pues, en el ejemplo anterior, lo opuesto al sexo, es el afecto. Y el afecto está ausente de las representaciones que estos sitios producen y reproducen. Entonces, el afecto entraría como una valoración negativa por ausencia. Para demostrar esto, reviso las actitudes teniendo en cuenta la propuesta teórica de hegemonía heteronormativa propuesta por Guash (2000) y analizo los datos en:

Actitudes adultistas

Actitudes sexistas

Actitudes misóginas

Actitudes homofóbicas

Deseo aclarar que estas categorías atraviesan el análisis que realizo desde el interaccionismo simbólico como el que realizo de los perfiles de usuario. De manera pues, que la definición teórica que he referido en el capítulo anterior constituye la base para identificar los datos en ambos casos: la de las fotografías de pantalla de las sub páginas, como el análisis de los perfiles. Para mayor detalle pueden consultar los lectores el Anexo No. 1 en donde refiero cómo identifiqué los datos que corresponden a estas categorías.

Para el análisis de los perfiles de usuario:

Una vez estructurado cómo recolectar los datos de este contexto de interacción social, venía el siguiente reto. Cómo capturar los datos de los perfiles de usuario. Antes de responder a esto debo señalar que seleccioné la sección Caracas para recoger la muestra de

perfiles porque al intentar explorar otras ciudades de la región me percaté que aún en la misma lengua española, había elementos culturales del argot* homosexual que cambian de un país a otro. En este sentido, mi cercanía cultural con Caracas, dado que nací y me desarrollé allá, me brindaba más herramientas para captar y comprender estas representaciones sociales vinculadas con la heteronormatividad que se expresan en el español venezolano, antes que trabajar con otra ciudad, con la que seguramente se me escaparían más elementos. Además, habían sido los perfiles de usuario de la sección Caracas donde surgieron muchas de mis preguntas filosóficas sobre esta web social.

Regresando al asunto de cómo capturar estos perfiles, debo señalar que, para llevar a cabo esta tarea, opté por segmentar en grupos etarios a los sujetos que tienen perfiles en la sección Caracas, Venezuela. Procederé a explicar a continuación sobre la segmentación.

Dado que la propuesta del sitio es para mayores de 18 años, consideré pertinente tomar en cuenta los perfiles a partir de esta edad. Así las cosas, las muestras que recogerían serían de sujetos que oscilan entre:

- a. 18 años a 29 años
- b. 30 años a 39 años
- c. 40 años a 49 años
- d. Mayores de 50 años

Las consideraciones que me llevaron a segmentar los perfiles de Caracas de esta manera tienen que ver con el interés de ver si hay algún tipo de cambio generacional respecto a las representaciones sociales heteronormativas que comparten los usuarios en la red virtual. La verdad, detrás de esta propuesta estaba la esperanza de que las nuevas

* El argot es definido como el lenguaje especial entre personas de un mismo oficio o actividad. Diccionario de la Real Academia Española (2012).

generaciones estuvieran menos contaminadas por la heterosexualidad que mi generación. Así pues, consideré que un rango de nueve años podía aportarme esta característica generacional.

Para recoger la evidencia empírica era necesario entonces ser lo más justos y equitativos posible. Pensé que era necesario recolectar la mayor cantidad de perfiles en un mismo día y capturarlos de igual manera como fotografías de pantalla. Decidido a esto realicé la captura el día 14 de marzo de 2017, para un total de trescientos cuarenta y nueve (349) perfiles sobre los cuales trabajé.

Había dos posibilidades de analizar tanta información. La ideal para mí era con el software Atlas. T., o a la vieja usanza: con papeles de colores y resaltados en plumones. Lamentablemente para mí, cuando llegué al análisis de los datos, mi licencia de Atlas. T., se había terminado. Así que procedí a crear un formato en Excel que me permitiera capturar los datos.

Ilustración No. 5.

Hoja de Excel para la captura de los datos

CÓDIGO	NICKNAME	EDAD	ROL	SUBJECT	FOTO PRINCIPAL	FOTOS INTERNAS	PREFERENCIAS	Observaciones
26_001	the_gavioto_ccs	26	Pregunteme	MORENO CLARO	CUERP DESN. CON PEN	9 DESNUDOS	SI	
24_002	LPMD00DD	24	VERS	HOLA	ROSTRO SEMI DESNU	1 PERO LA MISMA D	SI	
23_003	carlos_23aponte	23	Pregunteme	LINDO	CON ROSTRO FAMILIA	1 PERO LA MISMA D	NO	
27_004	alexg256	27	Pregunteme	***	ROSTRO SEMI DESNU	5 ROSTROSEMI DESN	SI	
22_005	Edukar	22	Ver/Pas	CARLOS E.	ROSTRO	2 DE ROSTRO	SI	
28_006	GYMDARK	28	Pregunteme	*	SEMI DESNUDO CON R	8 DE ROSTRO, DESNU	SI	
21_007	RKRR	21	Ver/Pas	PANA TRANQUILO	ROSTRO	5 DE ROSTRO	SI	
21_008	danielsactivo19	21	act	SOLO SEXO NO ES	PENE	2 DEL PENE	NO	
27_009	manbb	27	ACT	***	seMI DESNUDO CON R	8 DE ROSTRO, Y SEMI	SI	
27_010	TX500	27	ACT	HEEY CABALLERO!	VESTIDO SIN ROSTR	1 PERO LA MISMA D	SI	
20_011	Kleixandro	20	VERS	DEJARE EL ESPACIO	CON ROSTRO SEMICU	10, CON ROSTRO, SE	SI	la bisexualidad
24_012	Jrrp91	24	Pregunteme	SOLO CONOCER	CON ROSTRO	6 CON ROSTRO		
20_013	Jona80x	20	Pregunteme	***	CON ROSTRO	3 con rostro	no	
27_014	luis31	27	VERS	HOLA QUE TAL...	SEMI DESNUDO CON R	4 SEMI DESNUDO Y C	SI	
26_015	JC131312	26	VERS	NO JODAN TANTO	DESNUDO SIN ROSTRO	3 DESNUDO Y SEMI	NO	
24_016	Danielcisnero	24	Ver/Pas	.	SIN FOTO	SIN FOTO	NO	
21_017	ole2194	21	Pas	CLOSETT NO PUEDE	PENE	2 UNA DEL PENE OTRO	SI	solo persona
21_018	sifrruneway	21	Pregunteme	GABRIEL S	FOTO CON ROSTRO Y	FOTO CON ROSTRO	NO	
21_020	Innor	21	Pregunteme	HOLA GENTE	SeMI DESNUDO sin RO	1 la misma del perfil	no	
28_021	CCSGYMCCS	29	Pregunteme	NUEVO POR ACA	SeMI DESNUDO sin RO	2 SEMI DESNUDO SIN	NO	atractivos, inteligente, sana, convers
24_022	sexyboy_22	24	VERS	**	SeMI DESNUDO con RO	10, CON ROSTRO, SEMI DESNUDO		
26_024	crom86	26	act	CONOCIENDO	DESNUDO CON PENE E	1 PERO LA MISMA D	NO	
22_025	4ndress	22	act	OLA SOY CHAMO	PENE RECTO	LA MISMA DEL PERFIL	NO	
25_026	jupl_wn	25	act	JUPI_WN	PENE RECTO	3 del perne erecto	no	
21_027	arturoacastillo221	21	Ver/Pas	VERSATII	CON ROSTRO Y PENE F	1 PERO LA MISMA D	SI	

Fuente: Elaboración propia para la captura de los datos.

Aunque me plantee una investigación de carácter cualitativo, debía tener un criterio para la recolección de muestras. Así que pensé en la saturación teórica que, aunque proviene de la teoría fundamentada, podía ser útil por la cantidad de perfiles. La saturación teórica establece que el muestreo cesa cuando deje de aparecer información o evidencia empírica nueva dentro de la categoría que se trabaja (Glaser y Strauss, 1967, p.12). Así pues, el procedimiento de análisis ha consistido en analizar los perfiles de la mano de cada categoría teórica.

La zona marcada en azul que puede observarse en la Ilustración No. 6, corresponde a la columna de datos. En éstas se encuentran, el código que asigné a cada uno de los perfiles capturados, el sobrenombre o *nickname* con el que se identifica el sujeto, edad, rol, asunto o *subject*, foto principal, fotos internas, preferencias, una columna de observaciones

para mí, y seguidamente cada una de las categorías con las que trabajé en esta parte del análisis.

Ilustración No. 6.

Acercamiento de la hoja de Excel para la captura de los datos

	A	B	C	D	E	F
	CÓDIGO	NICKNAME	EDAD	ROL	SUBJECT	FOTO PRINCIPAL
2						
3						
4	26_001	the_gavioto_ccs	26	Pregunteme	MORENO CLARO C	CUERP DESN. CO
5	24_002	LPMD00DD	24	VERS	HOLA	ROSTRO SEMI D
6	23_003	carlos_23aponte	23	Pregunteme	LINDO	CON ROSTRO FA
7	27_004	alexg256	27	Pregunteme	***	ROSTRO SEMI D
8	22_005	Edukar	22	Ver/Pas	CARLOS E.	ROSTRO
9	28_006	GYMDARK	28	Pregunteme	*	SEMI DESNUDO
10	21_007	RKRR	21	Ver/Pas	PANA TRANQUILO	ROSTRO
11	21_008	danielsactivo19	21	acT	SOLO SEXO NO ES	PENE
12	27_009	manbb	27	ACT	***	seMI DESNUDO
13	27_010	TX500	27	ACT	HEEY CABALLERO!!	VESTIDO SIN RC

Fuente: elaboración propia del investigador.

La captura de los datos a través de sus categorías:

La categoría teórica central de análisis de esta tesis se deriva de la pregunta y el objetivo general de investigación. La categoría es representación social heteronormativa. La defino como una modalidad particular de conocimientos vinculados con la heterosexualidad que funcionan dentro del ámbito del sentido común de las personas y sirve para interpretar y pensar el mundo. Como pueden seguir mis lectores, he vinculado el concepto de

representaciones sociales con heteronormatividad en una sola categoría para interrogar los perfiles de usuario.

Alrededor de esta categoría central hay seis sub categorías de análisis a las que, nuevamente vinculo el concepto de representaciones sociales como el de heteronormatividad, esto con el fin de comprender ¿Por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad? Lo que estoy proponiendo es un cruce conceptual de dos categorías diferentes para lograr respuestas a mi pregunta de investigación. Ejemplo: objetivación es un concepto de la teoría de las representaciones sociales. Por sí solo, el concepto no tendría utilidad alguna al momento del análisis. Así que lo que me propuse hacer fue preguntarme, qué tipo de objetivación me interesa comprender. La respuesta es la heteronormativa. Así que la sub categoría de análisis debía entonces ser: objetivación de la hetero-normatividad, que defino como el sistema de creencias o conocimientos que tiene el sujeto y que corresponden con una visión heterosexual del mundo. De esta manera me pude acercar a una respuesta que respondiera al por qué les sirve a los sujetos estudiados la heteronormatividad.

En las dos siguientes tablas, presento y defino cada subcategoría, de dónde obtuve el dato y la técnica de recolección empleada. Y en el Anexo No. 2, mis lectores podrán encontrar la guía de análisis según la categoría. Para identificar los rasgos heterosexuales como ya he mencionado emplee las sub categorías siguientes: sexismo, misoginia, homofobia, adultismo. Lo que hice fue, leer los perfiles de usuario con estos conceptos en mano, para identificar alguna de estas jerarquizaciones.

Guía de análisis de los perfiles de usuario (1/1).
Categoría de análisis: Representaciones sociales heteronormativas

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	SUB CATEGORÍA(S)	DEFINICIÓN OPERACIONAL	RECOLECC EVID. EMPÍRICA	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN
¿Por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual <i>Manhunt.net</i> , refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad?.	Objetivación de la hetero-normatividad.	Sistema de creencias o conocimientos que tiene el sujeto y que corresponden con una visión heterosexual / homosexual del mundo	-Perfil de usuario	-Análisis de textos.
	Objetivación de la homosexualidad			
	Anclaje de la homosexualidad	Conocimientos nuevos/extraños sobre la homosexualidad que intenta integrar cognitivamente el sujeto al sistema de pensamiento e incorporarlo en un marco conocido para las conversaciones cotidianas. Me sirve para conocer cuáles conocimientos intenta asimilar el usuario a su red cognitiva para ser usado.	-Perfil de usuario	-Análisis de textos.

Guía de análisis de los perfiles de usuario (1/2).
Categoría de análisis: Representaciones sociales heteronormativas

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	SUB CATEGORÍA (S)	DEFINICIÓN OPERACIONAL	RECOLECC EVID. EMPÍRICA	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN
¿Por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual <i>Manhunt.net</i> , refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad?.	Información sobre la homosexualidad	Qué dicen saber los sujetos sobre el tipo de encuentros que se pueden realizar a través de esta red virtual.	-Perfil de usuario	-Análisis de textos.
	Campo de representación: -Sexismo -Misoginia -Homofobia -Adultismo	Qué creen y cómo interpretan los sujetos el mundo homosexual ¿Hay interpretaciones de carácter sexista, misóginas, homofóbicas y adultistas en estos perfiles?	-Perfil de usuario	-Análisis de textos.
	Actitudes heteronormativa: -Sexismo -Misoginia -Homofobia -Adultismo	Qué valoraciones positivas o negativas realizan los sujetos sobre los objetos sociales. ¿Hay valoraciones de carácter sexista, misóginas, homofóbicas y adultistas en estos perfiles?	-Perfil de usuario	-Análisis de textos.

Luego de esta presentación, consideré pertinente, al igual que lo realicé con el interaccionismo simbólico, revisar qué preguntas ayudaban a responder estas guías vinculadas con la categoría central. Las preguntas son las siguientes: ¿Cómo piensan e interpretan el mundo estos hombres?, ¿Cuáles son los obstáculos que interfieren contra la gestión de la afectividad homosexual?, ¿Cuáles son las características del contenido de estas representaciones sociales para producir esta decepción?, ¿Qué esperan estos hombres de este sitio que no llena las expectativas?

Hasta aquí mi relato metodológico. Esta es la forma en que yo he podido resolver metodológicamente mi acceso a los datos en mi investigación. Esto tiene que ver con qué me he planteado como problema de investigación y con qué me he planteado como pregunta. Además de las preguntas que me han acompañado en mi paso por esta red social virtual. Haciendo un recuento de este capítulo, he presentado algunos elementos que sin ánimos de constituir un postulado sobre ciberetnografía, reflexionan aspectos epistemológicos de ésta, a partir de mi proceso de estructuración metodológica. He presentado cómo utilicé los aportes teóricos del interaccionismo simbólico para analizar la simbología que compone la red social virtual, esto con el fin de comprender el contexto de interacción social en donde mis sujetos de estudios construyen sus perfiles. He hecho explícito como hago dialogar las categorías *representaciones sociales* y *heteronormatividad* para construir una categoría central de análisis y sus respectivas sub categorías para el estudio de los perfiles de usuario y que tienen como propósito, ayudar a responder a la pregunta de investigación que me he formulado: ¿Por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad? y dar cumplimiento a lo expuesto en el cuarto objetivo específico que propuse en la introducción

de esta tesis. Una vez hechas estas consideraciones, procedo entonces a presentar la primera parte de los análisis vinculados con el contexto de interacción social: cómo se presenta *Manhunt.net*.

C a p í t u l o V

***Manhunt.net* como productor y difusor de representaciones sociales heteronormativas**

En el siguiente capítulo me propongo demostrar a mis lectores cómo este tipo de redes sociales virtuales incide en la reproducción de representaciones sociales heteronormativas dentro del grupo de hombres homosexuales miembros de *Manhunt.net*. Los resultados que presento a continuación conforman sólo la primera parte de los análisis porque están referidos al sitio web como tal. El análisis de estos datos, así como su presentación permiten dar cumplimiento al objetivo específico número tres y cuatro en tanto que, vinculan teóricamente los conceptos de redes sociales virtuales, representaciones sociales y hegemonía heteronormativa para presentar una propuesta teórica metodológica que permita caracterizar las representaciones sociales que la web social construye, interpretar estos resultados a la luz de las categorías empleadas y de esta manera responder a la pregunta central de investigación: ¿Por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad?.

Antes de iniciar la presentación formal de estos resultados, considero pertinente realizar una presentación y descripción general del sitio web. Una vez hecho esto, los resultados y su análisis.

En Cualquier momento. En Cualquier lugar. Cualquier hombre.

A finales de la última década del siglo XX, surgieron un conjunto de empresas creadas dentro de lógicas de industrialización y mercantilización de la sexualidad. Una de las empresas que mejor ha identificado un importante mercado homosexual es la firma

estadounidense *Online-Buddies* que funciona en la ciudad de Boston desde el año 2001 y fue fundada por Larry Basile y Jonathan Crutchley quienes desde 1992 ya trabajaba en una compañía que ofrecía servicios telefónicos de información y conexión para hombres *gay* en Boston y New York. La empresa puso en marcha uno de los portales web para hombres *gays* más comerciales de su tiempo a través del dominio www.manhunt.net. La firma se ha encargado de incluir la mayor parte de los países del planeta, entre ellos, los de América Latina.

La corporación conecta con un aproximado de diez millones de personas en todo el globo a través de su familia de marcas: *Manhunt Cares*, *Jack'd*, *Dandy*, *Olb Reseach Institute* y *manhunt.net* (www.onlinebuddies.com). Algunas de éstas como *Jack'd* desarrollada originalmente en el Reino Unido y *Dandy*, original de Europa, son aplicaciones para teléfonos con sistemas androides, iphones, ipads, ipoud touch, que fueron adquiridas por *Online Buddies* para introducirlas en el mercado estadounidense. Mientras que *Manhunt Cares* y *Manhunt.net* se han mantenido como productos en línea desarrollados desde Estados Unidos para ser usados en computadoras de escritorio o laptops.

De los productos comerciales de la corporación *Online Buddies* me interesé en estudiar *Manhunt.net* como plataforma tecnológica porque a diferencia de sus más cercanas competidoras, esta web social creó y consolidó un *ranking* de visitantes provenientes de países latinoamericanos desde su creación hasta el presente. Este éxito está vinculado con que la plataforma ha estado disponible en español y además no tiene una política de censura sobre las fotos que suben sus miembros. A diferencia de *gay.com* que es una web que se hizo popular en países anglosajones, *Manhunt.net* se hizo popular en la comunidad hispana (Sánchez, 2011).

Descripción del sitio:

Manhunt es un espacio virtual diseñado a dos colores; negro y amarillo que apela a la fotografía como uno de sus grandes atractivos. La fotografía domina la pantalla desde el momento en que el usuario entra a la página. Escenas sugerentemente eróticas que dan cuenta del juego y/o cortejo sexual entre dos o más hombres es representado por varios modelos, con diferentes rasgos fenotípicos alusivos a diversas geografías mundiales.

Las imágenes fotográficas funcionan dentro de un panel de *sliders* que permite que cada cinco segundos, la pantalla del computador se actualice con una de las seis fotos dispuestas para dar la bienvenida en la página de inicio.

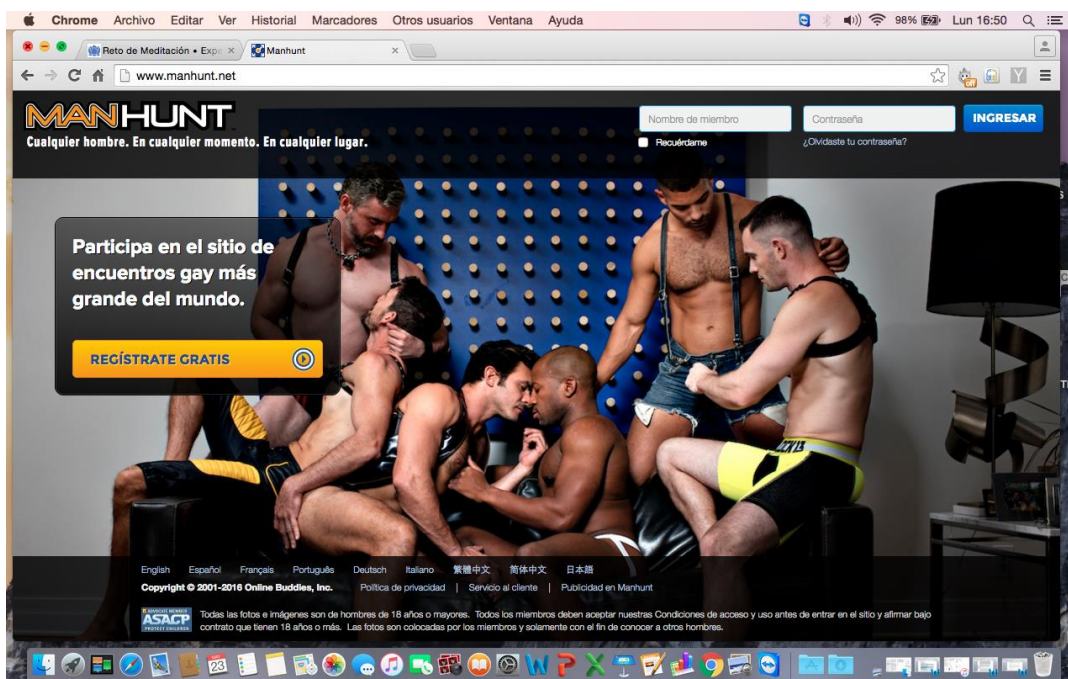
En su *home*, la página se encuentra compuesta de tres bloques de contenidos, dos en cada extremo, superior e inferior, y otro, del lado izquierdo (Véase muestra en la Ilustración No.5). En el bloque superior, conformado por un cintillo de color negro se encuentra del lado izquierdo; el logotipo, el eslogan, del lado derecho; tres casillas sobre las cuales, los usuarios deberán agregar su nombre de usuario, contraseña, y el botón de ingreso. Debajo de éstos, una opción que permite recordar la contraseña y un vínculo en caso de haber olvidado la contraseña.

El segundo bloque está formado por la imagen fotográfica y un rectángulo color negro sobre el que se encuentra el siguiente texto: “Participa en el sitio de encuentros gay más grande del mundo”. Regístrate gratis. En el tercer bloque y nuevamente formando un cintillo color negro se encuentran las opciones idiomáticas del sitio, la identificación del

copyright a nombre de la compañía responsable del sitio, y tres vínculos para política de privacidad, servicio al cliente y publicidad. Finalmente, el logo de la *Association of Sites Advocating Child Protection* (ASACP) junto a otro texto que dice lo siguiente: “Todas las fotos e imágenes son de hombres de 18 años o mayores. Todos los miembros deben aceptar nuestras condiciones de acceso y uso antes de entrar en el sitio y afirmar bajo contrato que tienen 18 años o más. Las fotos son colocadas por los miembros y solamente con el fin de conocer a otros hombres” (www.manhunt.net).

Ilustración No. 7.

Muestra de una página de inicio de Manhunt.net



Fuente: www.manhunt.net (Capturado, noviembre 2016)

Para ser miembro del *club manhunt* es necesario suscribirse al enlace, identificarse con un *nick* o nombre de pantalla con el que cada visitante será reconocido públicamente,

ingresar una contraseña que como es costumbre en este tipo de redes, es de uso personal y confidencial para acceder al club y llenar los campos solicitados para la construcción del encabezado y del perfil, de los que hablaré más abajo. La suscripción y publicación de los datos no genera costo alguno.

Una vez que el miembro ha sido registrado procede a la construcción de su perfil. Seguidamente, el usuario cuenta con 600 caracteres para una descripción general de sí mismo o del hombre a solicitar. Además de esta descripción el usuario deberá ingresar otros datos (no obligatorios) sobre sus características físicas. Los campos a llenar son:

“edad, altura, tipo de cuerpo, pelo, ojos, etnia, pene, circunciso, posición, disponibilidad, lugar, status de VIH, y una lista de preferencias a indicar entre las que se encuentran: sexo con uno, bondage, padre/hijo, citas, exhibicionismo, piel/calzetines, sexo a puño, amistad, amigo sexual, sexo anal, orgías, masturbación, suspensorios, besar, pareja o novio, cuero, chat en video, casados, masajes, tetillas, sin drogas, sin compromiso, sexo sucio, pornografía, beso negro, juego de roles, sexo fuerte, sadomasoquismo, sexo más seguro, hetero/Bi, sexo oral, juguetes, voyeurismo, lluvia dorada” (www.manhunt.net).

El sistema guarda estos datos y genera un perfil completo que aparecerá junto a otros al cargar la página web. La exposición de las referencias anteriores –tanto el texto escrito en el perfil como los datos - permite a los usuarios de la página hacer búsquedas de hombres de acuerdo a las características físicas solicitadas a partir de las descripciones ingresadas por los asiduos del lugar.

Todos los perfiles van acompañados de una foto que el usuario selecciona a discreción para acompañar la descripción. Además de esta foto, existe la opción de cargar otras fotos que solo se podrán ver al *clickear* el perfil completo siempre y cuando el usuario

las mantenga liberadas. Esto quiere decir que existen dos categorías de fotos, la primera, de carácter público y otras de carácter privado. Las normas de uso del *Manhunt* son sencillas, no deben mostrarse fotos de menores de edad y para aquellos usuarios que viven en el continente asiático, por disposiciones de la misma página existe la política de que aquellas fotografías que evidencien sexo explícito deben permanecer en calidad de fotos privadas, es decir, no se deben compartir públicamente, sino de manera individual.

El sitio permiten a sus miembros monitorear hombres en línea y fuera de línea, revisar los perfiles nuevos que se han registrado, enviar, recibir, archivar y desechar correos electrónicos, mantener alertas sonoras para indicar el ingreso de un correo nuevo, llevar registro de amigos y monitorear si se encuentran en línea o no, llevar un control de a quienes les has liberado tus fotos, quienes y cuando han visitado el perfil del miembro y finalmente pero no menos importante, la opción que permite realizar búsqueda de hombres de acuerdo a características físicas de la preferencia del cazador. La mayoría de estas opciones son restringidas una vez que el usuario agota un número específico de consultas dentro de la web social. Para gozar de todos estos servicios, de manera ilimitada, el usuario debe pagar una membresía. “La membresía en Manhunt es gratuita, pero la membresía ilimitada te da aún más: fotos de tamaño completo, visitas de perfil ilimitadas, búsquedas guardadas, mensajes ilimitados” (www.manhunt.net).

Una vez que el usuario ha logrado acceder, la pantalla se divide en tres partes. La primera conformada por un bloque rectangular en los que se aprecian tres niveles gráficos de texto. En el primer nivel se encuentra el logotipo de la web social del lado izquierdo, mientras que en el lado derecho aparece un saludo y el nombre o *nick* de usuario, junto a la ciudad donde se registró. Ejemplo: Hola: perro_único en Mexicali. Seguidamente hay tres vínculos a un blog de salud, uno de atención al cliente y la opción de salir del sitio. En el

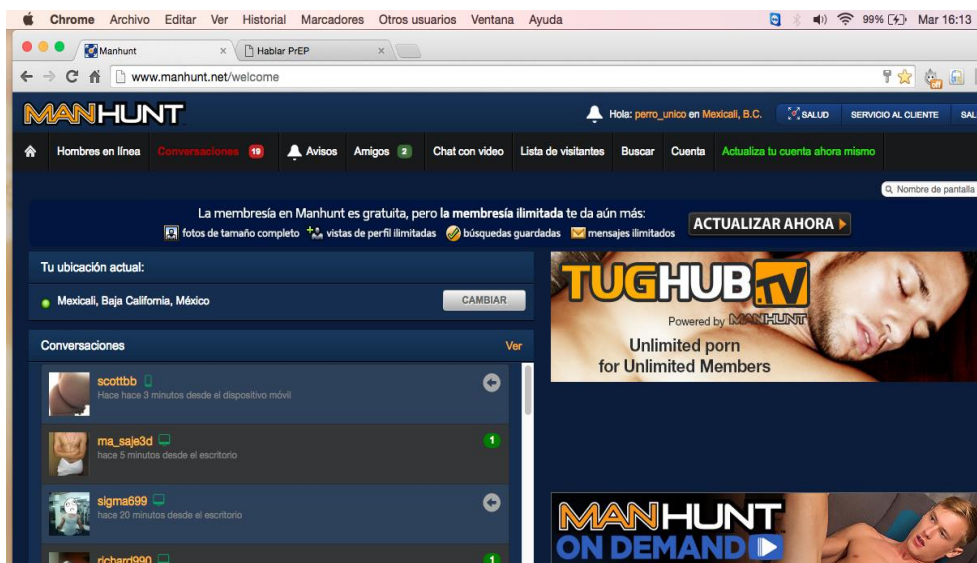
segundo nivel se puede apreciar la barra de navegación del sitio, compuesta por el ícono de página de inicio, hombres en línea, conversaciones, avisos, amigos, chat con video, lista de visitantes, buscar, cuenta, actualiza tu cuenta ahora mismo (Ver Ilustración No. 6). El tercer nivel está compuesto por un buscador de perfiles sobre el cual el usuario escribe el *nick* que le interese encontrar y finalmente el texto que sugiere adquirir una membresía ilimitada.

El segundo y tercer bloque del sitio está dispuesto en dos partes iguales. La mitad que corresponde al lado izquierdo es exclusivamente para indicar la ubicación actual del usuario, las conversaciones, los amigos en línea y la lista de visitantes.

Las conversaciones son los mensajes que los interesados en tu perfil envían. Por ejemplo: “richard990 hace 7 minutos desde el escritorio” indica que ese usuario escribió un mensaje. Los amigos en línea son aquellos perfiles que el usuario ha registrado como tales, es decir, personas que se convierten en amigos dentro de la web social. Cada vez que éstos estén, aparecerán en línea, se mostrará su foto y nombre de perfil. La lista de visitantes contiene la foto y nombre de perfil de cada uno de los usuarios que visitó el tuyo.

Ilustración No. 8.

Muestra de la página una vez que se ingresa como usuario



Fuente: www.manhunt.net (Capturado, noviembre, 2016)

En la mitad que corresponde al lado derecho puede encontrar el usuario, cuatro espacios para cuatro *banners* que promocionan los siguientes sitios web, que como explicaba en el Marco Metodológico (Ver página 142), son las que se encontraban en línea para el momento de recolección de la muestra, luego de la actualización de diseño que realizó la compañía.

Cuadro No. 2. Sub páginas webs que se abren desde la página de inicio de MH.

www.manhunt.net	http://www.mbnt.nextdoorbuddies.com/
http://www.seancody.com/	http://www.mbnt.icomale.com/
http://www.manhuntflix.com/	http://www.helixstudios.com/
http://www.manhuntshop.com/	Y un plan de membresía
http://www.mhcams.com/	

Fuente: www.manhunt.net. Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Cada vez que el usuario entra al *web site* o actualiza su pantalla, estos *banners* cambian. Finalmente, los íconos de Facebook, Twitter, Google+, Flickr y Carreras cierran este bloque izquierdo de la página. Un cintillo en negro con cuatro vínculos y una opción sobre la disponibilidad que tiene el usuario en el momento en que se conecta para concretar un encuentro ubicado en el extremo derecho inferior, cierran el diseño interior de la web social. Una vez hecha esta presentación, procedo entonces a la exposición de las fichas de observación y descripción del sitio. Inicio con la página de inicio de Manhunt.net y posteriormente presento cada una de las sub páginas que integran la red virtual y que menciono arriba. Para ello, seguiré y haré uso del modelo teórico metodológico que propuse en el capítulo anterior.

Las categorías y los datos:

Para la construcción de las categorías de análisis que el lector encontrará en el Anexo No.1. según lo expuesto en el capítulo metodológico. Allí expongo que mi modelo trabajará con la propuesta de Moscovici (1979) y Guasch (2000) para conformar una categoría central que es: representaciones sociales heteronormativas. Así pues, información, actitud y campo de representación son las categorías sobre las cuales daré cuenta a continuación. Para seguir el proceso detallado por categoría de cada sub página, presento a mis lectores a continuación las fichas informativas a través de las cuales capturé los datos de estas sub páginas web. Cada ficha está organizada por un encabezado con la información general del sitio donde se encuentra hospedado. Preferí organizar la información en tablas para ilustrar con una imagen el sitio de donde proviene el dato capturado. Son nueve fichas

informativas las que conforman esta revisión. Una vez concluida esta presentación procedo a comentar las tendencias que encontré.

Fichas informativas y de análisis por sub-página web.

Ficha No. 1.

Dominio: www.manhunt.net

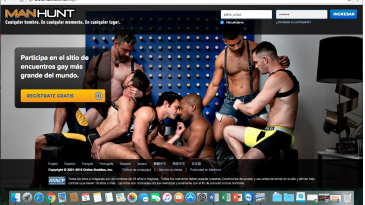
Fecha de recolección: Sábado 5 de nov, 2016

Dominio de vinculación: www.manhunt.net

Empresa productora/responsable: Online Buddies Inn.

a. Información

De qué trata: Es un sitio de encuentros gay. El enunciado se refuerza con una imagen que cambia cada seis segundos en el que se presenta a dos hombres en actitud de flirteo.	
Propósito comunicacional: La adscripción de un usuario a la red manhunt.net.	

Tipo de información que se da a conocer sobre el sitio: -Se pueden encontrar hombres de cualquier parte del mundo. -Es una red que se encuentra en ocho idiomas: inglés, español, francés, portugués, alemán, italiano, chino, japonés, etc.	
Organización de la información: -Encabezado o listón en donde se ubica el logo, nombre del usuario y contraseña. -Fotografía de fondo con un eslogan. -Cintillo inferior en donde se indican lenguas disponibles del sitio, copyright de la empresa, política de privacidad, servicio al cliente, publicidad y la advertencia de que es un sitio para mayores de 18 años.	

b. Campo de representación: Interpretación de lo homosexual que realiza esta empresa: posturas, opiniones, imágenes, creencias, referencias sociales y culturales.

Nota importante: El siguiente campo de representación ha sido analizado tomando en cuenta la secuencia de imágenes activas en el *home* que como he mencionado se activa cada seis segundos. Deseo aclarar que no se trata de sub-páginas como en los casos que siguen desde la Ficha No. 2. Se trata del *home* en el cual la fotografía cambia. La disposición de las mismas en el cuadro siguiente no guarda relación en cómo aparecen. Éstas se muestran de manera aleatoria.

Primera slider: La fotografía sugiere que el espacio de encuentro es en la intimidad. En esta imagen en particular lo explícito es la interacción grupal de hombres, aunque pareciera que únicamente cada quien tiene su pareja. En la pareja número uno, vista desde el lado izquierdo de la foto se aprecia como el sujeto sentado en el sofá toma el glúteo de uno de los sujetos que forman la segunda pareja. En	
--	--

esta segunda pareja cada miembro recibe caricias del sujeto más cercano que conforma la pareja uno y tres. En la tercera pareja se puede apreciar que la mano del sujeto de pie, toca a su compañero quien le está abriendo el cierre del pantalón, mientras su mano aparentemente toca el hombro de la pareja a su izquierda.

Elementos para el análisis del campo de representación

Sexista:

- La imagen alude a un encuentro sexual grupal.
- Los modelos que dominan la situación sexual llevan consigo prendas que los identifican como los que detentan la fuerza. Eso en el caso de la primera y tercera pareja.
- En la imagen hay símbolos como la cadena y el candado en el cuello, suspensores, pantaloncillos de cuero, pechera y *jeans* rotos.
- Juego de roles que en la fotografía se expresa de la siguiente manera: sujetos que dominan la situación erótica, justo aquellos que están de pie.
- En cada pareja hay una forma distinta de encuentro: erótico-sexual en la primera, de encuentro y al mismo tiempo de juego sexual en la segunda pareja en la que los dos sujetos se dejan tocar el cuerpo. En la tercera pareja hay un interés en los genitales. El sujeto que abre el cierre va directamente al miembro masculino del sujeto de pie.

Misógino:

- Sujetos que se subordinan ante la dominación de los sujetos que están de pie.

Homofóbico:

- La imagen no refleja ningún tipo de conexión afectiva entre los modelos. Ninguno de los modelos se besa.

Adultista:

- La imagen no hace referencia a ningún tipo de sexualidad o encuentro sexual que no tenga como referencia la juventud que evidencian los modelos.

Segunda slider:

En esta fotografía se mantienen la misma estructura de organización de la información, pero cambia la fotografía. En esta oportunidad dos hombres de razas distintas; caucásica y negra, respectivamente, que se mantienen en tensión en lo que pareciera un acto de dominación erótico-sexual y que tiene como propósito alcanzar la boca y besar a su acompañante. La pareja tiene como fondo un paisaje natural y ambos se



mantienen sin camisa o franela. Al igual que los modelos de la fotografía anterior, éstos son de complexión atlética.

De esta segunda *slider* me interesa destacar:

- Exploración de la sexualidad en pareja
- Juego de roles, que se expresa en la forma en que el modelo caucásico toma con las manos la cara de su compañero
- La fotografía sugiere un posible encuentro sexual de carácter ocasional por la tensión muscular que expresan los modelos en la imagen.

Elementos para el análisis del campo de representación

Sexista:

- La imagen evidencia ejercicio de poder y fuerza por parte del modelo caucásico sin que esto revele los roles sexuales.
- Alude a un encuentro sexual

Misógino:

- La imagen solo evidencia un ejercicio de la fuerza por la forma en que el modelo caucásico toma la cara del compañero.

Homofóbico:

- La imagen no refleja ningún tipo de conexión afectiva entre los modelos, aunque podría pensarse que se están besando, pero no lo están.

Adultista:

- La imagen no hace referencia a ningún tipo de sexualidad o encuentro sexual que no tenga como referencia la juventud que evidencian los modelos.

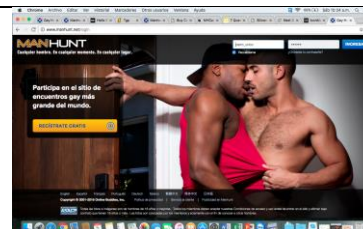
Tercera slider:

Nuevamente en este *screen shot* se puede apreciar una nueva fotografía que reúne los mismos elementos que he venido describiendo arriba. En esta oportunidad son dos modelos no caucásicos, y uno de ellos lleva camiseta corta. Nuevamente, los modelos de la fotografía son de complexión atlética y se encuentran en un contexto íntimo que pudiera ser la recámara de alguna casa.

Elementos para el análisis del campo de representación

Sexista:

- La imagen alude a un juego erótico en el que hay ejercicio de poder por la forma en que el modelo toma la camiseta de su compañero.
- Alude a un encuentro erótico con posibilidad de concretar sexo.



Misógino: -La imagen evidencia ejercicio de la fuerza por la forma en que el modelo o toma la camiseta del compañero y como éste solo se deja capturar pasivamente. Homofóbico: -La imagen no refleja ningún tipo de conexión afectiva entre los modelos, aunque podría pensarse que se están besando, pero no lo están. Adultista: -La imagen no hace referencia a ningún tipo de sexualidad o encuentro sexual entre modelos mayores a 35 años. No hay representación icónica del sexo, la sexualidad o el erotismo en adultos mayores.	
Cuarto slider: De las presentaciones anteriores, esta imagen refleja no solo un evidente juego de roles sino que advierte que la pareja de modelos se encuentra involucrada en un juego sexual, en el que, quien se encuentra debajo, asume el rol pasivo. Los modelos que en este retrato son significativamente atléticos, masculinos, tatuados y con barba se disponen a la práctica sexual en un contexto de privacidad que pudiera evocar las escaleras de una casa. Al igual que en las <i>screen shots</i> anteriores destaco la exploración de la sexualidad y posible encuentro sexual y juego de roles. Elementos para el análisis del campo de representación Sexista: -La imagen alude a un juego erótico en el que hay ejercicio de poder por la forma en que el modelo toma la camiseta de su compañero. -Alude a un encuentro erótico con posibilidad de concretar sexo. Misógino: -La imagen evidencia ejercicio de la fuerza por la forma en que el modelo o toma la camiseta del compañero y como éste sólo se deja capturar pasivamente. Homofóbico: -La imagen no refleja ningún tipo de conexión afectiva entre los modelos, aunque podría pensarse que se están besando, pero no lo están. Adultista: -La imagen no hace referencia a ningún tipo de sexualidad o encuentro sexual que no tenga como referencia la juventud que evidencian los modelos.	

--	--

c. Actitudes.

Como ya he señalado, las actitudes hacen referencia a las valoraciones positivas o negativas que se expresan sobre algo. En el caso del análisis del *web site* es claro que lo que se muestra en estas imágenes, construye tanto el campo de representación como la actitud positiva. En cambio, la actitud negativa no es tan fácil de capturar y eso se comprende porque difícilmente alguna empresa hablaría de sus debilidades en cuanto a la oferta de sus productos o servicios. El caso es que, en este nivel del análisis lo que hice fue ubicar estas valoraciones en el mismo nivel en que el *web site* las presenta. Es decir, normalicé las valoraciones sexistas, misóginas, homofóbicas y adultistas y les quité la carga crítica de mi análisis. Al hacerlo, me pregunté: ¿Qué es lo opuesto a cada una de estas valoraciones positivas? Entonces, obtuve la columna de valoraciones negativas.

	Valoraciones Positivas	Valoraciones Negativas
Sexistas	-Varones delgados, atléticos, musculados que dominen la situación y de muestras de poder. -Varones atléticos, musculados, que no denoten ningún rasgo femenino aun cuando asuman el rol pasivo. -Valoración del encuentro sexual con objetivo común. -Sexo entre parejas o más	-Hombres que no den muestras de dominio. -Hombres que no sean atléticos, musculados, delgados. -Hombres afeminados. -Hombres que valoren una relación afectiva o de pareja. -Hombres que no sean tan atrevidos para tener sexo en grupo.
Misóginas	-La masculinidad del varón.	-La feminidad del varón .
Homofóbicas	-Solo juego sexual.	-Afecto y beso entre hombres.
Adultistas	-Predominio de la juventud.	-Hombres mayores a 40 años.

Ficha No. 2

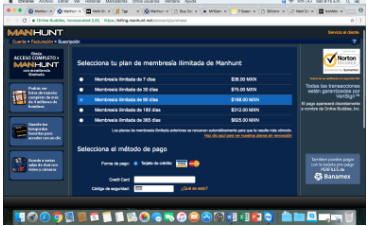
Dominio: <https://billing.manhunt.net/account/purchase>

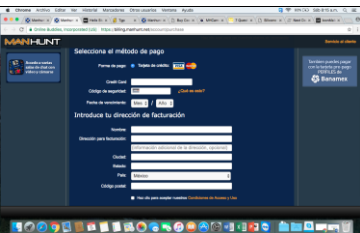
Fecha de recolección: sábado 5 de nov, 2016

Dominio de vinculación: www.manhunt.net

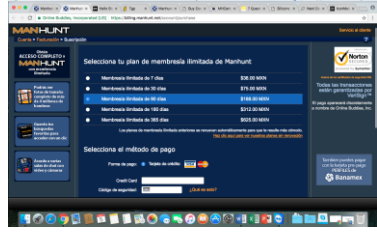
Empresa productora/responsable: Online Buddies Inn.

a. Información

De qué trata: Suscribir un plan de membresía que le dará al usuario acceso ilimitado a <i>Manhunt.net</i>. El enunciado se refuerza con una imagen que cambia cada seis segundos en el que se presenta a dos hombres en actitud de flirteo	
Propósito comunicacional: Que el usuario compre un plan de membresía.	

Tipo de información que se da a conocer sobre el sitio: Con la suscripción se garantiza que el usuario podrá: -Ver fotos de tamaño completo de más de cuatro millones de hombres. -Guardar las búsquedas que realice -Acceder a salas de chat con cámaras y videos. -Las transacciones que se realicen para el pago de la suscripción están aseguradas por una compañía -Se garantiza discreción por parte de la compañía al verse reflejado el pago a nombre de <i>Online Buddies Inn</i>. En mi caso que abrí la página web estando en Mexicali, tengo la opción de pagar con tarjetas prepago de Banamex que es un banco mexicano	
Organización de la información: -Encabezado con logo y organización a tres columnas. -Primera columna informa de las bondades que adquiere el cliente al comprar la suscripción. -Segunda columna presenta las opciones de membresía existente con los precios, métodos de pago y dirección de domiciliación. -Tercera columna presenta el logo de la compañía que se encarga de proteger todas las transacciones en línea que se realicen con <i>Online Buddies Inn</i>. Debajo de esta información aparece otra referida a que este pago se puede realizar con el banco mexicano Banamex.	

b. Campo de representación: Interpretación de lo homosexual que realiza esta empresa: posturas, opiniones, imágenes, creencias, referencias sociales y culturales.

Los hombres que deseen acceder a este mundo de hombres de manera ilimitada y tener a su alcance algunas de las escenas que presenté en la ficha anterior, deben pagar una membresía. <i>Manhunt</i> garantiza este mundo solo con una suscripción a alguno de los planes que propone. Elementos para el análisis del campo de representación: No hay elementos para el análisis de acuerdo con las	
--	--

categorías.	
-------------	--

c. Actitudes.

	Valoraciones Positivas	Valoraciones Negativas
Sexistas	Sin elementos para el análisis.	Sin elementos para el análisis.
Misóginas	Sin elementos para el análisis.	Sin elementos para el análisis.
Homofóbicas	Sin elementos para el análisis.	Sin elementos para el análisis.
Adultistas	Sin elementos para el análisis.	Sin elementos para el análisis.

Aun cuando en esta sub-página web no hay elementos que me permitieran analizar los datos según las categorías propuestas, me parece pertinente acotar que el aspecto de la suscripción a través de la compra de una membresía con tarjeta de crédito o prepago de Banamex, o cualquier otro banco, proyecta un tipo de *gay* con cierto poder adquisitivo. Es claro que al no poseer alguno de los dos mecanismos de pago, el usuario estará limitado en cuanto al acceso al mundo de hombres que propone el sitio. Así pues, insistiré en acotar que, al margen de las categorías de análisis se puede afirmar que la suscripción del usuario a través de la compra de la membresía garantiza ciertos privilegios de exclusividad para los que se hagan miembros. Esto garantiza la visualización de más de cuatro millones de fotos de hombres, opciones de guardado de las búsquedas que realice el usuario y acceso a salas de chat con cámaras y videos, además de seguridad electrónica al momento de realizar el pago de la suscripción.

Ficha No. 3.

Dominio: mb.helixstudios.com

Fecha de recolección: sábado 5 de nov, 2016

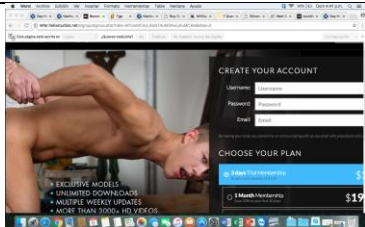
Dominio de vinculación: www.manhunt.net

Empresa productora/responsable: Helix Studios Inc.

a. Información

De qué trata: La información sobre esta página web debe ser inferida por el usuario, pues se trata de un sitio con una fotografía que encabeza la página y un texto en mayúsculas que dice: “TODO AMERICANO EROTISMO MASCULINO JOVEN”. Le siguen cuarenta y ocho links de videos porno gay y un hipervínculo *EMPIEZA A VER AHORA* que llama al usuario a entrar al sitio.



	El sitio web tiene una alta carga sexual de contenido en el que se aprecia a jóvenes manteniendo relaciones sexuales en parejas o tríos de jóvenes.
Propósito comunicacional: Que el usuario de <i>click</i> al hipervínculo <i>EMPIEZA A VER AHORA</i>. Una vez que el usuario da <i>click</i> se encuentra con información más detallada del sitio y su funcionamiento. Es un sitio de videos porno gay que se puede disfrutar con un plan de membresía.	
Tipo de información que se da a conocer sobre el sitio: -Es un sitio de videos porno. -Es solo para miembros que se hayan suscrito. -Si no se es miembro, puede hacerse miembro, suscribiéndose. -Los modelos son americanos jóvenes. -Hay videos porno.	
Organización de la información: -Encabezado con logo e hipervínculos para miembros y nuevos suscriptores. -Fotografía central que evoca el tipo de contenidos y modelos que tiene el sitio. -Texto que enuncia el tipo de videos: TODO AMERICANO EROTISMO MASCULINO. -Cuarenta y ocho links de videos porno -Cintillo inferior con hipervínculo para: Términos y condiciones, declaración de conformidad, webmaster, soporte y un mensaje que advierte que todos los modelos tenían 18 años al momento de la filmación. Finalmente, el copyright de la página.	

b. Campo de representación: Interpretación de lo homosexual que realiza esta

empresa: posturas, opiniones, imágenes, creencias, referencias sociales y culturales.

Nuevamente la suscripción por membresía es un elemento recurrente. La procedencia geográfica de los modelos es usada como un atractivo de venta, así como la masculinidad y juventud de los modelos. El sexo se presenta de manera explícita sin ningún tipo de pudor. Los chicos son atrevidos según las imágenes y están dispuestos a hacer todo en el sexo

Elementos para el análisis del campo de representación

Sexista:

- Aunque los modelos no tienen un desarrollo muscular considerable según el estereotipo de la pornografía, en general son jóvenes delgados que simulan en las imágenes sexo explícito.
- Presencia explícita de penes erectos, anos, situaciones coitales, genitalistas.
- La penetración anal es una escena recurrente que se repite en casi todos los cuarenta y ocho links de videos porno.

Misógino:

- Los varones evidencian rasgos masculinos, aunque sus posiciones corporales sugieran un juego de roles en el que se pueda decir que alguno de los modelos actúa como pasivo, es decir, como receptor del pene.
- No se aprecia ningún elemento femenino que comprometa la masculinidad de los modelos.

Homofóbico:

- Las imágenes no reflejan ningún tipo de conexión afectiva entre los modelos, a excepción de una fotografía en la que una pareja se besa durante el acto de penetración. No encontré más evidencias sobre manifestaciones emotivas y/o afectivas.

Adultista:

- La sexualidad masculina juvenil organiza los elementos simbólicos de esta página web.



c. Actitudes.

	Valoraciones Positivas	Valoraciones Negativas

Sexistas	-Varones caucásicos, delgados, con potencia sexual para ejercer el poder de tomar a otro. -Varones caucásicos delgados que son dominados o tratados como objetos sexuales -Penetrar y ser penetrado sexualmente.	-Varones caucásicos delgados sin potencia sexual para ejercer el poder. -Varones caucásicos delgados que estén en igualdad de condiciones en el acto sexual. -Relaciones afectivas sin penetración sexual.
Misóginas	-La masculinidad de los modelos	El afeminamiento de los modelos aunque actúen en roles de pasivos.
Homofóbicas	-La práctica sexual.	El afecto.
Adultistas	-Varones jóvenes.	Ninguno de los modelos aparenta ser mayor a 25 años.

Ficha No. 4.

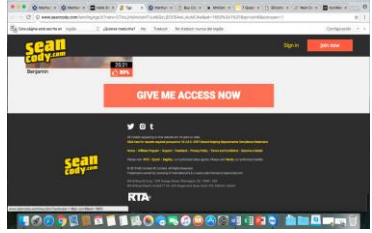
Dominio: www.seancody.com

Fecha de recolección: sábado 5 de nov, 2016

Dominio de vinculación: www.manhunt.net

Empresa productora/responsable: MG Content SC Limited.

a. Información

De qué trata: En el mismo estilo que la página anterior, la información la infiere el usuario por las imágenes que se exponen. Todos, hipervínculos de videos porno y un texto que dice lo siguiente: <i>The hottest Guys, doing what hot Guys do best</i>, que significa: Los chicos más calientes, haciendo lo mejor que los chicos calientes hacen”. Le siguen cincuenta y dos hipervínculos de videos porno gay y otro más que dice: <i>GIVE ME ACCESS NOW</i>, que significa, DAME ACCESO AHORA.	
Propósito comunicacional: Suscribir al usuario a un plan de membresía para poder disfrutar de los videos que muestran en la página. Una vez que el usuario da <i>click</i> se encuentra con información más detallada del sitio y su funcionamiento. Es un sitio de videos porno gay que se puede disfrutar con un plan de membresía,	
Tipo de información que se da a conocer sobre el sitio: -Es un sitio de videos porno. -Es solo para miembros que se hayan suscrito. -Si no se es miembro, puede hacerse miembro, suscribiéndose. -Los videos son de chicos que están sexualmente “calientes”.	
Organización de la información: -Encabezado con logo e hipervínculos para miembros y nuevos suscriptores. -Bloque horizontal a dos columnas para tres hipervínculos de video: uno principal y dos secundarios. -Texto que enuncia el eslogan del sitio: <i>The hottest Guys, doing what hot Guys do best.</i> -Cincuenta y dos links de videos porno -Hiperlink para GIVE ME ACCESS NOW. -Cintillo inferior con hiperlink para cuentas de Twitter, Instagram, Tumblr, Términos y condiciones, declaración de conformidad, webmaster, soporte y un mensaje que advierte que todos los modelos tenían dieciocho años al momento de la filmación. Finalmente, el copyright de la página y otro link para aquellos interesados que deseen ser modelos de la página.	

b. Campo de representación: Interpretación de lo homosexual que realiza esta

empresa: posturas, opiniones, imágenes, creencias, referencias sociales y culturales.

Nuevamente la suscripción por membresía se repite como estrategia de comercialización. El sexo se presenta como la única manera forma de una vida *gay*. Se apela a la juventud, al desenfreno sexual y aunque a diferencia de las páginas anteriores, no se enuncia explícitamente se apela a la estética masculina, atlética, delgada de los modelos, caucásicos en su mayoría como paradigmas de ese modelo sexual.

Elementos para el análisis del campo de representación

Sexista:

- Modelos atléticos o con evidente desarrollo muscular.
- Las representaciones que construyen las imágenes tienen que ver con juegos con el ano, focalización sobre el pene, el pene, prácticas sexuales sin protección, en tríos.
- Aunque no hay evidencias en las imágenes de sexo explícito, todas sugieren situaciones coitales, genitalistas.

Misógino:

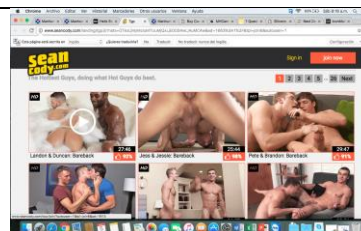
- Los varones evidencian rasgos masculinos, aunque sus posiciones corporales sugieran un juego de roles en el que se pueda decir que alguno de los modelos actúa como pasivo, es decir, como receptor del pene.
- No se aprecia ningún elemento femenino que comprometa la masculinidad de los modelos.

Homofóbico:

- Las imágenes no reflejan ningún tipo de conexión afectiva entre los modelos, aunque en una de las fotografías una pareja se encuentra besándose, pero en una situación de trío sexual.

Adultista:

- La sexualidad masculina organiza los elementos simbólicos de esta página web. Ninguno de los modelos alude a edades mayores a treinta y cinco años.



c. Actitudes.

	Valoraciones Positivas	Valoraciones Negativas

Sexistas	-Varones delgados, musculados que plantean igualdad de condiciones físicas para establecer contacto sexual en parejas o en tríos. -Aún en igualdad de condiciones físicas se plantean situaciones entorno al juego con el ano y el pene. -Los modelos están allí para “hacer lo que mejor saben hacer en el sexo”	-Varones delgados, musculados sin potencia sexual para ejercer el poder. -Juegos sin involucrar el ano y el pene. -Relaciones afectivas sin penetración sexual. -No saber qué hacer en el sexo.
Misóginas	-La masculinidad de los modelos	El afeminamiento de los modelos aunque actúen en roles de pasivos.
Homofóbicas	-El juego y la práctica sexual entre hombres.	El afecto.
Adultistas	-Varones jóvenes.	Ninguno de los modelos aparenta ser mayor a treinta y cinco años.

Fecha de recolección: sábado 5 de nov, 2016
 Dominio de vinculación: www.manhunt.net
 Empresa productora/responsable: Manhuntflix.com.

a. Información

De qué trata: <i>Manhuntflix</i> es una página web a través del cual el usuario puede encontrar películas porno, por casas productoras o estudios, estrellas o por temáticas. Al igual que en las páginas anteriores hay un predominio de escenas sexuales que corresponden a segmentos de las películas que se pueden ver si se suscribe el usuario como miembro.	
Propósito comunicacional: Suscribir al usuario a un plan de membresía para poder disfrutar de las películas que muestran en la página	
Tipo de información que se da a conocer sobre el sitio: -Es un sitio que vende las películas porno que realizan las casas productoras afiliadas. -Es solo para miembros que se hayan suscrito. -Si no se es miembro, puede hacerse miembro, suscribiéndose. -En esta página encuentra el usuario lo más actualizado del mundo porno gay de las casas productoras de pornografía afiliadas.	
Organización de la información: -Encabezado con logo e hipervínculos para miembros y nuevos suscriptores. -Links para los siguientes vínculos: <i>Just Added, Most Watched, Ns Original, Themes, Studios, Stars, And All Titles.</i> -Bloque horizontal que exhibe un panel interactivo con la presentación de varias películas de varias casas productoras. -Bloque vertical a dos columnas con exhibición de veinte <i>trending scenes</i> de películas porno. -Banner inferior para publicitar otra película. -Cintillo inferior con hipervínculo para términos y condiciones, declaración de conformidad, webmaster, soporte y un mensaje que advierte que todos los modelos tenían dieciocho años al momento de la	

filmación.

-Finalmente, el copyright de la página. otro *link* para aquellos interesados que deseen ser modelos de la página.

b. Campo de representación: Interpretación de lo homosexual que realiza esta empresa: posturas, opiniones, imágenes, creencias, referencias sociales y culturales.

Si hay algo que deja claro esta página web es que todo este mundo de pornografía debe ser pagado. Se paga para que el usuario pueda ubicar la película que quiera por actor, casa productora o temática.

La única interpretación que puede hacer esta página del mundo *gay*, es que el mundo *gay* es para tener sexo. Aun cuando puedan existir en este gran inventario de más de doscientas películas, alguna temática no sexual, el predominio del sexo parece devorar cualquier temática que pueda asomarse.

Esta página web en particular refuerza todas las representaciones que he señalado arriba.

Elementos para el análisis del campo de representación

Sexista:

- Modelos atléticos o con evidente desarrollo muscular que operan como proveedores de placer o como receptores de placer.

-Las representaciones que construyen las imágenes tienen que ver con prácticas sexuales.

Misógino:

-Los varones evidencian rasgos masculinos, aunque sus posiciones corporales sugieran un juego de roles en el que se pueda decir que alguno de los modelos actúa como pasivo, es decir, como receptor del pene.

-No se aprecia ningún elemento femenino que comprometa la masculinidad de los modelos.

Homofóbico:

-Las imágenes no reflejan ningún tipo de conexión afectiva entre los modelos.

Adultista:

-La sexualidad masculina organiza los elementos simbólicos de esta página web. Ninguno de los modelos alude a edades mayores a treinta y cinco años.



c. Actitudes.

	Valoraciones Positivas	Valoraciones Negativas
Sexistas	-El sexo es un valor gay. -Varones jóvenes, delgados, atléticos o musculados dispuestos a dar placer. -Varones jóvenes, delgados, atléticos o musculados dispuestos a recibir placer. -Situaciones coitales, alusión al sexo explícito. -Agresividad en la expresión facial.	-Situaciones afectivas. -Varones sin atributos físicos para dar y recibir placer. -Pasividad en la expresión facial.
Misóginas	-La masculinidad de los modelos.	El afeminamiento de los modelos aunque actúen en roles de pasivos.
Homofóbicas	-El juego y la práctica sexual entre hombres.	El afecto.
Adultistas	-Varones jóvenes.	Ninguno de los modelos aparenta ser mayor a treinta y cinco años.

Fecha de recolección: sábado 5 de nov, 2016
 Dominio de vinculación: www.manhunt.net
 Empresa productora/responsable: XR LLC

a. Información

De qué trata: <i>Manhunshop</i> es una tienda virtual de juguetes y accesorios para hombres gay. La página se caracteriza por mostrar los productos que se venden <i>on line</i>	
Propósito comunicacional: Vender productos, accesorios y juguetes eróticos para hombres gay	
Tipo de información que se da a conocer sobre el sitio: -Es un sitio de venta <i>on line</i> de diversos tipos de productos y juguetes para público gay. -Los productos están organizados por categorías. -Hay productos en rebaja y otros que son nuevos en la página. -Los usuarios pueden checar cómo funcionan los productos dando <i>click</i> a la sección central de la página donde la fotografía de un modelo usando el producto indica que hay un hipervínculo en el que se muestran más detalles del producto.	
Organización de la información: -Encabezado con logo, un buscador de productos e hipervínculos para <i>Manhunt.net</i>, <i>On Demand</i>, <i>Live Camns</i>, <i>Blog</i>, que son sub páginas del sistema MH. Links para aquellos miembros suscritos, Soporte técnico y confirmación de pedidos. -Columna izquierda para todas las categorías de productos. -Columna central con fotos e hipervínculos a productos destacados. -Columna derecha para banners que exhiben: productos nuevos, productos en rebajas, <i>dildos</i>, <i>cock rings</i>, <i>masturbators</i>, <i>ass tolos</i>, <i>enemas</i>, <i>Leather men & Sex Pigs</i>, <i>lube</i>. Otros tres banners para: Deal Club, que consiste en garantizar cuarenta por ciento de descuento en los productos a aquellos miembros que se registren en el <i>Deal Club</i>. Otro banner que otorga un descuento a aquellos que estén realizando sus compras por primera vez. Y un tercer banner que ofrece los horarios y mail	

de contacto en caso de que el usuario tenga alguna pregunta. -A diferencia de otras páginas, no hay un cintillo inferior sino que al pie de la página se evidencia links para: <i>Review, Legal, Store Map, copyright</i> y el mensaje que advierte que todos los modelos tenían dieciocho años al momento de las tomas fotográficas	
--	--

b. Campo de representación: Interpretación de lo homosexual que realiza esta empresa: posturas, opiniones, imágenes, creencias, referencias sociales y culturales.

La representación de lo homosexual que realiza esta página web está vinculada a la venta de productos para la satisfacción sexual. En consecuencia, no puede esperarse más que los puntos de atención/exhibición se concentren en el pene y el ano. Lo que pareciera advertir que el placer en los homosexuales solo se puede concretar por la vía de la penetración. Aun cuando existan otros tipos de juguetes, los vinculados con la penetración son los destacados. Por otra parte, aun cuando se trata de la exhibición de juguetes para la venta, cuando se usan modelos, éstos refuerzan la masculinidad caucásica, delgada, atlética o musculada que he venido señalando en fichas arriba. Elementos para el análisis del campo de representación Sexista: - Modelos atléticos o con desarrollo muscular que sirven para mostrar el producto en venta e ilustrar sobre su funcionamiento. -Las imágenes ilustran cómo se puede disfrutar de una vida sexual con estos juguetes. Misógino: -No se aprecia ningún elemento femenino que comprometa la masculinidad de los modelos. Homofóbico: -Los juguetes son para la obtención de placer, no para el afecto. Adultista: -La sexualidad masculina organiza los elementos simbólicos de esta página web. Ninguno de los modelos alude a edades mayores a treinta y cinco años.	 
---	--

c. Actitudes.

	Valoraciones Positivas	Valoraciones Negativas
Sexistas	-El sexo es un valor gay. -El sexo se garantiza con o sin pareja porque para ello están los juguetes sexuales. - El pene como proveedor de placer.	Sin sexo quizás no exista nada.
Misóginas	-La masculinidad de los modelos.	El afeminamiento.
Homofóbicas	-El juego y la práctica sexual entre hombres.	El afecto.
Adultistas	-Varones jóvenes.	Ninguno de los modelos aparenta ser mayor a 35 años.

Ficha No. 7.

Dominio: www.mhcams.com/

Fecha de recolección: sábado 5 de nov, 2016

Dominio de vinculación: www.manhunt.net

Empresa productora/responsable: VS Media Inc.

a. Información

De qué trata: <i>Manhuntcams</i> es una página web dedicada exclusivamente a la interacción entre un modelo en línea y uno o varios usuarios al mismo tiempo. En el web cam, el modelo no solo interactúa, sino que también puede ofrecer desnudos de su cuerpo a cambio de propinas o créditos que dejen los clientes para el modelo en exhibición.	
Propósito comunicacional: Que los usuarios inicien chat con los modelos en línea y paguen por mantener el chat en línea.	En caso de que el usuario no envíe algún crédito al modelo, el sistema cerrará la transmisión que el usuario esté viendo en vivo del modelo. El crédito es una forma de garantizar la seguridad de los clientes que usan tarjetas de créditos. MH establece el sistema de compra de créditos con los que pagan a los modelos del chat.

Tipo de información que se da a conocer sobre el sitio: -Es un sitio que vende chat en vivo con modelos en vivo -Para mantener el chat, los usuarios deben pagar. -Existen al menos sesenta categorías de hombres con los cuales chatear. Ej: <i>latinos, Wrestling, Uncut</i>, etc.	
Organización de la información: -Encabezado con logo e hipervínculos para los siguientes ítems: <i>Live Chat, Videos, Profiles, VIP, Search, Calendar, Login, Join Free</i>. -Bloque horizontal para mostrar los cuatro modelos más populares del sistema. -Bloque vertical con hipervínculos para acceder a los modelos que se encuentran en vivo. -Cintillo inferior con <i>links</i> para: <i>Main Navigation, Models, Account info, Support, Extras</i>.	

b. Campo de representación: Interpretación de lo homosexual que realiza esta empresa: posturas, opiniones, imágenes, creencias, referencias sociales y culturales.

Los hombres que se exhiben en video <i>chat</i> se convierten en un producto más de venta. La forma de pago por ellos es a través del sistema de créditos: el usuario usa su tarjeta y compra créditos con los que paga en línea al modelo en vivo. Los modelos por su parte tienen la potestad de quitarse más prendas de vestir en la medida en que reciban más créditos o realizar prácticas auto masturbatorias tanto del pene como del ano frente a la cámara. A diferencia de todo lo señalado en estas fichas, <i>Manhuntcams</i>, abre la posibilidad de mostrar modelos de distintas razas, fenotipos y tipos de cuerpo. Aunque la mayoría de los modelos correspondan con el estereotipo que ya he señalado en fichas anteriores. Aunque no realicé una observación directa de estos chats,	 
---	--

puedo apuntar los siguientes elementos para el análisis del campo de representación:

Sexista:

- El cuerpo del hombre como mercancía de venta

Misógino:

-Aparece el elemento femenino en uno de los modelos. A mi parecer esto no compromete la representación de masculinidad del sitio porque se trata de chats privado. En este caso, al parecer lo más importante es que el modelo del chat genere ventas. Aunque ésta es una excepción, el estereotipo del hombre delgado, atlético o musculado se mantiene.

Homofóbico:

-Se mantiene la intención sexual, no afectiva.

Adultista:

-La sexualidad masculina organiza los elementos simbólicos de esta página web. Ninguno de los modelos alude a edades mayores a treinta y cinco años.

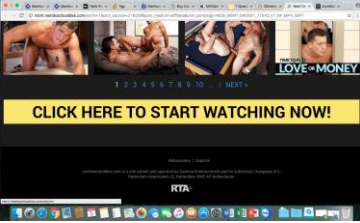


c. Actitudes.

	Valoraciones Positivas	Valoraciones Negativas
Sexistas	-El hombre como mercancía. -Para tener sexo “virtual” se paga.	-La ausencia de pene.
Misóginas	-Al estereotipo de masculinidad de los modelos se incorpora otro tipo de cuerpo menos masculino.	-No aplica alguna valoración negativa al aceptar un elemento que rompe con el estereotipo de masculinidad.
Homofóbicas	-El juego y el sexo “virtual” entre hombres.	El afecto.
Adultistas	-Varones jóvenes.	Ninguno de los modelos aparenta ser mayor a treinta y cinco años.

Dominio: mbnt.nextdoorbuddies.com
 Fecha de recolección: sábado 5 de nov, 2016
 Dominio de vinculación: www.manhunt.net
 Empresa productora/responsable: Gamma Entertainment

a. Información

De qué trata: Nuevamente, se repite la propuesta de un sitio web con videos porno al que solo se puede acceder ilimitadamente si el usuario cuenta con una membresía.	
Propósito comunicacional: Suscribir al usuario a un plan de membresía para poder disfrutar de los videos que se muestran en la página.	
Tipo de información que se da a conocer sobre el sitio: -Es un sitio de videos porno. -Es solo para miembros que se hayan suscrito. -Si no se es miembro, puede hacerse miembro, suscribiéndose. -Los videos de esta página tienen como diferencia respecto a las anteriores, que incluyen a hombres un poco más grandes en edad, además de los jóvenes. Sin que esta diferencia pueda comprometer el estereotipo de juventud asociado a lo gay.	
Organización de la información: - Banner superior con logo de la página y fotografías interactivas que promocionan cuatro videos porno. - Texto que enuncia el eslogan del sitio: <i>Exclusive Amateur Jocks in Hardcore Action</i> -Cuarenta links de videos porno -Hipervínculo en letras mayúsculas que dice lo siguiente: <i>CLICK HERE TO START WATCHING NOW!</i> -Cintillo inferior con hipervínculo para contactar al <i>Webmaster</i> y <i>Soporte</i>, además del nombre de la empresa productora y su respectivo logo.	

b. Campo de representación: Interpretación de lo homosexual que realiza esta empresa: posturas, opiniones, imágenes, creencias, referencias sociales y culturales.

Nuevamente la suscripción por membresía es un elemento recurrente como he señalado en casos arriba. La interpretación que hace la empresa de lo homosexual tampoco dista mucho de lo enunciado. El sexo constituye el único referente de socialización que evidencian estos videos. Se apela a la práctica sexual “hardcore” para asegurar la potencia del varón, la virilidad misma. Un nuevo elemento quizás, la incorporación de modelos de más edad que generalmente acompañan a los más chicos y ocupan el rol dominante en la escena. Elementos para el análisis del campo de representación: Sexista: - El sexo como referente de socialización. -Cuerpos masculinos que dominan las escenas. -El hombre dominante sobre otro que se deja penetrar. Misógino: -Se mantiene las referencias de subordinación sexual de un hombre ante otro, así como de mantenimiento de la masculinidad en situaciones de penetración. Homofóbico: -Se mantiene la intención sexual, no afectiva. Adultista: -La sexualidad masculina organiza los elementos simbólicos de esta página web.	
---	--

c. Actitudes.

	Valoraciones Positivas	Valoraciones Negativas
Sexistas	-Varones atléticos, delgados que denotan poder sexual, físico, virilidad. -Situaciones coitales, sexuales.	-Varones no atléticos, no delgados, sin poder sexual, virilidad. -Situaciones afectivas.
Misóginas	-La masculinidad de los modelos.	-El afeminamiento.
Homofóbicas	-El sexo y el juego sexual entre hombres.	El afecto. (*)
Adultistas	-Varones jóvenes.	Ninguno de los modelos aparenta ser mayor a 40 años.

(*). Deseo llamar la atención de mis lectores porque sobre este aspecto del afecto hay una variación en esta sub-página web. Se normaliza como argumento de venta, historias en las

que dos hermanos tengan sexo entre ellos en el film. Aunque es un argumento de la historia se vende como un valor que puede ser atractivo al público. Éste es el único vínculo de afecto que enunciado como tal, he encontrado en mi *corpus*. Sin embargo, este afecto está relacionado con el sexo entre hermanos. Lo que quiere decir que, pudieran existir otros argumentos como éste, siempre y cuando se vinculen a alguna práctica sexual. Entonces quizás se pueda hablar de afectos en la medida en que éstos se pueden usar de manera sexual para las recreaciones de las historias de estos *films*. Una ficción o una “desvirtuación” de los afectos.

Fecha de recolección: sábado 5 de nov, 2016
 Dominio de vinculación: www.manhunt.net
 Empresa productora/responsable: Gamma Entertainment

a. Información

De qué trata: En esta última página se repite la propuesta de un sitio web con videos porno al que solo se puede acceder ilimitadamente si el usuario cuenta con una membresía.	
Propósito comunicacional: Suscribir al usuario a un plan de membresía para poder disfrutar de los videos que se muestran en la página	Las características de diseño gráfico son exactamente iguales al web site anterior. Solo hay cambios en las fotografías y videos.
Tipo de información que se da a conocer sobre el sitio: -Es un sitio de videos porno. -Es solo para miembros que se hayan suscrito. -Si no se es miembro, puede hacerse miembro, suscribiéndose. -Los videos de esta página tienen como diferencia respecto a las anteriores, que incluyen a hombres un poco más grandes en edad, además de los jóvenes. Sin que esta diferencia pueda comprometer el estereotipo de juventud asociado a lo gay.	
Organización de la información: - Banner superior con logo de la página y fotografías interactivas que promocionan cuatro videos porno. - Texto que enuncia el eslogan del sitio: <i>Exploring forbidden desires. Watch now.</i> -Cuarenta links de videos porno -Hipervínculo en letras mayúsculas que dice lo siguiente: <i>CLICK HERE TO START WATCHING NOW!</i> -Cintillo inferior con hipervínculo para contactar al <i>Webmaster</i> y <i>Soporte</i>, además del nombre de la empresa productora y su respectivo logo.	

b. Campo de representación: Interpretación de lo homosexual que realiza esta

empresa: posturas, opiniones, imágenes, creencias, referencias sociales y culturales.

Nuevamente la suscripción por membresía es un elemento recurrente como he señalado en casos arriba. La interpretación que hace la empresa de lo homosexual tampoco dista mucho de lo enunciado. El sexo constituye el único referente de socialización que evidencian estos videos. A diferencias de los demás sitios hay un interés por desarrollar una historia en la que estos hombres tienen prácticas sexuales. Así, por ejemplo, el prisionero de guerra es el blanco perfecto para ser sometido sexualmente o el hombre mayor que representa al diablo, intentará seducir al joven heterosexual de mantener una relación sexual. Nuevamente se aprecia en esta propuesta de sitio web, la incorporación de modelos de más edad que generalmente acompañan a los más chicos y ocupan el rol dominante en la escena. Elementos para el análisis del campo de representación: Sexista: - El sexo como referente de socialización. -Cuerpos masculinos que dominan las escenas. -El hombre dominante sobre otro que se deja penetrar. Misógino: -Se mantiene las referencias de subordinación sexual de un hombre ante otro, así como de mantenimiento de la masculinidad en situaciones de penetración. Homofóbico: -Se mantiene la intención sexual, no afectiva. Adultista: -La sexualidad masculina organiza los elementos simbólicos de esta página web.	
--	--

c. Actitudes.

	Valoraciones Positivas	Valoraciones Negativas
Sexistas	-Varones atléticos, delgados que denotan poder sexual, físico, virilidad. -Situaciones coitales, sexuales.	-Varones no atléticos, no delgados, sin poder sexual, virilidad. -Situaciones afectivas
Misóginas	-La masculinidad de los	-El afeminamiento

	modelos	
Homofóbicas	-El sexo y el juego sexual entre hombres	El afecto
Adultistas	-Varones jóvenes acompañados de hombres mayores hasta 40 años aproximadamente	-Algunos modelos pudieran corresponder con los 40 años.

¿Qué referentes simbólicos usa *Manhunt* para captar la atención de sus miembros?, ¿Estos referentes simbólicos se activan como códigos culturales en las representaciones sociales al momento en los sujetos entran en interacción con otros en este *web site*? De acuerdo con la revisión teórica que presenté en su momento, la respuesta a esta última interrogante es que sí. Lo que supone que este sitio, tienen una manera de ver e interpretar el mundo homosexual. Pero en sí, cómo se manifiestan estos símbolos. Echaré mano a continuación del interaccionismo simbólico y de los aportes teóricos sobre representaciones sociales propuesto por Moscovici: 1969) y heteronormatividad (Guasch: 2000) para ilustrar con más detalle cómo estos referentes que corresponden con el del modelo de masculinidad heteronormativo hegemónico se encuentran expuestos y que pasan normalizados ante los usuarios. Cuando digo normalizados, me refiero a que nadie los cuestiona y termina imponiéndose en todas las webs revisadas un mundo construido desde una visión clásica: machista, sexista, misógina, homofóbica y adultista.

Información:

Siguiendo a Moscovici (1979), la información es una dimensión relacionada con el conocimiento que posee un grupo sobre un objeto social. Dado que este *web site* es la expresión de un grupo humano de trabajo que pensó, diseñó y estructuró desde su visión de

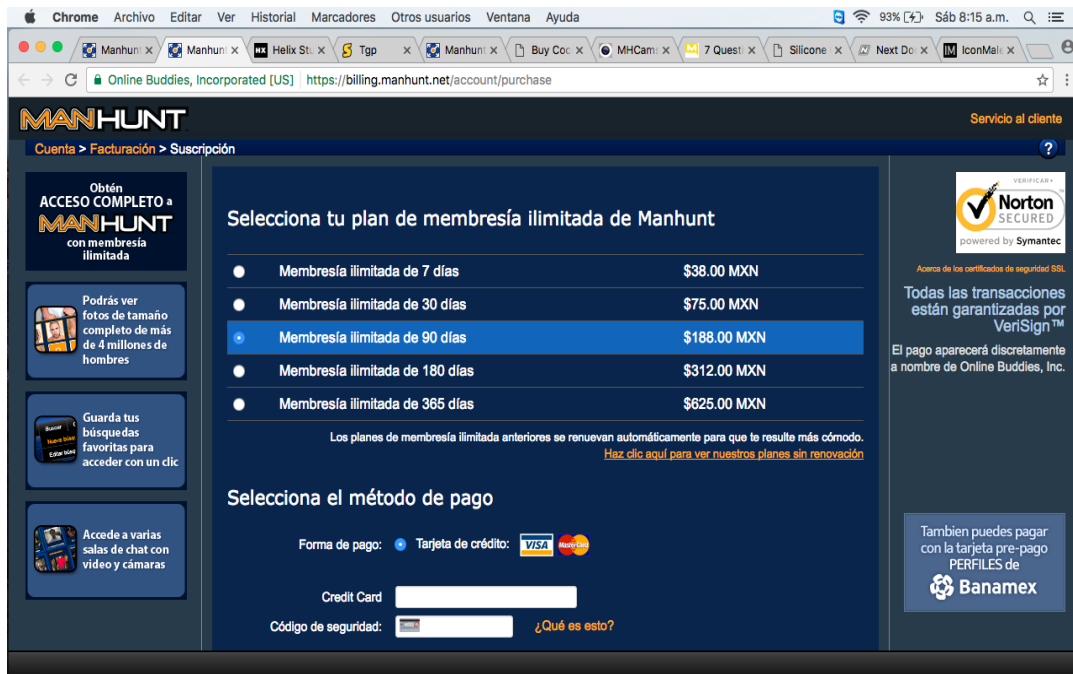
mundo, un sitio idóneo para homosexuales, es importante conocer cuáles son las ideas que este grupo editorial tiene de lo homosexual.

Comienzo con la categoría información porque así lo plantea Moscovici (1969) como un primer nivel que sirve para conocer en el caso que me toca analizar, qué conocimientos, tipo de información maneja y promociona el *web site*. Para ello, atendí a aspectos vinculados con qué contenidos se pueden encontrar, propósito comunicacional, tipo de información que se da a conocer, y cómo se organiza ésta.

Tanto los contenidos como el propósito comunicacional están relacionados por dos elementos: hacer que el sujeto se suscriba al *web site* y posteriormente que adquiera un plan de membresía tanto de la página *Manhunt*, como en cualquiera de las sub-páginas asociadas (Véase Ilustración No. 9).

No es lo mismo suscribirse como miembro del sitio que comprar una membresía. La membresía le da al usuario más beneficios que la suscripción. Entre ellos, revisar perfiles ilimitadamente, así como fotografías, algunos videos y uso ilimitado del servicio de correo electrónico interno que maneja la red social virtual.

Muestra de página de suscripción



Fuente: www.manhunt.net

Las nueve sub-páginas analizadas tienen en común, persuadir a los usuarios a la adquisición de alguna membresía. Las ofertas son, en su gran mayoría, a la compra de suscripciones para acceder a contenidos de videos o películas pornográficas. Todas estas páginas garantizan no solo la confidencialidad sino también seguridad electrónica en virtud de que se trata de compras en línea. Como ya he mencionado, hay un predominio de ofertas en lo que respecta al acceso a videos o películas porno, seguido de chats de chicos que se desnudan a cambio de propinas en línea y la venta de juguetes sexuales.

Analizar esta información es importante porque son sitios en los que la imagen fotográfica tiene un predominio muy importante. Me parece que a primera vista no es tan visible que detrás de todos estos *banners*, y páginas webs, se encuentra una gran industria

de entretenimiento pornográfico, chats y juguetes sexuales. Y creo que la idea no es juzgar esto. Lo realmente importante aquí es entender que éste es el contexto en el que los sujetos se introducen e intentan socializar. Sobre estos escenarios virtuales estos hombres – incluyéndome- hemos aprendido una serie de ideas, palabras y actos que garantizan el uso más eficiente de la plataforma.

Y simbólicamente, *Manhunt* se presenta como un sitio de socialización virtual que, en términos del interaccionismo simbólico, obliga pragmáticamente a sus usuarios a aprender códigos de uso de la plataforma y accionar sobre éstos para obtener resultados. Los usuarios pueden tener la esperanza de que la compra de la membresía aumenta la posibilidad de contactar a otros homosexuales, pero en los términos simbólicos que exhibe la página web: los sexuales.

Para mí no era evidente, o al menos no tan evidente lo robusto de la industria pornográfica que se encuentra detrás de *Manhunt.net*. Quiero decir con esto que ha sido necesario realizar este análisis para hacerme consciente de ello. Buscando una explicación, recordé una entrevista que realicé a un venezolano en Berlín durante esta investigación que afirmaba que lo realmente novedoso de este sitio web, cuando él lo conoció, fue que no había censura, es decir, podías poner las fotos que quisieras, desnudo, teniendo sexo, en grupos, etc.

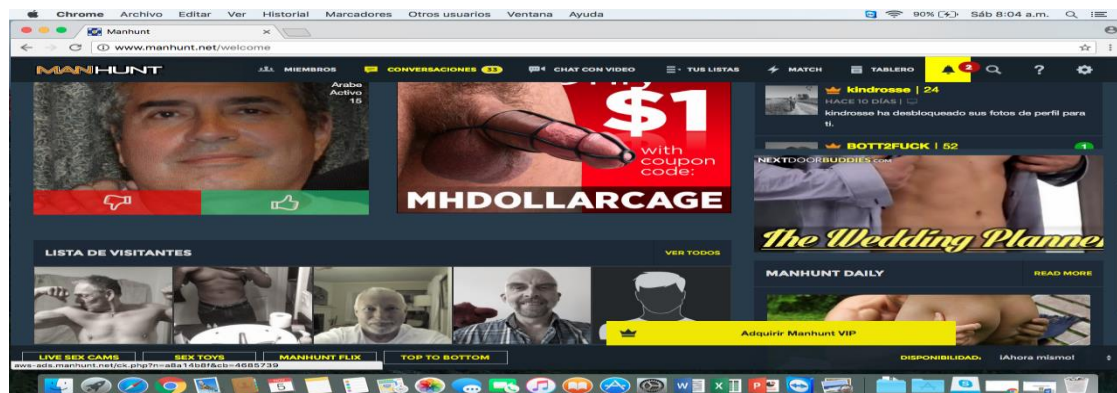
Esto me lleva a pensar que el desnudo del cuerpo, o la venta de pornografía en si misma puede pasar inadvertida porque estos espacios virtuales que abren ventanas para mirar lo que en la vida está censurado: el sexo entre hombres, la desnudez del cuerpo. Desconozco si esto pueda o no tener algún tipo de influencia, pero lo que si me queda claro

es que, este circuito pornográfico construye y reproduce un tipo de representación social que refuerza la hegemonía heteronormativa: el hombre sigue siendo el centro del mundo. Y en estas representaciones sigue existiendo un hombre que demuestra más virilidad, fuerza y masculinidad que otro.

Así pues, el cuerpo desnudo, el pene erecto, el ano deseoso, las formas atléticas, tonificadas, delgadas, musculadas, en su mayoría caucásicas, y los diferentes grosores de penes de preferencia extra grandes, rígidos y en otros, abundantes en semen, son símbolos que acompañan al usuario de este sitio web desde el primer *click*.

Ilustración No. 10.

Muestra de www.manhunt.net



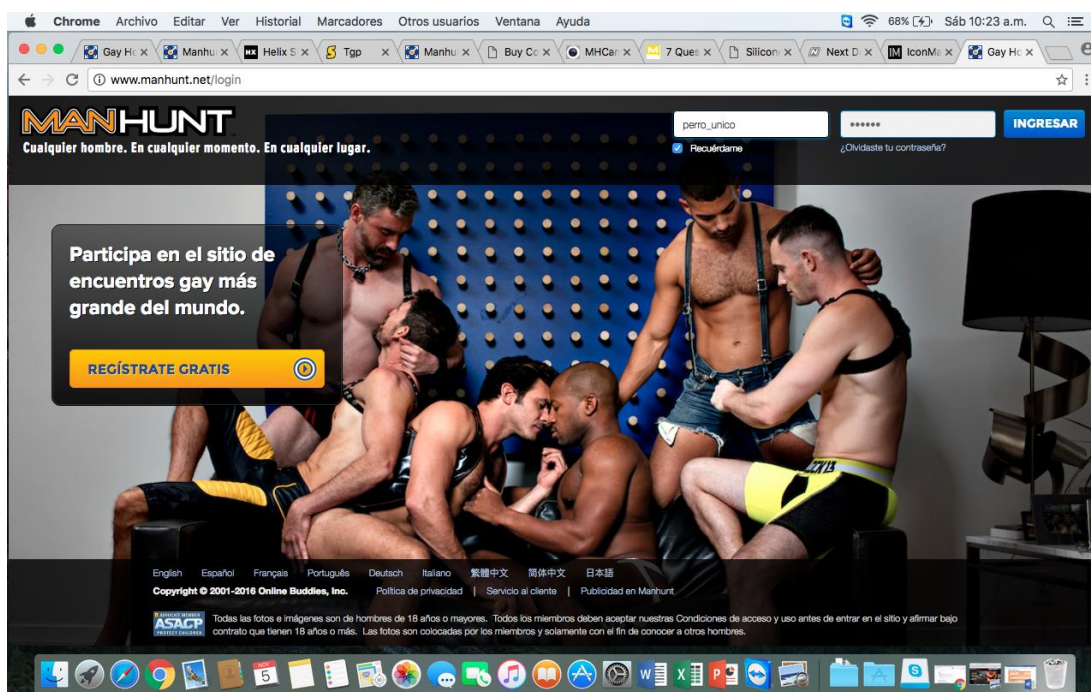
Fuente: www.manhunt.net

En las imágenes, informaciones, textos, y en las recreaciones que realizan los modelos de las imágenes no hay igualdad de condiciones. Por el contrario, hay un débil y hay un fuerte que se evidencia por los músculos, el tamaño del pene o la barba. Pudiera

pensarse que hay escenas que sugieren algún tipo de erotismo, sensualidad, afecto, camaradería entre hombres, pero la verdad es que la tendencia es a la exhibición del sexo explícito que se usa como atractivo para captar la atención de los usuarios en función de la venta de una membresía por consumir pornografía.

Ilustración No. 11.

Muestra de www.manhunt.net



Fuente: www.manhunt.net

Nuevamente, retomando la perspectiva interaccionista, *Manhunt*, no hace otra cosa que reproducir símbolos culturales que empoderan al hombre desde una perspectiva hegemónica. Revisemos las escenas. En este sitio web, los cuerpos que sirven para representar las escenas están fríamente pensados para reproducir los estereotipos de la

masculinidad hegemónica: machos potentes, fuertes, atrevidos, aguantadores, viriles, capaces de dominar. Las fotografías están tan bien pensadas, que pareciera que el objetivo es que el usuario piense y crea que uno de esos modelos es o puede ser él (Véase Ilustración No. 11).

Más allá de estos elementos simbólicos que dominan las escenas, y que son importantes para responder a la pregunta que me formulaba después de las fichas de información: ¿Qué referentes simbólicos usa *Manhunt* para captar la atención de sus miembros?, me parece prudente que se debe entender que estos elementos simbólicos no pueden dejar de ser vistos en un contexto donde la iglesia, la familia, la escuela, las instituciones clásicas de la sociedad moderna, parecen ya no tener respuestas para mitigar el estrés de la sociedad actual. Hacia dónde quiero apuntar con esto. Considero que los referentes simbólicos con los que trabaja *Manhunt*, son en efecto, la respuesta que los sujetos buscan ante el cambio de sentido que existe en la sociedad actual. Cuando me refiero a la ausencia de sentido, me refiero al vacío que deja el resquebrajamiento institucional de la modernidad y que no tienen de donde sostenerse. Los referentes que se tenían para comprender el mundo ya no sirven. Este resquebrajamiento deja a un sujeto que Bauman (1996) “califica como un sujeto sin garantías y cuya identidad está en construcción y cuyas aspiraciones no necesariamente tienen garantías de concreción” (p. 82), pero que tampoco tiene una dirección clara.

Ante esta crisis de la época, varios son los sectores de la sociedad que deben reacomodarse, reajustarse y los hombres no son la excepción. La homosexualidad masculina como ninguna otra sexualidad, ha devenido en lo que Lipovestky (2000), denomina, “un grado suplementario en la escalada de la personalización del individuo

dedicado al culto hedonista, individualista y narcisista” (p. 41) que se repotencia con propuestas comerciales que se introducen en la red, como “socializadoras” pero que como se puede demostrar, responde a las lógicas del capital. Lo más interesante de destacar dentro de este análisis es que estas plataformas tecnológicas han posibilitado la masificación de un estilo de vida individualista en los que la obtención del placer es el único objetivo. En realidad, se trata de una cacería de hombres.

Me parece, y me arriesgo a afirmar que, el planeta se encuentra frente a un momento en que los procesos de interacción social que conocíamos están cambiando. Las interacciones a través de los dispositivos se encuentran banalizando la comunicación humana y en consecuencia está afectando la manera de relacionarnos afectivamente, reduciendo las interacciones sociales a meros encuentros sexuales, como en el caso *Manhunt*. ¿Por qué esto constituye un problema? La respuesta tiene que ver con que el sexo, más allá de liberar a los sujetos respecto a su sexualidad, los individualiza, los cosifica como objetos sexuales, los confina al espacio de lo que tradicionalmente ha aprendido que está prohibido; lo secretamente íntimo e impide la normalización de la sexualidad. En cambio, el afecto, el amor entre hombres abre la posibilidad de construir algo que no se ha podido terminar de levantar: otra forma de convivencia humana diferente a la heterosexual hegemónica.

Campo de representación heteronormativa:

En esta categoría me interesé por conocer qué interpretación de lo homosexual realiza esta empresa. Es decir, qué posturas, opiniones, imágenes, creencias, referencias sociales y culturales tiene y difunde. La pregunta que me planteo para orientar el análisis a

la luz de las categorías fue: ¿Qué creen y cómo interpretan el mundo homosexual en MH? Hacerme esta pregunta a la luz del aporte teórico que señala Moscovici (1979), y lo apuntado por Guasch (2000), me permitió puntualizar lo siguiente:

1. Campo de representación sexista:

Las páginas web analizadas dan cuenta de un tipo de discriminación basada en la diferencia de género, dado que imágenes y texto conforman representaciones sociales que tienden a reforzar la supremacía sexual del sexo masculino. La supremacía sexual se evidencia en el juego que evocan las imágenes en el que el tamaño del pene y el desarrollo muscular determinan al sujeto que somete y el sujeto sometido. Ambos, se convierte en objeto, uno del otro. Ya sea como proveedor o como receptor del placer. De manera que los modelos que exhiben estos *webs sites*, son solo objetos sexuales.

La sexualidad masculina organiza todos los elementos fotográficos y simbólicos en cada una de las páginas web. Todos los varones evidencian rasgos masculinos, aunque sus posiciones corporales sugieran un juego de roles en el que se pueda decir que alguno de los modelos actúa como pasivo, es decir, como receptor del pene. No se aprecia ningún elemento femenino que comprometa la masculinidad de los modelos. Todo lo contrario, existe un cuidado por mantener la apariencia masculina. Lo que podría sugerir que a este mundo de hombres solo entran aquellos que lucen como tales.

Los modelos varones evidencian rasgos masculinos indistintamente que se encuentren representando roles pasivos o sirvan para mostrar algún juguete para el ano. En estos casos, de exhibición de productos o juguetes sexuales, tampoco pude apreciar ningún elemento femenino que comprometa la masculinidad de los modelos. Este aspecto es muy importante porque la representación que realiza este sitio web es tan sexista, en términos de

Guasch (2000), que la construcción simbólica que realiza está muy bien cuidada para no producir asociaciones del hombre pasivo con debilidad o feminidad.

Para evitar cualquier sospecha, los penes de los pasivos pueden tener las mismas proporciones de sus compañeros activos, o no se muestran sus miembros para que la imagen viril, masculina y dotada del activo, capitalice la escena.

2. Campo de representación misógino:

Tanto en campo de representación sexista como el misógino se encuentran en dependencia uno del otro. Explico. Tal como apuntaba en el capítulo teórico, siguiendo a Guash (2000), el sexismo realiza un tipo de discriminación basada en el género y en estos análisis lo que se va evidenciando es que la ausencia de rasgos femeninos, apunta a un cuidado por dejar claro que se trata de un sitio de hombres para hombres en el que lo femenino tiene poca cabida.

Esta predominancia simbólica de lo masculino y esta ausencia de lo femenino, genera una lógica que opone en fuerza lo masculino sobre lo femenino, y aunque no hay evidencias en las imágenes analizadas sobre esta oposición de fuerzas, lo que si hay es un exceso de preservación de la masculinidad en todos los sentidos. Los rasgos físicos que exhiben estos modelos van desde delgados atléticos, atléticos y musculados, de varias razas, lampiños, con vellos corporales, con barbas, sin barbas, tatuados, no tatuados. Ninguno de estos modelos escapa a los estándares de masculinidad occidental. Este rasgo que denominaré *exceso de testosterona*, que como se sabe, la testosterona es la hormona encargada de producir físicamente estos rasgos masculinos, genera un discurso de supremacía de la masculinidad dentro de lo homosexual, que tiene influencia en la forma en

que estos hombres se relacionan en la red virtual. Pero para demostrar esta influencia mis lectores deberán esperar al análisis de los perfiles donde presentaré evidencias de cómo estas representaciones si condicionan la búsqueda de los sujetos que se registran en la página web.

Ahora bien, resulta interesante que, desde el punto de vista del interaccionismo simbólico, y, específicamente siguiendo a Goffman (1956), en estas imágenes los modelos lucen las máscaras que tradicionalmente se usan en este tipo de interacciones sociales. Me refiero a la máscara del pasivo y la máscara del activo. Y, en consecuencia, se evidencian las representaciones de dominación y subordinación, propio de las sociedades patriarcales. Y aunque es más fácil identificar en estas imágenes que los activos toman a placer a los pasivos, reproduciendo una lógica misógina al tomar a estos hombres como objeto de deseo sexual, existe una diferencia: los modelos que representan sujetos pasivos no evidencian malestar al ser tomados como objeto. Todo lo contrario, es tan objeto el sujeto que actúa como pasivo para ser complacido o el activo que da de tomar su semen al pasivo. Y aunque ésta es mi interpretación, considero que el sitio web si realiza representaciones misóginas y cosifica los cuerpos de todos estos modelos, los transforma en objetos de sexo. La diferencia respecto al sistema heteronormativo es que, tanto pasivo como activo son objetos, cuerpos que se toman a placer.

Estas características, desde un punto de vista interaccionistas me llevan a plantear que, si el hombre que está ideado por esta empresa productora de este web site es un objeto sexual, dado el alto contenido simbólico girando alrededor del sexo, y que el ideal homosexual que tiene esta corporación es que ser homosexual es tener una vida sexual, eso me lleva a pensar que, entonces, todos los sujetos que construyen perfiles de usuario en esta

red, terminan siendo cosas también. Es decir, objetos para objetos. Es por ello que no es posible pensar que habrá alguna demostración de afectividad en estas imágenes.

Campo de representación homofóbico:

Aunque el *corpus* analizado no da cuenta explícitamente de una representación homofóbica, la representación social que se construyen en estas páginas web fomenta un tipo de homofobia que se sostiene en el sexismo y en la misoginia. Los cuerpos delgados, atléticos, musculados, varoniles en su gran mayoría reafirman el estereotipo de la masculinidad clásica. Aquel, que se distingue y diferencia de lo femenino. En este sentido, las imágenes retratan el encuentro erótico, pero con una tendencia eminentemente sexual. No hay evidencias en la revisión realizada de imágenes que puedan producir una representación social afectiva. No hay besos en la boca porque todos los encuentros son sexualizados.

La idea que impregna estos sitios es la del placer que se obtiene a través del sexo. No hay evocaciones a los sentimientos, ni a ninguna otra emoción que no sea la sexual. Esta ausencia, difícil de percibir a simple vista parece ingenua, pero no lo es. Se trata de una manera de construir e interpretar el mundo homosexual que llega a millones de hombres alrededor del planeta y que no hace otra cosa que reproducir parafraseando a Guash (2000), este terror, casi sagrado que invade a los hombres ante el amor de amar a otro.

En este sentido, la creencia y la interpretación que tiene este sitio web, es decir, la representación social que promueve y reproduce es de carácter homofóbico en tanto que, aunque valida el sexo como única forma de encuentro entre hombres, lo valida sobre un

modelo estético masculinizado y además excluye la posibilidad de lo afectivo como un lazo que pudiera generar encuentros, además de los sexuales. Esto, junto a los elementos señalados anteriormente sobre las representaciones sexistas, misóginas, refuerza una lógica homofóbica que pasa inadvertida ante los ojos de los usuarios.

Campo de representación adultista:

Dentro de este campo puedo dar cuenta de dos aspectos que me resultaron interesantes. El primero tiene que ver con que los modelos representan en estas páginas web a hombres masculinos y jóvenes. Desde el punto de vista simbólico aquí ya está todo dado por la imagen. La segunda, hay una tendencia a jugar en algunos casos con un cierto tipo de hombre maduro que puede aparentar físicamente hasta cuarenta años, -pero no más- vinculados sexualmente con muchachos jóvenes que han alcanzado los dieciocho años. Alrededor de esta última característica se establece un juego denominado Padre-hijo que sirve de atractivo para la promoción del sitio o de varios links de videos. Así como también, se da el caso de sitios que promocionan videos de jóvenes únicamente teniendo sexo.

No hay evidencias en estas páginas web revisadas de que se esté promoviendo la actividad sexual entre niños y niñas. Los jóvenes están representados, así como los adultos hasta los cuarenta años. Lo importante aquí de destacar es que el campo de representación privilegia la juventud y omite la posibilidad a personas mayores a 35 años al goce sexual. Siguiendo a Guasch (2000):

El modelo dominante de sexualidad consigue prohibir el derecho a la sexualidad infantil, pero fracasa en el control de la sexualidad anciana. La

prolongación de la esperanza de vida permite a la vejez (especial a las ancianas) desarrollar prácticas afectivas hasta ahora impensables.

Esta observación que tomo en la cita anterior es importante porque deseo llamar la atención de mis lectores sobre lo siguiente. Aun cuando se pudiera pensar que el modelo de sexualidad dominante fracasa en el control de la población anciana, estas evidencias me permiten afirmar que al menos en el *web site* que estudié no se puede hablar de tal fracaso del modelo, todo lo contrario. La sexualidad de aquellos mayores de 35-40 años no está planteada. Lo que quiere decir que el sistema de creencias e interpretaciones que promueve este sitio *web* niega por omisión la posibilidad a aquellos mayores de cuarenta.

Una vez presentado lo que concierne al campo de representación heteronormativo, procedo entonces a seguir con las actitudes heteronormativas.

Actitudes heteronormativas: Según Moscovici (1969), la actitud revela el tipo de valoración positiva o negativa que realizan los sujetos sobre los objetos sociales. Presento a continuación lo que concierne a las actitudes positivas.

Actitudes sexistas:

Si hay algo que queda claro luego de analizar estas páginas es que el sexo es un valor positivo. Las representaciones sociales que se producen tienden a reforzar las situaciones coitales, y la penetración como mecanismo de disfrute. Los modelos reproducen un estereotipo de masculinidad viril, atlética, física y que dan muestras de dominio, que en nada difiere de la que se diría la masculinidad heterosexual. Lo que en efecto me lleva a apuntar que el valor máximo en estas páginas, es la masculinidad.

Los encuentros sexuales tienen diversas modalidades: parejas, tríos, orgías, etc. El atrevimiento sexual, entendido como la soltura y la disposición que tiene un sujeto a tener distintos tipos de experiencias con distintos tipos de personas, es un valor importante.

El pene, no solo es de incuestionable valor, se impone simbólicamente como parte de la estética de estos sitios webs. Su presencia denota la virilidad del portador e identifica al proveedor de placer.

Aun cuando se pudiera pensar que para el goce sexual se requiere de dos sujetos o más, la propuesta *Manhunt*, es valorar positivamente los juguetes sexuales, es decir, el placer se garantiza por que sí. Así, el ano que se encuentra en desventaja simbólica frente a la presencia del pene, adquiere un valor para el juguete. Mientras que el pene acrecienta su valor aún más, frente a los accesorios que ofrece la industria para realzar su poder e incrementar el falocentrismo de los usuarios.

Frente a este escenario de valoraciones, están las ausencias. Sin sexo no hay nada, pues el sexo es la única forma de tener a alguien. El afecto no está planteado como una posibilidad en estas representaciones. Lo que se opone en negativo a estas representaciones sociales positivas son hombres que no lucen masculinos, ni viriles, ni atléticos y que pudieran ser vistos como femeninos.

Se opone a estas representaciones aquellos hombres que no sean atrevidos sexualmente, pero además aquellos, que no tengan los penes que exhiben los modelos activos y la desinhibición anal que muestran los modelos pasivos a estar dispuestos a ser traviesos en los asuntos sexuales.

Actitudes misóginas:

Como ya he apuntado, el valor máximo de estas páginas es la masculinidad heteronormativa. Dentro de este modelo, se reproducen la subordinación del pasivo por parte del activo. Tal subordinación se hace por la demostración de fuerza, virilidad, musculatura. El pasivo, aunque subordinado por el poderoso pene, no se feminiza. Persiste masculino.

Frente a estas valoraciones positivas, es evidente que el afeminamiento está ausente dentro de estas representaciones sociales. Con la excepción de un caso, que presenté en la ficha No. 7, y que corresponde al sitio www.mhcams.com, en el que no se trata de un modelo de la página, sino de un muchacho que se ofrece en los servicios de chat en vivo. Solo en este caso, hay una excepción dentro de este sistema de representaciones sociales.

Actitudes homofóbicas:

El sexo se establece como la única posibilidad de contacto en estas representaciones sociales. Es decir, el sexo es la actitud positiva. Lo opuesto, es el afecto, el amor. De hecho, no pude encontrar evidencias en estas páginas de recreaciones de modelos besándose. Hay simulaciones que parecieran dar la impresión de besos en la boca, pero en realidad ni siquiera hay contacto entre los labios de los modelos. Este aspecto aparentemente insignificante, tiene un gran significado en este contexto virtual en los que el coitocentrismo y el falocentrismo son tan arraigados. Este sitio más allá de ser productor y reproductor de valoraciones que pudieran contribuir a la aceptación del afecto entre hombres, refuerzan la homofobia al construir representaciones sociales que anulan el afecto y el amor entre hombres.

Actitudes adultistas:

La valoración positiva que se construye en estas representaciones sociales es hacia la juventud. El mundo homosexual que se privilegia en estas páginas web está lleno como

ya he mencionado de hombres masculinos, viriles, atléticos y musculados de apariencia juvenil y que pudieran llegar hasta los cuarenta años. La valoración ausente es que no hay hombres mayores a cuarenta. En este sentido, pareciera que luego de esta edad, la posibilidad para un encuentro sexual se encuentra vetada.

Hasta aquí mi análisis a partir de las fichas de información organizadas por sub páginas web y que tienen como propósito ofrecer a mis lectores, las evidencias sobre las características y los tipos de información que se difunden desde MH. Lo que he hecho ha sido abordar la página de inicio o *Home Page* de la red social virtual y diseccionar los componentes que integran los contenidos a los que tienen acceso los usuarios. Al hacerlo, busco poner en evidencia el sistema de creencias simbólicas que tiene estos productores del mundo homosexual, cómo lo interpretan, es decir, qué representaciones sociales producen y reproducen.

Detrás del “sitio de encuentros gay más grande del mundo” se estructura una red de negocios que conecta a varias empresas dedicadas a la producción y venta de productos y servicios vinculados con el sexo y la pornografía.

La importancia de este señalamiento radica en que, por una parte, las investigaciones que revisé durante algunos meses vinculadas al tema no dan cuenta de las características de estos sitios, es decir, no sugieren en ningún caso que se trate de un negocio que incluya, -como en este caso- a las casas productoras de pornografía más importantes del mundo anglosajón. Por otra parte, se refieren estas investigaciones al estudio de datos concretos que pueden ser ubicados en chats, perfiles, sin tomar en cuenta el contexto en el que se insertan dichas prácticas.

En términos del interaccionismo simbólico, aunque la sociedad es un contexto dinámico o de aprendizaje, este contexto de la sexualidad en el que se inscribe esta

investigación, pareciera estar predeterminado en términos simbólicos. Quiero decir, estructurado para que los sujetos respondan heteronormativamente. El sitio web, aunque se percibe como un sitio de liberación por la exposición de símbolos sexuales: palabras, imágenes, objetos, no constituye un espacio de liberación, porque se encuentra pensado desde la ideología heterosexual que convierte al homosexual en *gay*, solo si cumple con el estereotipo que he señalado en las descripciones. Este *gay*, me refiero, el que construye simbólicamente y estéticamente este sitio, no deja de ser un ideal estereotipado, sino que también proviene de otra latitud geográfica desde donde se presume que el latino, el árabe, el chino, el europeo, tiene las mismas características que la de los modelos.

Al admitir el estereotipo de masculinidad heteronormativa que propone este sitio, quedarían fuera unos cuantos millones de sujetos que no coinciden con los rasgos físicos aquí señalados pero que, aun así, insisten en permanecer porque, mentalmente, psicológicamente, e ideológicamente, corresponden con la propuesta del sitio. Y en este sentido el sitio web sí constituye simbólicamente un espacio de seguridad respecto a la masculinidad hegemónica.

Este planteamiento tal y como lo acabo de señalar, entraría en contradicción con uno de los postulados provenientes del interaccionismo simbólico y que he señalado en el marco teórico, en el punto (d), (Véase página 98), vinculado con la propuesta de Blumer (1969), sobre la capacidad del hombre de darse indicaciones a sí mismo para interpretar y actuar. Pero para ello es necesario conocer qué hacen los sujetos y para qué, con esta red social virtual. De eso se trata el próximo capítulo.

Lo que sí puedo afirmar es que estas representaciones sociales refuerzan el discurso heteronormativo porque se encuentra en el plano de la ideología. De *Manhunt*, no pude esperarse otra cosa más que reproducir un sistema de discriminación basado en estos términos. Como ya he dicho, en términos, sexistas, misóginos, homofóbicos y adultistas. Desde esta perspectiva, el “marica” sigue condenado al exilio. El *gay* en cambio, es decir un hombre que piensa y pasa por heterosexual entre los demás, pero que le gusta tener prácticas sexuales con otros hombres, es la especie que le sigue en la escala de la evolución homosexual al “marica”.

Los análisis de estas páginas web me permiten afirmar que el ambiente simbólico que se aprende, recuerda y en el que se comunican simbólicamente los sujetos miembros de esta red social virtual, fomenta símbolos: ideas, escenas, imágenes que están más alineados con la hegemonía heterosexual con lo homosexual. Si tomamos en cuenta lo que dice Blumer (1969), que las personas son seres para la acción, entonces, en este mundo homosexual no hay espacio para otro tipo de representación simbólica que no sea para la acción sexual y en términos heteronormativos como ya he señalado.

Todo lo señalado aquí me permite confirmar la premisa de investigación que presenté en las páginas iniciales de este trabajo. Las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, y en particular, los de la sección Caracas, Venezuela, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad porque se encuentran en espacios que han sido diseñados bajo lógicas heteronormativas, donde se rinde tributo a la fuerza física, virilidad, sexualidad. Estos espacios virtuales reproducen las características de la condición heterosexual: sexismo, misoginia, homofobia y adultismo.

Dado que aún creo en la capacidad creadora del individuo, resulta necesario revisar los perfiles de usuario, y verificar si alguno ha podido hacer algún tipo de construcción alterna, aún dentro de esta red, o si, por el contrario, estos sujetos se apegan al modelo propuesto por esta red social virtual. Así pues, invito a mis lectores a la segunda parte de los análisis de los resultados.

Capítulo VI

Representaciones sociales

heteronormativas de hombres

homosexuales

En el capítulo anterior enunciaba que, si tuviera que dar una respuesta a la pregunta general de investigación que me formulé teniendo en cuenta únicamente el análisis de los datos sobre el *web site*, diría que definitivamente las representaciones sociales que propone y reproduce *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico de la heteronormatividad porque se encuentran dentro de un sistema ideológico heterosexual que difícilmente se puede cuestionar como tal. En consecuencia, puedo afirmar que la composición simbólica de este *web site* inciden en la forma en que estos hombres buscan a otros hombres y se relacionan porque se estructura a partir de una serie de principios que definen la

masculinidad hegemónica. En términos teóricos afirmo hasta el capítulo anterior que, esta web social influye en la manera en que estos individuos interpretan y piensan su realidad cotidiana, o al menos, tiene algún tipo de responsabilidad en la reproducción de representaciones sociales heteronormativas aun cuando se trate de un sitio para homosexuales. Decía también que era necesario auscultar un poco más en los perfiles de usuario, para verificar si en estos espacios virtuales, estos sujetos escapan de las representaciones sociales propuestas por el sitio web o por el contrario la reproducen.

Así pues, en la líneas que siguen a continuación me propongo completar el análisis de los perfiles de usuario, que, junto con el análisis anterior, me conducirá finalmente a la respuesta a mi pregunta: ¿Por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad? y de esta manera completar la tarea que me he propuesto en el tercer y cuatro objetivo específico, que tiene que ver con la caracterización de estas representaciones sociales que realizan estos sujetos y la interpretación de estos resultados a la luz de las categorías teóricas enunciadas para esta tesis doctoral.

Antes de continuar considero necesario retomar algunos aspectos que seguí para el análisis y que están expuestos en el capítulo metodológico, vinculados con la muestra general de perfiles que capturé el día 14 de marzo de 2017. El total de perfiles fue de 325. Cada perfil fue codificado y ordenado según la edad. De este trabajo resultó la siguiente composición:

Edades	Cantidad de perfiles
18 a 29 años	169

30 a 39 años	85
40 a 49 años	45
Mayores de 50 años	26

De estos perfiles, seleccioné aquellos que por sus cualidades eran los más interesantes para el análisis. Los criterios que privilegiaron la selección final de estos perfiles fue:

- a. Que el sujeto mantuviera un texto con una extensión entre dos líneas o más, en el que expresara opiniones, creencias y valores sobre la homosexualidad y la heterosexualidad
- b. Que el perfil pudiera o no estar acompañado de una fotografía
- c. Que estuviera en línea al momento de la recolección de la muestra.

Una vez realizada esa selección, la respectiva codificación, me percaté que existían entre éstos, perfiles que, aunque no cumplían con alguno de los tres criterios anteriores, podían servir para ejemplificar aspectos vinculados con el campo de representación o las actitudes misóginas, sexistas, homofóbicas y adultistas. Cuando fue el caso también consideré estos perfiles como ejemplos.

Para recoger la evidencia empírica seguí la guía de análisis que presento en el Anexo No. 2. Debo acotar que aun cuando establecí como criterio la saturación teórica para determinar el número de la muestra, para esta parte del análisis, consideré necesario hacer la revisión de los 325 perfiles nuevamente para confirmar que no aparecería ningún dato nuevo dentro de la categoría a partir de la cual analizaba los datos. En efecto, esta revisión me permitió constatar que no había nada nuevo que pudieran ofrecer los perfiles estudiados.

Una vez presentadas estas aclaraciones, procedo a la presentación de los respectivos resultados según las categorías de análisis.

Objetivación de la heteronormatividad:

La objetivación es la transformación de conceptos abstractos, extraños en conocimientos digeribles o como diría Mora (2002), de dominio público. Este proceso según Jodelet (1984), se realiza de manera selectiva, reteniendo solo aquello que coincide con el sistema de valores y una vez que esto ocurre se estructura un esquema de imágenes en los que los conceptos u objetos antes extraños, se naturalizan hasta construir lo que Mora (2002) denomina “un edificio teórico esquematizado”, desde donde se interpreta y se vive el mundo.

¿Para qué sirve esto? Cuando hice la presentación de las categorías en el capítulo teórico, señalé que éstas surgían del cruce de la teoría de las representaciones sociales con la teoría de hegemonía heteronormativa. Así pues, objetivación de la heteronormatividad fue de utilidad para identificar el sistema de creencias o conocimientos que tiene el sujeto y que corresponden con una visión heterosexual del mundo.

En un primer momento pensé que no habría mucho que decir al respecto en esta categoría porque se trataba de un sitio de encuentros para hombres que buscan otros hombres. Sin embargo, la evidencia recogida se desborda en ejemplos que demuestran que el sistema de creencias o conocimientos que prevalece entre estos sujetos es el heteronormativo.

Pudiera pensarse incluso que existe una posibilidad en que los más jóvenes pudieran referir alguna esperanza respecto a esta tendencia, pero no es así. En los cuatro grupos etarios conformados para el análisis de estos perfiles se puede encontrar que la visión heterosexual del mundo se erige como un pilar fundamental del sistema de creencias de

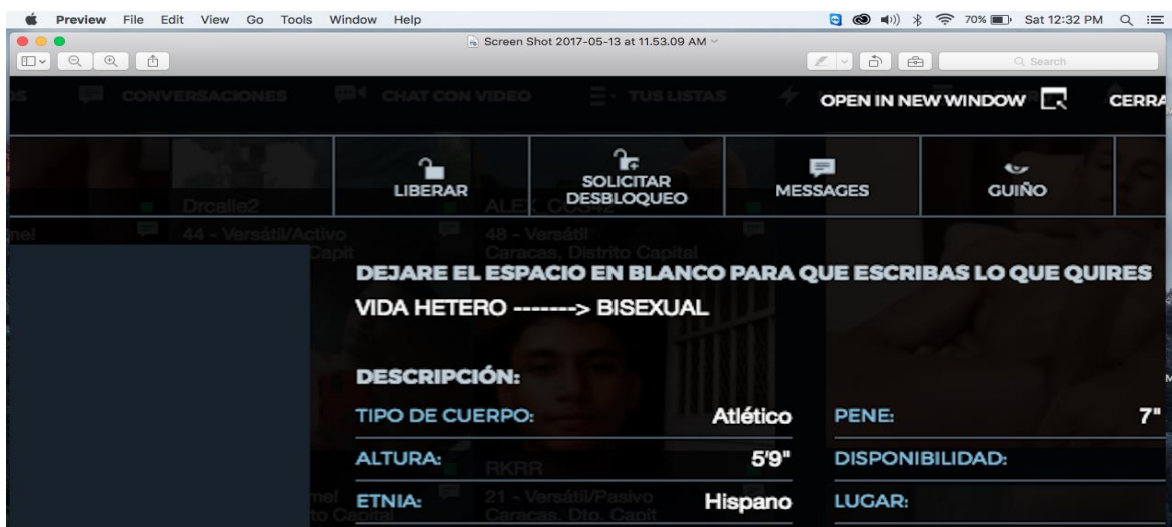
estos sujetos homosexuales. En su mayoría, todos aspiran a encontrar otro heterosexual o al menos bisexual, pero no homosexual.

Resulta interesante porque este hallazgo me permite plantear que estos sujetos se niegan a sí mismos en tanto personas, primero porque no aceptan su homosexualidad, pero tampoco aceptan la posibilidad de que exista otro homosexual. El perfil *déjatedominar*, de 31 años, que además admite no tener fotos propias y postea fotos de un modelo cualquiera es explícito al momento de escribir qué busca: “Hetero o tipo hetero (casado o con novia), o *kleixandro* de 20 años, que en un simple diagrama relacional expresa su sistema de creencias:

VIDA HETERO ----- BISEXUAL

Ilustración No. 12

Muestra de perfil



Fuente: www.manhunt.net.

Pero, ¿en qué consiste para estos sujetos tener una vida hetero o bisexual? *Déjatedominar* hacía referencia a un aspecto importante, estar casado o con novia. Es interesante porque la relación afectiva/sexual que se asume tiene el sujeto en este estado

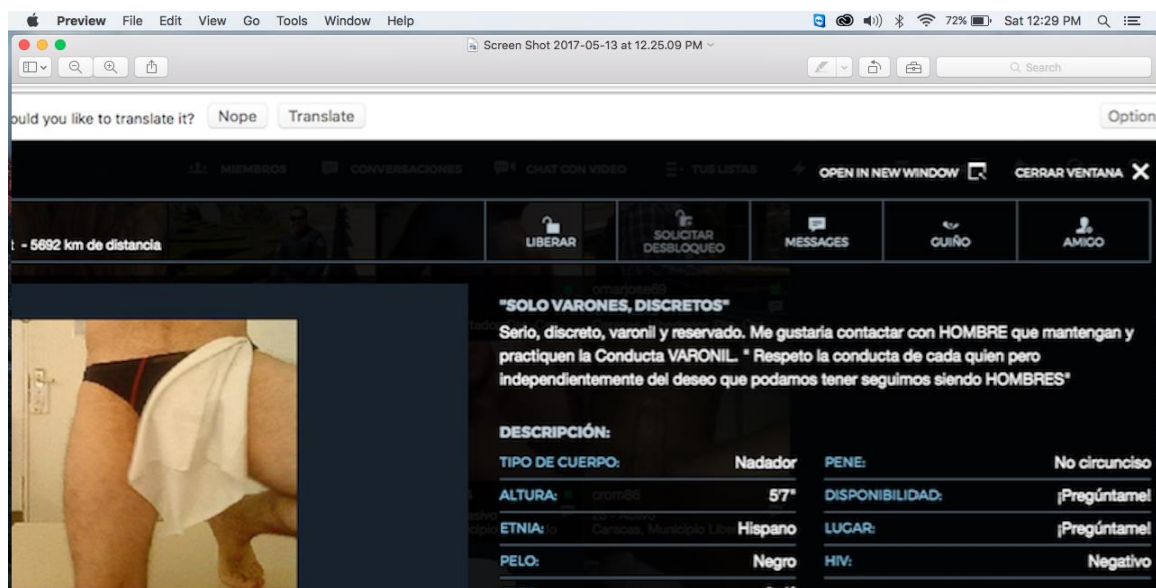
civil, garantiza la condición heterosexual aun cuando se esté buscando un hombre en internet para tener sexo.

Pero es que además el mundo heterosexual que plantean estos perfiles está relacionado con una apariencia masculina, serio, varonil, reservado, “de buen vivir, comportamiento ciudadano” como señala *mrsony* de 40 años.

Dieg45 de 47 años es explícito al señalar lo siguiente: “Me gustaría contactar con HOMBRE que mantenga y practiquen la Conducta VARONIL. Respeto la conducta de cada quien, pero independientemente del deseo que podamos tener seguimos siendo HOMBRES”.

Ilustración No. 13

Muestra de perfil



Fuente: www.manhunt.net

Como se puede observar, a través de este ejemplo, ser varón no solo se practica, sino que también se mantiene, aún en el deseo sexual. De este perfil destaco la distinción que hace el sujeto en mayúsculas de las palabras HOMBRE, VARONIL, HOMBRES y que sirven como un énfasis que se haría en el discurso oralizado. Lo que, por otra parte, pudiera significar que el sujeto ha tenido experiencias que le han resultado poco gratas con hombres que no logran mantener ni practicar tal conducta varonil.

Inclusive, para aquellos sujetos que aspiran amistades, sexo o relación de pareja, la presencia simbólica de un hombre es tan importante que pudiera determinar la prosecución de la virtualidad a lo físico. *Pasexccs* de 35 años, quien se refiere a sí mismo como pasivo en su búsqueda dice lo siguiente: “Quiero un HOMBRE, no mariquitas activas... si eres HOMBRE, MACHO, VIRIL, VARONIL y activo de Caracas eres lo que busco”.

Ilustración No. 14.

Muestra de perfil.



Fuente: www.manhunt.net

Este sistema de creencias se afina aún más y puede ser mejor captado en los campos de representación y actitudes que analizo con las categorías adultismo, y con mayor precisión y discriminación, a través de las categorías homofóbicas, sexistas y misóginas.

Sobre esta categoría, los ejemplos circulan una y otra vez sobre las mismas referencias como una especie de tendencia arrolladora. Los hombres que buscan hombres no se hacen llamar homosexuales, salvo contadas excepciones *gays*, porque las nociones de masculinidad están muy bien arraigadas en sus mentes.

Objetivación de la homosexualidad: En esta categoría me interesó identificar el sistema de creencias o conocimientos que asocian estos sujetos con el mundo homosexual. El hallazgo más relevante en esta categoría es que la vida homosexual se encuentra signada simbólicamente bajo la sombra de la vida heterosexual. ¿Cómo es esto?

Lo que afirmo es que lo que diferencia a estos sujetos de otros sujetos heterosexuales es que su objeto de deseo simbólico no es la vagina sino el pene o el ano de otro hombre. Más allá de este rasgo, no hay nada novedoso a que hacer referencia. Estos hombres en general necesitan reafirmar constantemente que son hombres aun cuando alguno de ellos actúe como pasivo. En los cuatro grupos etarios hay una tendencia a realzar la masculinidad de la que se presume y la que se espera tenga el otro.

Dentro de la objetivación de la homosexualidad hay dos grupos de sujetos. Uno que reproduce el estereotipo heterosexista, que como ya dije busca reafirmar su heterosexualidad en el perfil y cuya característica principal es la obtención de la satisfacción sexual. Otro grupo, que representa la minoría, que no reproduce el modelo heteronormativo y rompe con los discursos reafirmantes del macho. En ambos casos, la necesidad de exploración y concreción del acto sexual es una constante, lo que varía es la forma en que se manifiesta esa necesidad.

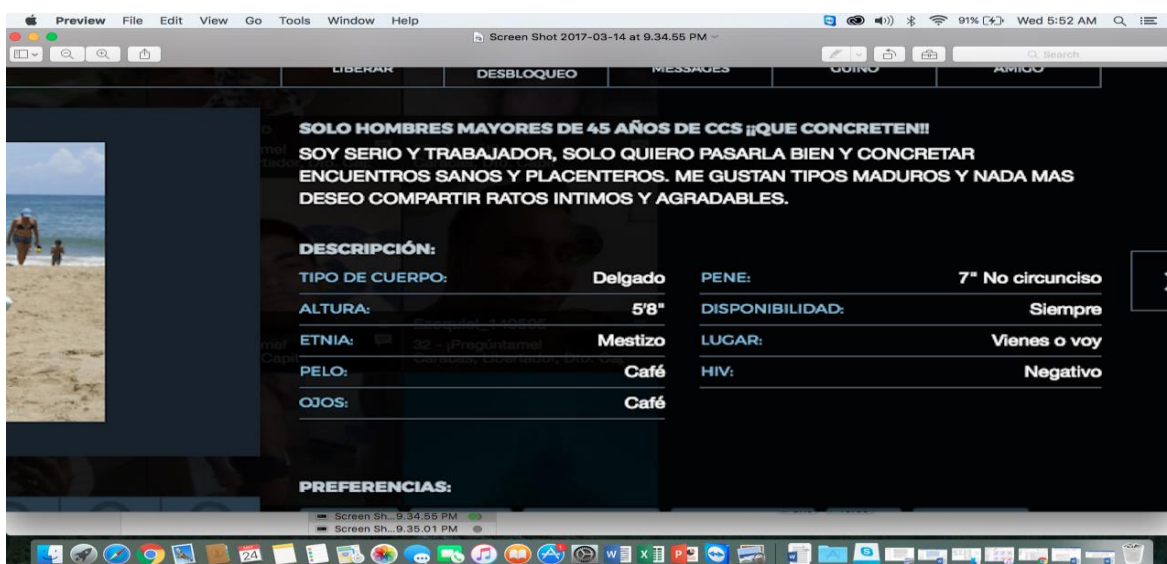
Atendiendo al primer grupo de perfiles que reproducen el modelo heteronormativo destaco a *Arturo2080* de 36 años que dice lo siguiente: “SOY SERIO Y TRABAJADOR, SOLO QUIERO PASARLA BIEN Y CONCRETAR ENCUENTROS SANOS Y

PLACENTEROS. ME GUSTAN TIPOS MADUROS Y NADA MAS DESEO COMPARTIR RATOS INTIMOS Y AGRADABLES” (Ver Ilustración No. 15).

Como puede apreciarse en este texto, la finalidad pragmática es un rato íntimo y agradable. El sujeto se ve en la necesidad de aclarar que él es un hombre serio, lo que significa dentro de este contexto de comunicación, que no tienen ningún rasgo que pueda evidenciar que le gustan los hombres, es decir, ningún rasgo femenino.

Imagen No. 15

Muestra de perfil



Fuente: www.manhunt.net

Por su parte, *andres28act_pdf* de 28 años quien se presenta en foto con su pene erecto es más concreto en su búsqueda: “personas centradas, serias, discretas, varoniles, con los que aparte de tener buen sexo se pueda al menos tener una buena conversación”. La seriedad masculina es concepto que se encuentra muy arraigado en estos perfiles. Se erige a

partir de lo que simbólicamente se identifica como femenino y que pone en riesgo la honra, la hombría del hombre.

Deseo destacar que analizando estos perfiles logré identificar una especie de forma retórica que tienen una estructura, ésta es: reafirmación de la heterosexualidad + enunciación de la búsqueda de un sujeto similar que también se reafirme heterosexualmente + enunciación explícita o moderada del deseo sexual. Este hallazgo lo pude identificar una vez que alcancé la saturación teórica a través de las categorías de análisis. Es decir, una vez que, no había nada nuevo que mencionar. Este aspecto es importante porque tal como propone la corriente del interaccionismo simbólico, el idioma es la manera como el conocimiento se transmite y tiene lugar el desarrollo humano. Siguiendo los aportes realizados por Mead (1962) y Blumer (1969), los individuos pueden alcanzar metas a través del idioma, pronosticando las acciones de los demás. Esto es posible dado que, en el proceso de interacción, ambos sujetos están haciendo uso de los mismos símbolos. En estos perfiles de usuario, se puede apreciar, por ejemplo, cómo estos sujetos no solo han aprendido unos códigos de interacción en estos contextos virtuales, sino que, además, desde investigaciones como éstas, se puede dar cuenta de que en efecto hay un proceso de internalización de unas reglas que le permite a estos sujetos, ver e interpretar sus propias acciones dentro de esta plataforma, y actuar en función de lo que se espera realizará el interlocutor, para obtener resultados.

Para ilustrar lo que acabo de señalar, utilizaré otros ejemplos que permita a mis lectores visualizar mi proposición con más claridad. Me referiré a *mironccs* de 40 años que dice: “Deportista SUPER SERIO en busca de similares, varones sin rollos”, o *morboccs28* de 46 años que escribe: “Busco hombres serios en apariencia y comportamiento, viriles, morbosos, para encuentros casuales de amistad- sexo sin compromiso alguno”.

Ilustración No. 16

Muestra de perfil



Fuente: www.manhunt.net

DamianAct9 de 31 años reafirma su masculinidad y su petición de la siguiente manera: 100000000% ACTIVO masculino, BISEX, casado 100% del closet, nada de relaciones sino en búsqueda de encuentros discretos de sexo 100% seguro”.

El sujeto que se hace llamar *troyano48* inicia su perfil escribiendo: “Me gustan los hombres que sean Varones, mayores de 30, maduros mentalmente, versátiles y dotados”. Como se puede apreciar, es casi una fórmula que comparten todos estos perfiles. Unos más concretos que otros, pero finalmente con esta estructura que mencioné arriba.

Todas estas representaciones heterosexuales de la homosexualidad forman parte establecidas del sentido común. Están allí en las mentes y también en la cultura de estos caraqueños. La homosexualidad se presenta aquí como un momento sexual, sin ningún tipo

de aspiración que la de tener un buen momento de placer. Es una constante en los cuatro grupos etarios analizados. La tendencia que encontré en estos sujetos es a rechazar el compromiso afectivo. El compromiso es una valoración negativa dentro de este mundo homosexual. El sexo en cambio es lo deseado, lo que la mayoría aspira tener, es todo, es el principio y es fin de todo contacto con el otro.

Una vez explicado esto, procedo a continuación a referirme al grupo de sujetos que rompen con el discurso dominante de la heteronormatividad y del macho, varonil, serio que a toda costa debe resguardar su integridad.

Este grupo de sujetos no es siquiera una tendencia de la que pueda dar cuenta dentro de los perfiles analizados, quizás lo más apropiado será llamarle, excepciones a la heteronormatividad que regula la homosexualidad en la red social virtual analizada.

La característica de estos perfiles es la enunciación concreta del objeto de deseo y la presencia de un discurso reafirmando heteronormativo pasa a un segundo plano. En este grupo hay hombres que parecen haberse deslastrado un poco del sistema de creencias dominantes y toman el riesgo de enunciarse sin cuidados. *Yonsole* por ejemplo tiene 53 años, su fotografía de perfil es de su pene y aunque en su perfil hay una auto justificación que afirma que es un hombre serio, casado y con hijos, destaca porque su texto enuncia con claridad su objeto de deseo y además porque no condiciona su búsqueda a ningún estereotipo de masculinidad. Para *yonsole*, “nada como un hombre gordito, moreno, no me interesa el tamaño del pene, me gusta chuparlo y beber de allí”. Más interesante resulta el perfil cuando él mismo se pregunta por qué le gusta chuparlo y beber del pene. Su respuesta aún más explícita es: “no lo sé, es algo más fuerte que yo. El pene me hace agua la boca”. La descripción que hace *yonsole* es mucho más gráfica, pero creo que con estos extractos

puedo dar cuenta de lo desprejuiciado que está este sujeto respeto a los demás a los que vengo refiriéndome.

Ilustración No. 17

Muestra de perfil



Fuente: www.manhunt.net.

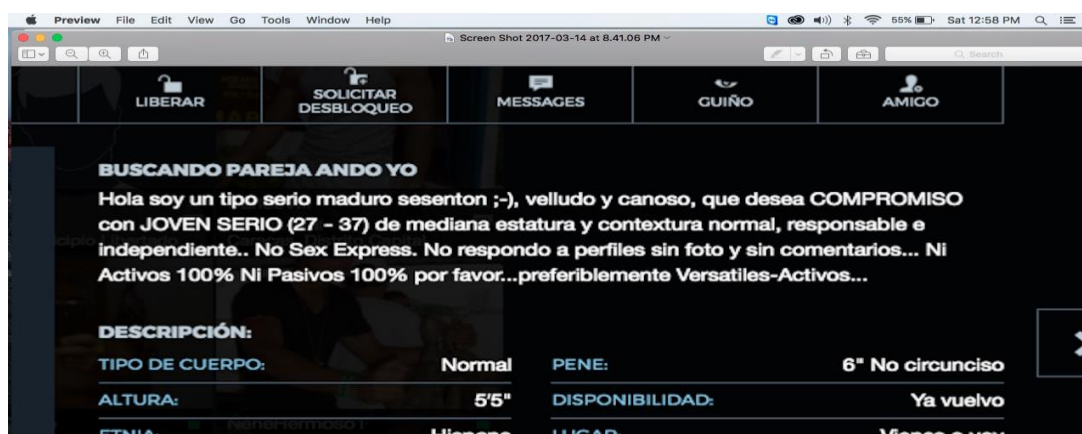
En esta misma sintonía se encuentra *PLINIO952* de cincuenta años cuyo enunciado de búsqueda es: “ME GUSTAN LOS PENES GRANDES Y GRUESOS”. El perfil de *Plinio* es un tanto más explícito que el ejemplo anterior “soy pasivo aguantador disfruto lo que me gusta hacer el sexo mamar y que me penetren soy pasivo”.

Encontré también a *cgalopez* de 55 años quien mantiene una relación de pareja desde hace catorce años, pero busca relaciones sin compromiso con hombres menores que él y admite la posibilidad de tríos. Nuevamente en este caso, lo que predomina es lo explícito del objeto de deseo.

GuilleMaduro de 60 años velludo y canoso es una excepción dentro de este grupo de hombres, porque a diferencia de los casos anteriores, *GuilleMaduro* no busca sexo, al menos no un rato de sexo. En el perfil se muestra semidesnudo en su fotografía y es explícito en su objeto de deseo: “COMPROMISO con JOVEN SERIO (27 – 37) (...) NO sex Express”.

Ilustración No. 18.

Muestra de perfil



Fuente: www.manhunt.net

La característica que tienen en común estos sujetos es que son mayores de cincuenta años. Lo que por un lado me sugirió la idea, de que a medida en que estos sujetos avanzan en edad, es posible hacer a un lado el sistema de creencias que se tienen sobre la homosexualidad y la heterosexualidad. Aunque no creo poder afirmar que estos ejemplos constituyen evidencias para hablar de algún tipo de relajamiento respecto a la norma social, lo que sí podría acotar aquí es que, aunque simbólicamente no hay un desplazamiento del objeto de deseo, si hay relajamiento respecto a la *máscara*, en términos de Goffman (1956)

o del maquillaje como lo diría Blumer (1969), que utiliza el sujeto para presentarse y actuar.

Determinado a comprobar si era posible demostrar que en efecto existiera la posibilidad de afirmar que algo se relaja respecto a la norma conforme estos hombres maduran, decidí echar ojo nuevamente a los perfiles y ver si mi supuesto podría ser confirmado, pero encontré tres excepciones a las que me referiré a continuación.

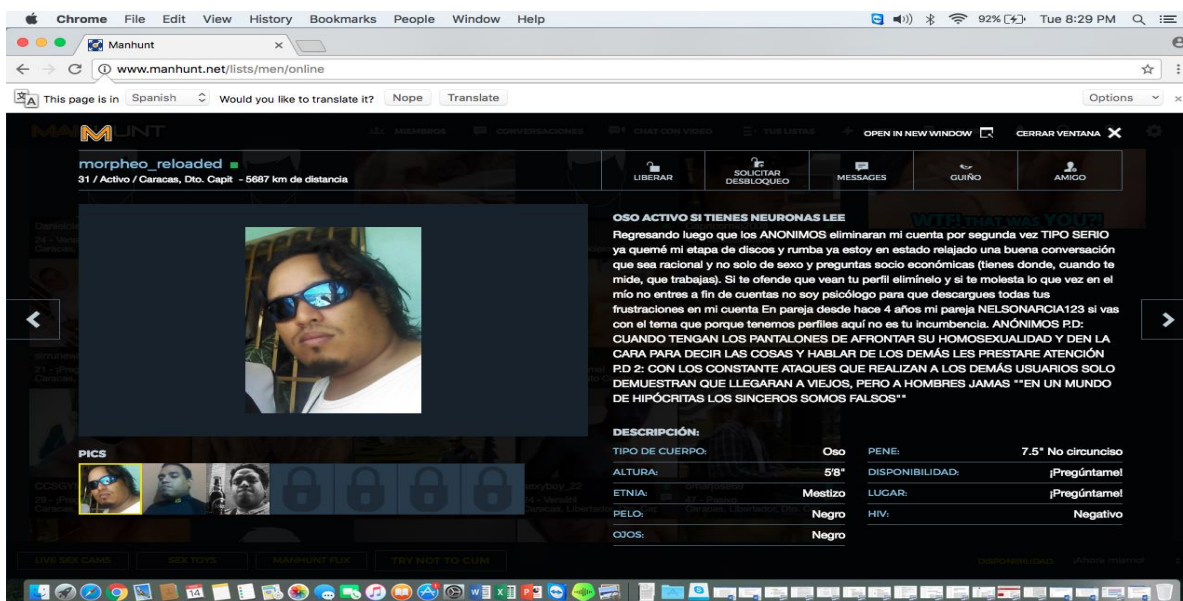
La primera, la de una pareja de 25 y 29 años respectivamente que se identifica como *trioccs2*, y cuyo perfil tiene como finalidad ubicar a un sujeto mayor de 24 años para un trío sexual. La segunda excepción, es el perfil de *barebackerCCS*, pasivo de 30 años que está “pendiente de sexo”. El apodo de este perfil hace alusión, así como su texto lo confirma de relaciones sexuales sin condones. La expresión *pendiente de*, es utilizada en español venezolano como recurso para que el interlocutor entienda que solo le interesa la acción enunciada y no conversar sobre lo que se debe o no hacer. *barebackerCCS* al parecer ha recibido algunas críticas y para hacer más explícita su búsqueda, supongo, agrega en su texto de perfil: “No me interesan tus discursos morales, solo escribe si quieres darle a ring pelao” La expresión a *ring pelao* significa sin condón, es decir, contacto directo. Cuando alguien accede a tener relaciones sexuales *barebacking* se entiende en el contexto homosexual que asume los riesgos que puede implicar este tipo de prácticas. Mi intuición me lleva a pensar que en el caso de *barebackerCCS* el tema de las enfermedades de transmisión sexual no son una preocupación para este sujeto, y por ello se atreve a realizar esta búsqueda aun cuando en su perfil no muestra su rostro, sino su trasero.

La tercera excepción la ubiqué en el perfil de *morpheo_reloaded*, activo de 31 años con una relación de pareja de cuatro años, que busca además de sexo, alguien con quien conversar “algo que sea racional”. Llama la atención de este perfil lo siguiente: “CUANDO

TENGAN LOS PANTALONES DE AFRONTAR SU HOMOSEXUALIDAD Y DEN LA CARA PARA DECIR LAS COSAS Y HABLAR DE LOS DEMÁS LES PRESTARÉ ATENCIÓN”.

Ilustración No. 19

Muestra de perfil



Fuente: www.manhunt.net

Las tres excepciones presentadas anteriormente tienen en común la superación de algunos “tabúes” sexuales: hombres que viven con otros hombres en pareja, hombres que tienen prácticas sexuales sin protección. Habría que indagar más en estos casos en particular para conocer si realmente se pudieran distinguir del resto de los sujetos heteronormados. Sin embargo, considero que constituyen buenos ejemplos de las excepciones que encontré en mi *corpus* de análisis.

Ahora bien, desde el punto de vista de la teoría de las representaciones sociales, si en la objetivación, aquellos elementos abstractos, se transforman en imágenes más o menos

nítidas porque han pasado por el proceso de naturalización, que sirve además para que las personas puedan interactuar en el mundo con los objetos sociales, estos análisis revelan que muy pocos sujetos de los que están en esta red, han objetivado su homosexualidad, y tienen contradictoriamente, una objetivación en la heterosexualidad.

Desde la teoría del interaccionismo simbólico se puede afirmar que esta objetivación de la heterosexualidad, reforzada por el sitio web, no se hace otra cosa que dejar a estos hombres en un círculo vicioso entorno al sexo porque la práctica sexual les da ciertas garantías a estos sujetos: no se convertirán en “maricas”.

La “marica”, “la loca”, “la jota”, “la afeminada” tiene un peso simbólico tan fuerte en estas representaciones sociales que, pareciera ser contagiosa. Ante el riesgo social de ser asociado emocionalmente con “la marica” y comprometer la masculinidad, hay que advertir lo que se espera del otro: seriedad. Y, como abundan muchos de estas personas que “no son tan serias”, mejor anticiparse a que el otro entienda de qué se trata este mundo de hombres.

Así pues, lo relevante de estos análisis es que desde el punto de vista teórico de las representaciones sociales y del interaccionismo simbólico, los sujetos que interactúan a través de esta red virtual que buscan hombres para sexo, no han podido objetivar su homosexualidad. ¿A qué me estoy refiriendo?, a que en estos hombres prevalece la noción simbólica del heterosexual y es con este sistema de creencias que entran al juego propuesto por *Manhunt*.

Como el coito es una noción heteronormativa, la práctica sexual no necesariamente hace a estos hombres homosexuales. Más bien, lo que los hace homosexuales, es sentir afecto, emoción, amor por otro hombre. Así que mejor tener sexo porque a fin de cuentas el sexo está normalizado heteronormativamente. El afecto, el amor con otro hombre no.

Anclaje de la homosexualidad: Mora (2002), afirma que es a través del anclaje la representación social “adquiere una función reguladora de la interacción grupal que sirve para crear un tipo de relación con el resto de los conocimientos del universo simbólico popular” (p. 12). Esto opera como guía de interpretación del mundo e incide en la conducta colectiva porque es en el anclaje donde se fija cognitivamente el objeto de representación dentro del sistema de pensamiento.

De acuerdo con esto, lo que hice fue capturar aquellos conocimientos nuevos/extraños sobre la homosexualidad que intenta integrar cognitivamente al sujeto y al sistema de pensamiento e incorporarlo en un marco conocido para las conversaciones cotidianas. Luego de los análisis que he presentado hasta ahora creo que puedo afirmar que uno de los anclajes que se evidencian a través de estos perfiles es que la homosexualidad se niega constantemente, se reafirma la heterosexualidad y, en consecuencia, las prácticas sexuales.

En este punto deseo detenerme para plantear dos posibles miradas. La primera es que estos sujetos se resisten/rehúsan a considerarse homosexuales aun cuando se encuentran en este sitio web para buscar a otro(s) hombres para tener sexo. Esta resistencia podría ser psicológicamente saludable si tenemos en cuenta la presión social que aún persiste sobre la homosexualidad y en particular en América Latina, donde a diferencia de Europa y específicamente de España, se habla de una *subcultura gay* (Guash: 2000).

La segunda mirada, pero que no me parece la más certera porque sin temor a equívocos, no ha habido un nivel de formación política que permita a las sociedades latinoamericanas hacer lo que Butler (1990) denomina la deconstrucción del género, tiene que ver con que estos sujetos están conscientes de que las prácticas sexuales no necesitan ser categorizadas como heterosexuales u homosexuales y, en consecuencia, estos hombres

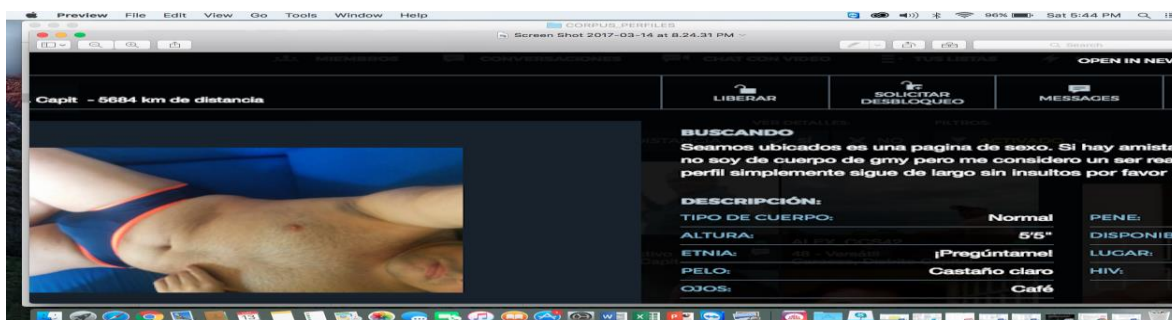
están en la potestad de tener sexo con cualquiera. Aunque confieso ésta última mirada sería a la que personalmente yo me suscribiría, no encontré evidencias en el corpus que me permitan referirme a tal posibilidad.

El anclaje de la homosexualidad gira entorno a la práctica sexual siempre y cuando esté enmarcada en el sistema de creencias y apariencias heteronormativas que definen la masculinidad del varón. Todo aquello que esté fuera de este marco queda sancionado, rechazado y discriminado.

En este sentido, los conocimientos que intentan asimilar los usuarios de estos cuatro grupos etarios giran sobre los innumerables hombres que dicen ser hombres, pero actúan como mujeres o son afeminados. De a momentos da la impresión que se trata de un *Talk Show* latino en donde los panelistas van a quejarse con la moderadora porque no comprenden como existen hombres que no sean varoniles. En apenas un perfil hay una petición de respeto ante esta solicitud generalizada de varones. La hace 7LuisM7 de 34 años de edad, pasivo y quien además hace alarde de su cuerpo en tanga en su foto de perfil: “si no les gusta mi perfil simplemente sigue de largo sin insultos por favor ...gracias”.

Ilustración No. 20

Muestra de perfil



Fuente: www.manhunt.net

Información sobre la homosexualidad en el sitio. Los especialistas en representaciones sociales coinciden en afirmar que la información es un elemento a considerar de gran importancia porque surge del contacto con el objeto y de las prácticas que los sujetos tienen en relación con este objeto (Araya: 2002, p. 40). En esta categoría agrupé aquellos datos que hacen referencia a qué dicen saber los sujetos sobre el tipo de encuentros que se pueden realizar a través de esta red virtual.

La tendencia predominante es la búsqueda sexual, dentro de las que caben masturbaciones con otro, tríos, orgías, prácticas *barebacking*, seguido de la amistad y finalmente, relaciones de índole afectiva. Pero el foco de deseo es el hombre heterosexual. La carga simbólica del hombre heterosexual es tan fuerte que me atrevería a afirmar que determina la posibilidad de un encuentro físico.

Esa categoría permite confirmar que muchos de estos hombres entran a este *web site* porque aquí hay posibilidad de encontrar a otro “similar hetero” con todos los atributos que he mencionado líneas arriba: masculino, varonil, serio y discreto para tener sexo.

Llano_men de 39 años de rol versátil/Pasivo dice: MACHITO DISPUESTO A TODO (...) aunque no soy del llano tuve 5 años allá y me comporto como tal, mero macho” (Véase Ilustración No. 15).

Mtta_01 de 22 años y activo afirma lo siguiente: “Que me guste un hombre es otra cosa, pero eso no quiere decir que sea una loca como muchos, soy un varón Serio.”

Como puede apreciar el lector, la heterosexualidad condiciona casi todo en estos perfiles. Tal como enuncia la teoría, detrás de la información se revela su carácter más o menos estereotipado, que también revela la actitud (Araya, 2002, p.40). En este sentido debo acotar que las informaciones que manejan estos usuarios se encuentran en la misma sintonía con la que promueve el *web site*.

Ilustración No. 21.

Muestra de perfil



Fuente: www.manhunt.net.

Campo de representación: Los teóricos de las representaciones sociales coinciden en afirmar que éste es uno de los aspectos más importantes de la propuesta de Moscovici porque se trata de cómo se organizan y jerarquizan los contenidos de las representaciones sociales. Aunque Banchs (1986) y Araya (2002), señalan que el campo de representación debe analizarse en función de la totalidad del discurso y no a partir de una frase, por razones metodológicas, estructuré el análisis siguiendo la propuesta de Guash (2002), que como ya he mencionado, afirma que la hegemonía heteronormativa tiene cuatro grandes características, es sexista, misógina, homofóbica y adultista.

Así pues, a partir de esta categoría identifiqué datos que tienen que ver con qué creen y cómo interpretan los usuarios de esta red virtual, el mundo homosexual ¿Hay interpretaciones de carácter sexista, misóginas, homofóbicas y adultistas en estos perfiles?

De seguro mis lectores ya se encuentran preparados para anticipar una posible respuesta. Y no se equivocan. Si hay algo que pudiera hacerle dudar que las representaciones sociales que realizan y comparten estos usuarios refuerzan el discurso hegemónico de la heteronormatividad, entonces, mejor les invito a leer qué encontré en estos campos de representación.

Campo de representación sexista: en este campo ubiqué todas aquellas palabras, frases, fotos que tuvieran como propósito promover solo situaciones sexuales, ejercicio del poder, sometimiento.

Iniciaré comentando algunos aspectos generales sobre las fotografías. Existen tres grandes tendencias respecto a las fotos que acompañan los perfiles. Una, la exhibición del pene erecto o en su defecto en el que se pueda apreciar el tamaño del miembro. La proyección del pene es importante tanto para aquellos sujetos que se enuncian en sus roles sexuales como activos como para aquellos que se enuncian como pasivos. La exhibición de un miembro viril grande está asociada al rol sexual activo. Sin embargo, encontré casos en los que el miembro del perfil, quien se presenta como pasivo, exhibe un pene que a juzgar por su tamaño corresponde con la representación social del rol activo. Este es el caso del *ELFLACORICO21*, de 28 años quien en su fotografía exhibe un pene de 7 x 4,5 pulgadas según los datos que indica en su perfil. “AQUÍ LA GENTE NO SABE LEER... NO BUSCO PASIVOS...”. De igual manera, *oleZ194*, se presenta en un rol activo y con una fotografía de su pene erecto que no logra alcanzar las dimensiones que exhiben la mayor parte de estos sujetos caraqueños. El sujeto tampoco brinda alguna especificación numérica acerca del tamaño de su miembro.

Así como el pene, la parte trasera del cuerpo también tiene un propósito. Su exhibición pública coincide con aquellos que se enuncian como pasivos y desean captar la

atención de solo sujetos activos. Es el caso de *pasexccs* quien se presenta con la foto de su trasero y exige literalmente un hombre: “Quiero un HOMBRE”. O el caso de *PLINIO952* al que ya hice referencia líneas arriba y quien se muestra en su foto de perfil ejerciendo el sexo oral.

Estos casos me permiten afirmar que dentro de las representaciones sociales del mundo homosexual hay dos focos de atención simbólica: el pene y el trasero. Y actúan como fuentes capaces de desatar la energía sexual de estos hombres. En esta furia no importan los sentimientos, las emociones, solo el cuerpo del varón idealizado que se convierte en un ícono en el más estricto orden heteronormativo. El cuerpo del hombre se convierte en objeto sexual, tan objeto como el de la mujer, que denunciaba el feminismo en su momento. El cuerpo se convierte en proveedor o receptáculo de placer. No hay más opciones. Son pocos los que proponen algo que no sea sexo.

Esto me lleva a retomar uno de los planteamientos teóricos iniciales que propone el interaccionismo simbólico relacionado con como la vida grupal implica interacción con los miembros del grupo (Blumer, 1969). Y como éstas interacciones suponen, según la teoría, el aprendizaje del código de los símbolos (Pons, 2010). Resultan interesantes estos casos, y en sí, todos los perfiles de usuarios, porque el cuerpo se convierte en un objeto que además se puede fragmentar según el deseo. Y entonces, ese cuerpo que en sí mismo es una unidad, se convierte en partes, que tienen un uso concreto, y sobre el cual se aprenden códigos que faciliten la interpretación y la acción de los sujetos.

Siguiendo con las tendencias que logré identificar en esta categoría, me referiré a la última. La tercera tendencia de estas fotografías tiene que ver con la exhibición del cuerpo semi desnudo, sin mostrar el rostro, o mostrando el rostro. Y aunque hay ciertos tipos de

desnudos, las mayores cargas sexistas las tienen sin lugar a dudas las que acabo de referir sobre los penes y los traseros.

Pudiera pensarse que la imagen por sí sola ya tiene una carga sexista por el símbolo que focaliza y que en sí mismo da cuenta de lo que Moscovici (1979) entiende como representaciones sociales y que en este caso constituye el conjunto de conocimientos que posibilita que estos sujetos elaboren sus comportamientos y se comuniquen. Sin embargo, el texto que estos usuarios postean en sus perfiles, refuerza a un más el contenido de la imagen, ratificando la re-producción de la representación social.

Citaré a continuación algunos extractos del perfil de *déjatedominar*, de 31 años porque me parece uno de los ejemplos más claros del sexismo que se reproduce y que me permite respaldar esta idea del hombre como objeto sexual. Y en tanto objeto, víctima de su propio deseo. *Déjatedominar* busca a un hombre hetero, casado o con novia, para “amarrarlo o vendarle los ojos y así tocarle todo el cuerpo y hacerle la paja- Pana serio para ponerlo a mamar y tragar leche”. Mientras que el perfil de *entrevaronesccs* de 47 años dice lo siguiente: “BUSCO VARON JOVEN BI MACHITO (...) TETILLAS, MAMADAS DE PALO MUTUAS, TOCADERA DE CULOS”.

Y aunque debo acotar que, si puedo dar cuenta que, algunos sujetos dentro de esta red virtual, intentan buscar amistades, éste propósito se ve opacado por la presencia de una foto que habla de un contenido sexual o un texto donde el interés sexual del sujeto es explícito. Creo que en la medida en que estos sujetos no empiecen a separar estos elementos, la representación social que predominará será la heteronormativa y, en consecuencia, el sexo que ya está condicionado a la apariencia y comportamiento varonil, seguirá determinando todo, incluso la posibilidad de una buena amistad.

Campo de representación misógino: En este campo estudié el rechazo a conductas consideradas socialmente como femeninas, debilidad y pasividad del varón. La feminidad constituye una amenaza perenne, latente, que no da tregua a ningún tipo de paz, de encuentro entre los sujetos que aquí sostienen sus perfiles.

Las pruebas de la misoginia homosexual se encuentran resguardadas dentro de este discurso heteronormativo del varón serio, masculino. Pueden pasar inadvertidos como en el caso de *mrsony* de 40 años que dice busca “masculinidad antes que nada”, o *entrevaronesccs* que aspira solo panas bi. O *lucasferak* de 37 años que dice para referirse a sí mismo: “actúo como hetero no como loca” y además agrega: “se puede ser gay sin ser mujer”. O *ole2194* que dice lo siguiente: “que te gusten las panas no quiere decir que seas mujer. Si eres afeminado o tienes complejos de mujer no escribas”.

Los sujetos de estos perfiles reproducen ferozmente representaciones sociales misóginas. Pareciera que están condenados socialmente a aparentar y sostener una masculinidad que habría que preguntarse si tiene sentido, cuando lo que hace es interferir de manera feroz en los encuentros afectivos, amorosos, e incluso, los sexuales.

Campo de representación homofóbico: En este campo estudié las referencias que existen para rechazar los compromisos afectivos, pues, como ya he demostrado en las dos categorías anteriores, el homosexual que construye su perfil en *Manhunt*, reproduce representaciones sexistas y misóginas que lo alejan de cualquier posibilidad de encuentro que no esté dentro del deseo sexual, previa verificación de masculinidad.

Es una tendencia general que los sujetos que tienen perfiles en esta web social no desean compromiso alguno. Solo un momento de placer. La razón que puede justificar esta tendencia es justamente el sistema de creencias heteronormativas. El varón está

condicionado socialmente para no brindar pocas muestras de afecto, resguardar sus sentimientos porque tales expresiones son muestra de debilidad.

La identidad masculina se construye en torno al arquetipo del héroe. Sin embargo, el héroe no es más que un macho maquillado con cierta sofisticación simbólica. Y, tanto en el macho como en el héroe, la incapacidad afectiva se correlaciona bien con un tipo de identidad masculina agresiva y violenta (Guash: 2006, p.128).

En estos perfiles hay dos grandes tendencias a las que puedo referirme en esta categoría de análisis. La primera, la de aquellos sujetos víctimas de esta incapacidad afectiva entre los que se encontrar casos como el de *Arturo2080* de 36 años, quien solo quiere pasarla bien “Y CONCRETAR ENCUENTROS SANOS Y PLACENTEROS”, *andres28act_ptf* que se encuentra “BUSCANDO DIVERSIÓN”, *mironccs* de 42 años escribe: “No busco pareja”, *morboccs28* de 48 años busca: “MORBO ENTRE HOMBRES (PAJAS, MAMADAS) o *DamianAct99* de 31 años que está en la búsqueda de “encuentros discretos de sexo 100% seguros”.

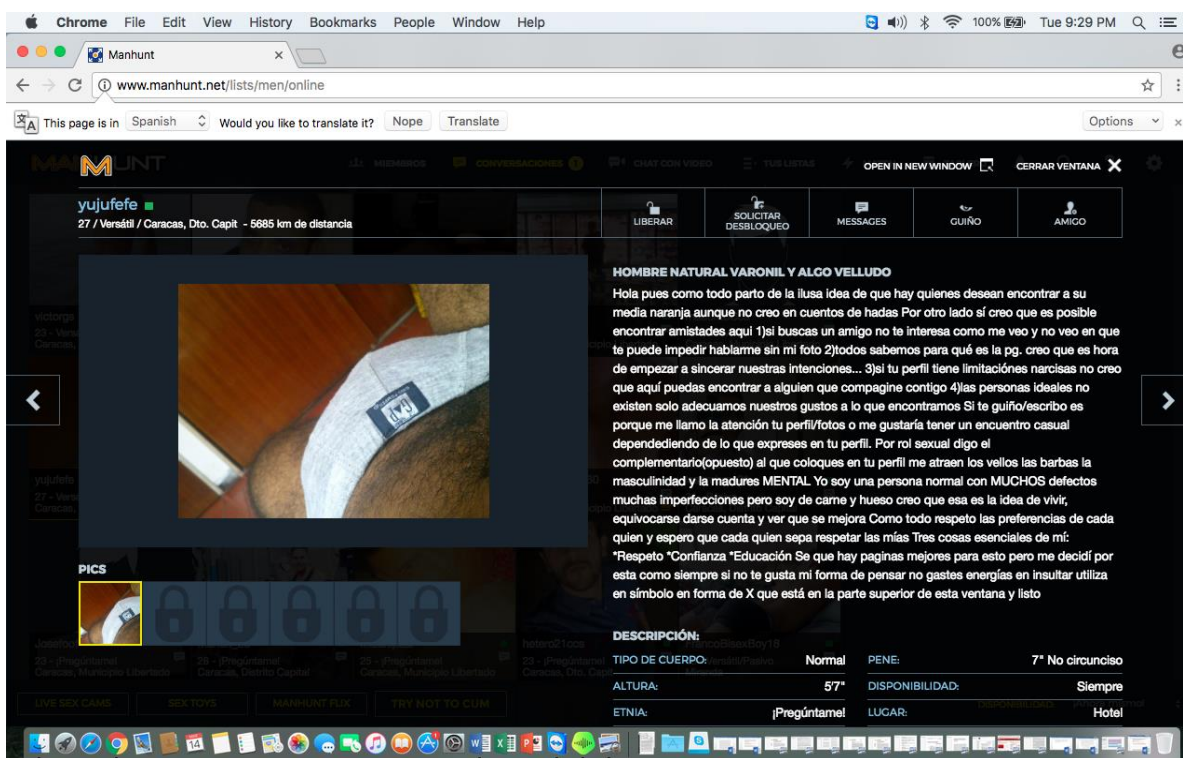
Una segunda tendencia, es la búsqueda del deseo sexual que no desaparece pero que abre el abanico de posibilidades para encontrar amistad, una plática, ir al cine, la playa o porque no, hasta el amor en una relación de pareja. Estos casos están relacionados con el sexo. Es decir, la representación social que tiene que ver con la búsqueda de ese hombre ya sea por amistad o por amor no se separa del sexo. El sexo siempre está allí.

El perfil *yujufefe* de 27 años, de rol versátil y quien se presenta con una foto en la que muestra su calzón, es uno de los mejores ejemplos de este caso. Haré referencia a éste porque evidencia esta vinculación entre el deseo sexual y el deseo de otro tipo de acercamiento:

“Hola pues como todo parto de ilusa idea de que hay quienes desean encontrar a su media naranja, aunque no creo en cuentos de hadas. (...) 1) si buscas un amigo no te interesa como me veo y no veo en que te puede impedir hablarme sin mi foto (...) Si te guiño/escribo es porque me llamo la atención tu perfil/fotos o me gustaría tener un encuentro sexual casual dependiendo de lo que expreses en tu perfil. Por rol sexual digo el complementario(opuesto) al que coloques en tu perfil”

Ilustración No. 22

Muestra de perfil



Fuente: www.manhunt.net

Tal como hago referencia, el ejemplo anterior ilustra cómo se teje esta tensión sexo-afecto que aparentemente no hay manera de resolver. El perfil termina siendo confuso

porque no se sabe qué quiere realmente el usuario. En este punto deseo insistir que la impresión que me dejan este tipo de perfiles es que, en estos sujetos, esta tensión sexo-afecto en el que el afecto es social y culturalmente censurable, termina por paralizar cualquier posibilidad de entrar en contacto con otro hombre.

Me referiré a continuación al perfil de *Neodrunk* de 31 años, versátil quien se escribe lo siguiente: “Lo que surja de manera positiva debe ser en mutuo acuerdo (...) No todo es sexo. No Pasivos. Gente con temas de conversación, me aburren los monosílabos y las personas que se creen inalcanzables o mojoneadas del cerebro”. Obsérvese como nuevamente en la intención de apertura hacia otro tipo de encuentros, aparece el condicionamiento sexual: “No Pasivos”, aunque el sujeto advierte antes: “No todo es sexo”.

El perfil soltero231 de 23 años, al redactar el texto de su perfil: “no quiere decir que busco Matrimonio, en lo absoluto! Las opciones y las propuestas son libres, así que todo es posible; de solo amistad a algo más”.

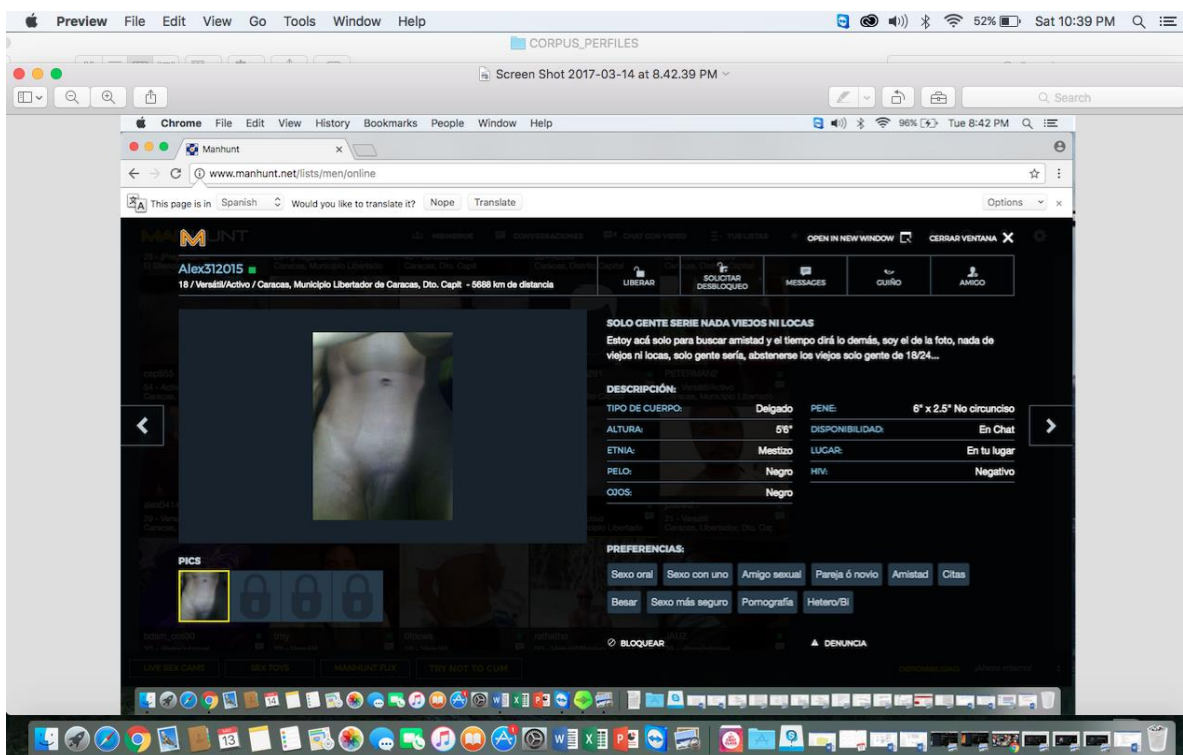
Podría seguir citando algunos ejemplos para evidenciar estas tensiones que desde mi análisis me hacen preguntarme nuevamente qué quieren realmente estos sujetos. Mi respuesta es que los sujetos que están aquí no pueden ni tienen herramientas cómo observar esta tensión porque la homosexualidad sigue siendo sancionada socialmente. Así pues, el homosexual ha sido adoctrinado dentro de un sistema de representaciones sociales heteronormativas bajo las cuales se reproduce y juzga al otro en estos mismos términos. El homosexual no solo normaliza la ausencia de afecto en su vida, lo refuerza día a día, se introduce en estas webs sociales donde, además, todo está diseñado para recordarle su función cultural y social. El homosexual se convierte entonces en el primer homófobo, el primero en rechazar todo aquello que atente contra lo que en sus representaciones sociales

se relaciona con masculinidad. ¿Suenan desalentador?, un poco nada más. Aun así, creo que hay una esperanza para estos sujetos, incluso para mí.

Campo de representación adultista: En este campo, las representaciones que se estructuran se encuentran polarizadas. Unas, las que viniendo de hombres considerados maduros desprecia a los jóvenes. Y la otra, de los jóvenes que desprecia a los considerados maduros. Aquí los ejemplos. En la ilustración que sigue a continuación el sujeto identificado como *Alex312015* es claro al afirmar: “nada de viejos (...) abstenerse los viejos solo gente de 18/24”.

Ilustración No. 23

Muestra de perfil.

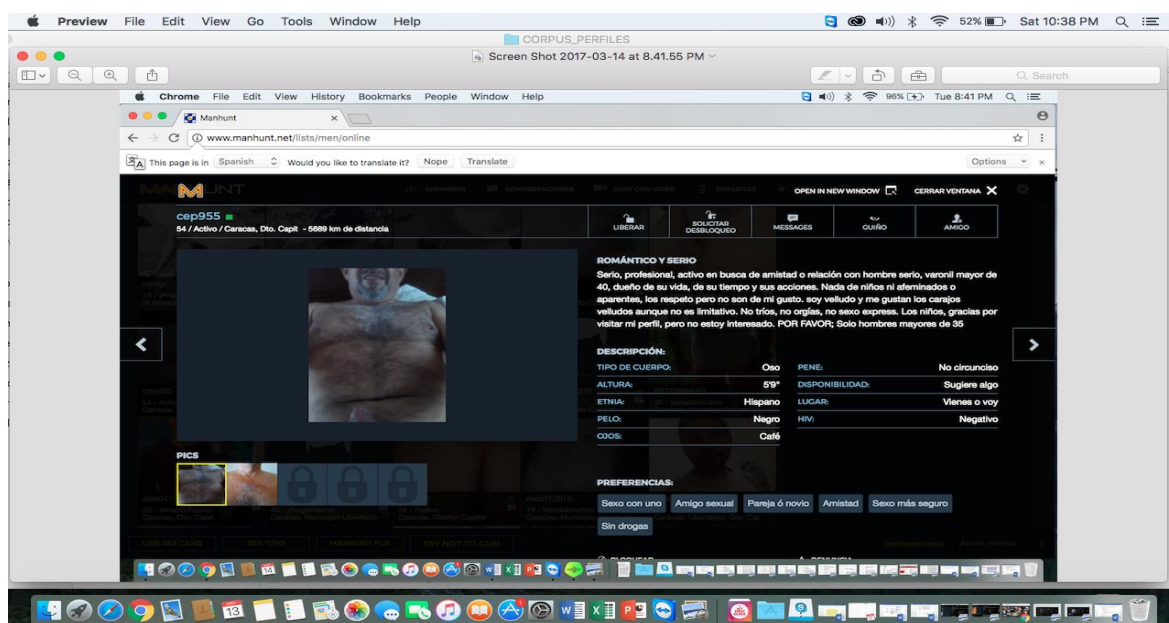


Fuente: www.manhunt.net

Estas dos tendencias ilustran cómo el modelo hegemónico heterosexual da pauta para la consideración de la productividad sexual de un cuerpo. En el caso de los jóvenes, están condenados socialmente por la inmadurez quizás sexual, mental y en el caso de los mayores a cuarenta porque culturalmente se tiende a pensar que no pueden responder sexualmente. Cuando el sexo es el que mueve todo, entonces después de los cuarenta ya no hay nada que hacer sino esperar a que llegue la muerte. El sujeto identificado como *cep955* que cuyo perfil puede verse en la imagen siguiente, solicita un hombre mayor de cuarenta años y es explícito al afirmar que no quiere “Nada de niños (...) Los niños, gracias por visitar mi perfil, pero no estoy interesado. POR FAVOR; Solo hombres mayores de 35”.

Ilustración No. 24

Muestra de perfil



Fuente: www.manhunt.net

La discriminación etaria puede ser aún más cerrada respecto a los mayores. Un caso que puede ilustrar esto es la solicitud del sujeto *Davidiri* de veinte y cuatro años de edad,

quien prefiere gente no mayor de treinta años. Solo un caso es la excepción a estas dos corrientes discriminatorias. Es del perfil de *omarjose69* que se puede observar en la siguiente imagen, de cuarenta y siete años de edad y quien busca hombres de cincuenta y hasta sesenta y cinco años de edad.

Las variaciones en esta categoría no son muchas como puede observarse. Están polarizadas en contra de los muy jóvenes o muy mayores.

Ilustración No. 25

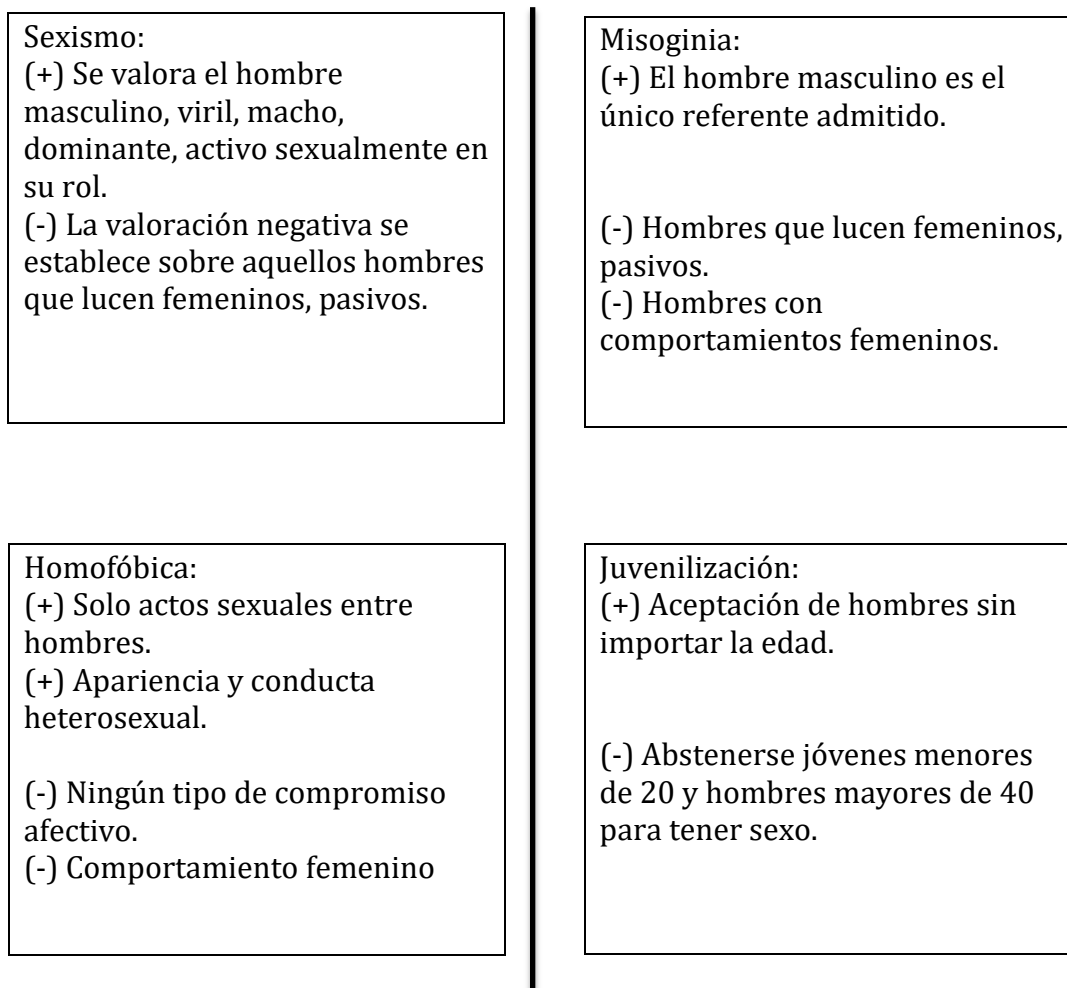
Muestra de perfil



Fuente: www.manhunt.net

Actitudes hetenormativas: Siguiendo a Mora (2002) “Las actitudes son el componente más fáctico y conductual de la representación social” (p. 10). Y esto se atribuye porque según Moscovici (1969), nos informamos, nos representamos una cosa, una vez que tomamos posición. Así pues, las actitudes se encuentran en el plano de las reacciones que se tienen respecto al objeto social. En este sentido, son y actúan como

respuestas frente a ciertos estímulos. Estas respuestas se traducen en valoraciones son positivas o negativas y para el análisis de este *corpus*, presento el siguiente diagrama que contiene estas valoraciones o reacciones.



En este diagrama se sintetizan a grandes rasgos las valoraciones positivas y negativas que realizan estos sujetos en la red virtual *Manhunt.net*. Las cuatro categorías apuntan según mi interpretación a un rechazo absoluto de la sexualidad homosexual. Las

representaciones sociales de estos sujetos son en teoría y en práctica heterosexuales. La única valoración que pareciera no ser negativa es la práctica sexual *per se*, aunque su ejecución esté condicionada a las evidencias de masculinidad que deben dar cuenta los sujetos.

Hasta aquí, los resultados que tienen que ver con los perfiles de usuario. Con ello, doy cumplimiento a los objetivos específicos cinco y seis que tienen como propósito caracterizar las representaciones sociales que realizan los sujetos miembros de la web social *Manhunt.net* a través de los perfiles de usuario e interpretar los resultados de los análisis a partir de las categorías enunciadas en el marco teórico.

Los análisis presentados me permiten validar la premisa de investigación que enuncié en la primera parte de este trabajo. En efecto, puedo afirmar que las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, y en particular, los de la sección Caracas, Venezuela, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad porque se encuentran en espacios que han sido diseñados bajo lógicas heteronormativas. Al encontrarse en este tipo de espacios simbólicos, en los que además se rinde tributo a la fuerza física, virilidad, sexualidad y en general a la masculinidad, las representaciones sociales tributan en consecuencia al modelo heteronormativo propuesto por el sitio web, reproduciendo dentro del grupo homosexual un sistema de discriminación tan feroz, que me atrevería afirmar que ni los mismos sujetos se pueden percatar.

Las construcciones que hacen estos sujetos en sus perfiles de usuario, coinciden y responden en términos simbólicos (Blumer, 1969) con la propuesta cultural que tiene esta red social virtual, propiciando lo que a mi juicio constituye un sistema de discriminación en el que el homosexual es la víctima sin que puede darse cuenta de ello.

Estos análisis me permiten afirmar que aun cuando se esperaría que los homosexuales pudieran producir en estos espacios representaciones menos apegadas a la norma, porque se encuentran en espacios de mayor libertad de ideas y de pensamientos, reproducen las características de la condición heterosexual: sexismo, misoginia, homofobia y adultismo. Lo que quiere decir que la única manera de interactuar con otro es a través de representaciones sociales que refuerzan lo heteronormativo. Lo que me lleva a concluir que las representaciones sociales heteronormativas son una modalidad particular de conocimientos que no solo operan en el plano cognitivo, y funcional en tanto que permiten orientar las acciones de las personas, y de aquello que se conoce como el sentido común. Se encuentran tan arraigadas en estos sujetos, que parecieran dar cuenta de un sistema ideológico heterosexual.

Pero, ¿se podría hablar de una ideología heterosexual en términos de una estructura de pensamiento que regula las representaciones sociales?, La pregunta no se encuentra teóricamente desfasada de la teoría de las representaciones sociales. Moscovici ya había hablado de la relación de inclusión que hay entre las representaciones y la ideología. “Una ideología es, en esta perspectiva, el sistema constituido por un conjunto de representaciones sociales y la relación entre ambas pertenece por lo tanto al tipo de relación que une a las partes con el todo” (Araya, 2002, p. 43). Así las cosas, las representaciones sociales vendrían a constituir una expresión objetivada de la ideología que la engendra.

Esto me lleva a reforzar el planteamiento que realicé arriba, al afirmar que se trata de un sistema ideológico heterosexual las que operan en forma y contenido y que se manifiesta a través de las representaciones sociales que realizan estos hombres. Esto no solo es importante para dar respuesta a mi pregunta de investigación: ¿Por qué las

representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad?, sino que también me permite refutar uno de los planteamientos de Guasch (2002), en el que afirma que la heterosexualidad se encuentra en crisis.

Para responder a la pregunta de investigación diré que las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de esta red virtual refuerzan el discurso hegemónico de la heteronormatividad porque estas representaciones son manifestaciones concretas y objetivadas de la ideología heterosexual. Eso que Guasch (2000) denomina la hegemonía heterosexual es una ideología. Así pues, tanto los productores del sitio web como los usuarios refuerzan y reproducen estas representaciones porque ni siquiera pueden ver que se trata de una ideología. Como no pueden ver, tampoco pueden escapar de los códigos interpretativos que dispone la ideología y en consecuencia terminan reproduciéndose en los términos conocidos.

Esto me lleva a enunciar por otra parte que, al menos en este estudio no puede afirmarse que estos espacios virtuales existan algún tipo de crisis, ni cercano a ello, de la heterosexualidad como lo denomina Guasch (2000), al menos en este sitio, y en los perfiles analizados. No hay evidencias que permitan dar crédito a tal afirmación. Todo lo contrario. Las muestras recogidas evidencian un fuerte apego a lo heterosexual y un profundo desprecio y rechazo por lo homosexual. Lo único validado sobre lo que no se cuestiona es el sexo, siempre y cuando se ejecute bajo lo que pauta la masculinidad.

Conclusiones

Una vez presentados los análisis y realizado el proceso de interpretación a la luz de las categorías teóricas, procedo a presentar algunas reflexiones finales que no deseo dejar fuera. Iniciaré con aquellas que tienen que ver con el contexto académico en las que una investigación de este tipo ha podido ser desarrollada, y luego me concentraré en algunos aspectos más formales y de carácter teórico.

Por alguna extraña circunstancia, los seres humanos no alcanzamos a ver con claridad ciertos aspectos de la vida, o de la sociedad cuando nos encontramos muy cerca o involucrados con las situaciones. Creo que a todos nos ha pasado alguna vez. Después de todo este tiempo de investigación, creo que hay algo de esa sensación que solo es posible ver, cuando se va tomando distancia y se reposa lo suficiente. Afortunadamente en el camino se encuentra uno con los maestros, asesores y amigos que te detienen para hacerte ver lo que no se puede ver dada la cercanía, en este caso, con mi objeto y con mis sujetos de estudio.

Para una investigación positivista tradicional, seguramente que este tipo de reflexiones no pasaran de ser desperdicios de tiempo que no sirve para nada. En este caso, no deseo cerrar estas páginas sin antes referirme a la importancia que tiene en términos epistemológicos, la existencia de espacios como los que abre el Instituto de Investigaciones Culturales-MUSEO (IIC-MUSEO) en la ciudad de Mexicali, Baja California para la exploración de este tipo de temas que podrían resultar irrelevantes en algunas universidades latinoamericanas.

Al respecto, quiero hacer mención que es precisamente desde esta posición geográfica que a mi parecer es privilegiada porque se encuentra en un punto fronterizo

entre México y Estados Unidos y entre dos lenguajes: inglés y español, lo que hace posible cierta apertura a estudiar fenómenos sociales poco convencionales. Pero que, además, posibilita la ejecución de investigaciones de campo cuyo campo es lo virtual.

En este sentido, considero que la experiencia teórico-metodológica que presento aquí, tienen que ver con esta apertura que tienen la Universidad Autónoma de Baja California y específicamente el (IIC-MUSEO). Esto, sin duda alguna contribuye a la producción de temas y posturas contra hegemónicas a las líneas de producción académica de muchas universidades de la región, posibilitando que cada investigación no sólo produzca conocimiento sino que cada maestrando o doctorando, pueda, durante los años de investigación, cuestionar su propio paradigma epistemológico, ontológico, hasta alcanzar una producción intelectual al menos, distanciada de lo tradicional. Y, aunque este texto no supone la finalización de la producción intelectual, al menos da cuenta de un proceso no acabado, que conduce a un nuevo comienzo intelectual.

Así pues, lo que he planteado aquí en esta tesis, es un modelo teórico metodológico que intenta hacer una intersección de conocimientos desde la psicología social, masculinidades, homosexualidades, comunicación, ciberetnografía para buscar la respuesta a una pregunta de investigación sencilla y que me ha perturbado durante algunos años: ¿Por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad?.

Para responder a esta pregunta he construido, a partir de la teoría de las Representaciones Sociales (Moscovici, 1979) e Interaccionismo Simbólico (Blumer, 1969), (Mead, 1962) (Pons, 2010) y los aportes de Guasch (2000), sobre la hegemonía heteronormativa, un modelo que me permitiera dar respuesta a esta pregunta y otras de carácter filosófico que han estado presentes durante todos estos años. El modelo tiene una

variante, y es que se inscribe en un tipo de investigación ciberetnográfica que, además, estudia el contexto general de la red social virtual en donde los usuarios generan sus perfiles de usuario. Esto, que pudiera ser prescindible en investigaciones de este tipo, ha permitido afinar aún más, la comprensión del por qué estas representaciones refuerzan este discurso de la hegemonía heteronormativa, que finalmente constituye el objetivo general que me planteo en esta investigación.

Más allá del objetivo pragmático que supone la comprensión del por qué estas representaciones se refuerzan, la intersección teórica que propongo en esta tesis me ha permitido retomar un planteamiento teórico del que podría decirse es poco productivo en términos teóricos como el análisis del sentido común (Moscovici, 1979) sobre los homosexuales en una red social virtual, con la novedad de encontrar que, el sentido común de estos sujetos en realidad corresponde con la de sujetos heterosexuales. El modelo que presento, emplea el interaccionismo para distinguir el símbolo y el significado que se propone en este contexto virtual. De la teoría de las Representaciones Sociales tomo aquellos aspectos que me permiten capturar ese pensamiento común y sobre la hegemonía heteronormativa, acudo a los conceptos que definen los rasgos heteronormativos para contrastarlos con estos símbolos y estos conocimientos del sentido común. Esto en definitiva me ha permitido dar cumplimiento a los objetivos específicos tres y cuatro en los que me propuse desarrollar un modelo teórico que configure los conceptos de redes sociales virtuales, representaciones sociales y hegemonía heteronormativa y presentar una propuesta teórico- metodológica para el estudio de las representaciones en la red social *Manhunt.net*. Las formas en que este modelo se expresa y fue empleado se encuentra en el Anexo No. 1 de esta tesis.

Las evidencias empíricas sugieren que aun cuando se pudiera pensar que este tipo de redes sociales virtuales liberan a los homosexuales de las tensiones sociales que se pueden experimentar en la vida social fuera de la red, más bien los confina a ser un objeto simbólico más de la plataforma, sometiéndose al mismo tiempo a un sistema de discriminación que propone el mismo sitio web y en el que estos usuarios entran voluntariamente. Tanto la propuesta cultural que hace esta red social virtual como la que realizan los sujetos a través del perfil de usuario están en correspondencia simbólica. Se reproducen, refuerzan y retroalimentan como un gran circuito.

En este sentido, tanto el Interaccionismo Simbólico como la teoría de las Representaciones Sociales me han posibilitado realizar algunas conjeturas que creo necesario compartir. Siguiendo los aportes de Blumer (1969), se puede afirmar que: a). Los perfiles de usuario analizados dan cuenta de un tipo de actuación de los sujetos que guarda relación con la propuesta cultural y simbólica del sitio web. En consecuencia, estos sujetos actúan en respuesta al significado que tienen los objetos simbólicos en este espacio virtual. b). La composición icónica, simbólica, escritural de los perfiles de usuario está definida también a partir de la interacción que estos sujetos han tenido con el sitio web. Es decir, cada sujeto ha realizado un tipo de aprendizaje sobre la plataforma y sobre la gestión de lo que Blumer (1969), denomina el contenido de las cosas. Este aprendizaje ha sido redimensionado en la medida en que estos sujetos han interactuado con otros en esta red c). Tal como explica Blumer (1969), el contenido se modifica sobre la base de un proceso de traducción y evaluación continuo y que precisamente dejan ver estos perfiles de usuario porque son el resultado de un proceso histórico de interacción que se inicia desde la primera vez que el usuario abre una cuenta.

Los perfiles estudiados permiten verificar que en efecto las representaciones sociales, siguiendo el concepto que propuso Moscovici (1979), concebidas como un tipo de conocimiento social cuya función es la elaboración de la comunicación y los comportamientos, reproducen las condiciones de lo que Guasch (2000) denomina la hegemonía heteronormativa. Es decir, estas representaciones sociales son sexistas, misóginas, homofóbicas y adultistas y se encuentran alineadas con las representaciones sociales que estos sitios web hacen del homosexual y de la homosexualidad.

En este sentido, la respuesta a mi pregunta de investigación: ¿Por qué las representaciones sociales que realizan y comparten los usuarios de la red social virtual *Manhunt.net*, refuerzan el discurso hegemónico sobre la heteronormatividad?, está relacionada con la presencia de una lógica heteronormativa que se estructura en el plano ideológico. Esta lógica actúa como ordenador de todos los contenidos simbólicos del *web site* y se reproducen en los perfiles de usuario en la medida en que los sujetos interactúan con el sitio y con otros miembros.

Al estar anclado este sistema de discriminación en un plano ideológico, se puede comprender porque muy pocos sujetos se revelan o pueden cuestionar la propuesta cultural del sitio. Las categorías teóricas de este estudio permiten demostrar que estos sujetos, en su mayoría, se desconocen a sí mismos como homosexuales. Desde el punto de vista de la teoría de las Representaciones Sociales y de lo que Moscovici (1969) denomina, la objetivación, puedo afirmar que en definitiva la objetivación de la sexualidad de los sujetos que construyen estos perfiles, sigue estando en la heterosexualidad. Aspiran en definitiva a una vida heterosexual, a un encuentro heterosexual y también a un furtivo encuentro heterosexual. Aun cuando el acto sexual determina todo, la homosexualidad parece ser negada, silenciada, condenada aún en estos espacios virtuales.

Todo esto, confirma mi supuesto de investigación y deja sentado que al menos en esta red social virtual estudiada, la hegemonía heteronormativa en términos de Guasch (2000), termina imponiéndose lapidariamente, ocasionando una imposibilidad afectiva, emocional y muchas veces, sexual entre estos hombres, porque una gran mayoría aspira simbólicamente tener a un heterosexual en su cama, es decir, una pareja que tenga actitudes y características identificadas generalmente con la construcción cultural del hombre heterosexual. Los usuarios de esta red, tienen tres opciones, o entrar al juego en los términos que pauta el sitio web, dados por la masculinidad hegemónica para recorrer cama por cama, permanecer como espectadores a sabiendas de que jamás podrán acceder al juego porque carecen de algunas de las características de esta masculinidad, o de construir su heterosexualidad, para des-heteronormativizarse y al menos tener la posibilidad de un mundo afectivo, emocional, menos inestable.

Mientras estas tres circunstancias y posibilidades ocurren, millones de usuarios alrededor del planeta se insertan, inclusive en este momento en que escribo estas líneas y usted las lee. Posiblemente ninguno de esos sujetos se cuestione como yo tampoco lo hice en su momento que detrás del “sitio de encuentros gay más grande del mundo” se estructura una red de negocios que conecta a varias empresas dedicadas a la producción y venta de productos y servicios vinculados con el sexo y la pornografía que pasa desapercibida, en el que el sujeto se cosifica. Aquí lo importante no es lo moral, sino como el cuerpo se convierte en un objeto más de la red, y de los usuarios que entran a la red.

En este sentido si considero importante que otras investigaciones que se realicen, de este tipo, puedan estudiar los contextos en los que los sujetos están interactuando. En este sentido otro de los aportes de los que pudiera decirse, realiza esta tesis, y que ha sido el

primer objetivo específico de investigación es que, ubica el contexto de desarrollo en que surgen las plataformas de redes virtuales para públicos homosexuales.

La importancia de este señalamiento radica en que, por una parte, las investigaciones que revisé durante algunos meses vinculadas al tema no dan cuenta de las características de estos sitios, es decir, no sugieren en ningún caso que se trate de un negocio que incluya, -como en este caso- a las casas productoras de pornografía *gay* más importantes del mundo anglosajón. Por otra parte, se refieren estas investigaciones al estudio de datos concretos que pueden ser ubicados en chats, perfiles, sin tomar en cuenta el contexto en el que se insertan dichas prácticas. Esto se puede constatar en la revisión documental sobre las investigaciones que se han realizado en torno a representaciones sociales vinculadas con lo homosexual y en redes sociales virtuales y que constituye el objetivo específico número dos de esta tesis.

Sin ánimos de realizar una afirmación que pueda llevar el análisis hacia el área de la Economía Política de la Cultura, pero si, la de sugerir que éste pudiera ser un tópico a estudiar por otros investigadores, resulta necesario advertir que la propuesta cultural de MH como difusor de contenidos para el público homosexual, evidencia desde una visión económica y política de la comunicación, la posibilidad de analizar espacios virtuales como éstos, desde distintas perspectivas teórico-metodológicas pero que finalmente den cuenta de los procesos productivos culturales y las relaciones entre grupos de poder político y económico. Aunque no es mi interés abordar detalles al respecto, creo prudente al menos enunciar que esta investigación sugiere esa posibilidad al mostrar cómo detrás de una aparente red de socialización para homosexuales en internet, se encuentra una red de negocios importantes que conecta a varias empresas del planeta.

Por lo pronto, me interesa destacar que, esta red negocios que gira en torno al sexo tiene al menos dos grandes fuentes. La primera, la comercialización de productos/servicios producidos por la misma empresa *On line Buddies Inc*, que tiene a su cargo Manhunt.net, Manhuntflix, de videos y Manhuntshop, tienda virtual de juguetes sexuales. La segunda fuente está integrada por otras empresas productoras de videos o películas cuyas páginas web están conectadas al servidor de MH desde donde el usuario las puede *clickear*. Esta modalidad corresponde a un tipo de alianza estratégica que se realiza entre dos empresas o más con el fin de atraer más usuarios y que podría ser de interés a otros investigadores dentro del área de Economía Política de la Cultura.

Lo que sí puedo afirmar es que estas páginas de pornografía subsisten bajo la modalidad de suscripción por membresía. Es decir, los usuarios deben pagar para poder tener acceso a tales contenidos. Y cada página ofrece precios y planes distintos que pueden ser pagados con tarjeta de crédito desde cualquier parte del mundo.

En estos sitios web el cuerpo del hombre se restringe a dos formas de acción posible: activo y pasivo / proveedor y receptor. No hay otra posibilidad en el juego entre varones sino aquel marcado por el acto sexual, aun cuando se pudiera pensar que es posible encontrar otras formas de contacto de los cuerpos distintas a las coitales. Dentro de esta dualidad de la acción que ejercen los hombres, la trama del video o la película, en caso de existir, conduce al sexo. No hay otra posibilidad.

Las escenas y fotografías a simple vista sugieren que se trata de un mundo de hombres varoniles, atrevidos y que pueden tener al hombre que deseen de manera sexual, independientemente del rol que ocupen en la escena. No hay afeminamientos en estas representaciones. No hay “jotería” alguna que pueda hacer que el usuario cuestione la estética masculina. Desde el más adolescente hasta el más adulto, los modelos son dignos

representantes de la hegemonía masculina en tanto que, en el caso de aquellos que representan el rol pasivo, no suponen la trasgresión del orden hegemónico masculino. Así pues, no hay rasgos femeninos en los modelos que pudieran comprometer la supremacía que le ha sido otorgada al varón. La única excepción que encontré en mi *corpus* fue en www.mhcams.com y debo acotar que el modelo no aparece exhibido como parte de las imágenes que promocionan estos sitios para capturar clientes, sino que es parte de los chicos que se venden a través de chats privados que administran estas compañías. A excepción de este caso no puedo dar cuenta de ningún otro caso que altere el estereotipo de varón delgado, atlético, musculado, serio que construyen estos sitios.

Las representaciones sociales que se construyen, reproducen y difunden en estos sitios

no es posible alguna evocación emotiva, afectiva, porque tales expresiones, no corresponden simbólicamente con la construcción cultural de la masculinidad y la heterosexualidad hegemónica. En cambio, las representaciones terminan reforzando desde un punto de vista interaccionista, (Blumer, 1969), (Mead, 1962), aquellos objetos que pueden ser señalados como símbolos significativos. En el caso de este *web site*, falocentrismo, coitocentrismo y genitalismo actúan como las fuentes principales de donde proviene la construcción estética, simbólica y cultural del sitio y de los perfiles. De esta manera, los sujetos que publican sus perfiles en *Manhunt*, se transforman en una pieza simbólica más que está a la venta.

Por ello, no es de extrañar que los modelos sean retratados tocándose los miembros, los traseros, se penetran entre sí, se practican el sexo oral, pero no se besan, no se abrazan, solo acercan sus bocas. Los únicos besos posibles son los negros. El amor entre varones es sexualizado tan radicalmente que el sexo es la única manera de manifestar los afectos, es el

único referente. No hay otra posibilidad. Sin sexo no existe nada. Lo más interesante de todo, es que esto está tanto en la propuesta cultural que hace el sitio web y también está en los perfiles de usuario. Se complementan, se refuerzan, se reproducen simbólicamente.

Si el beso es la expresión física del amor, entonces, es posible entender que los modelos no pueden representar el amor entre varones. Hacerlo significaría comprometer la virilidad que se le ha otorgado culturalmente al varón, porque finalmente, como dice Guasch (2000, p. 123), toda manifestación emotiva y/o afectiva puede comprometer la virilidad del hombre.

Es por ello que, para evitar cualquier riesgo, cualquier alarma que pudiera sugerir la debilidad masculina en la representación del rol pasivo que ocupa alguno de los modelos, la visibilidad del pene se minimiza, ya sea con una posición sugerente que dirija la atención a otro lugar de los cuerpos en la escena o validando la presencia de la masculinidad con un modelo que, representando al pasivo, tenga un pene grande.

A estas cualidades, valoraciones que estos sitios web establecen como el ideal *gay*, debe añadirse el de la prevalencia de la juventud como una constante estética. Fuera de la juventud pareciera no existir opción para el desarrollo de la sexualidad. Esta constante abre múltiples opciones sexuales para modelos de jóvenes que bien pudieran representar adolescentes traviesos que, por lo general, están dominados por hombres mayores pero que no pasen más de cuarenta años. También, la competencia, como un elemento que sirve para lograr el dominio y el sometimiento Guasch (2000, p. 128), se hace presente en cada escena.

Al caracterizar las representaciones sociales que construye el sitio web y aquellas sobre la heteronormatividad que realizan los sujetos miembros de la web social *Manhunt.net* a través de los perfiles de usuarios que propongo en el objetivo específico seis,

me percató que las representaciones sociales que producen estos sitios web no difieren en nada de la que producen los sujetos en sus perfiles de usuario. Las representaciones sociales son sexistas, misógenas, homófobas y adultistas. Además de coitocéntrica, genitalista. Esta afirmación cobra sentido cuando al revisar tanto fichas como perfiles, y dirigir la atención sobre lo que atañe a las actitudes, me percató que las valoraciones positivas lo que hacen es reafirmar una y otra vez el modelo heteronormativo, mientras que aquello que aparece valorado como negativo por estos sujetos, es justamente la única posibilidad de que los homosexuales se liberen de la heteronormatividad. Me refiero a romper de una vez por todas por este ideal masculino atlético, delgado, nada afeminado, menor de cuarenta años, que no demuestre afecto.

¿Podría pensarse en una sociedad donde el hombre no tuviera que dar muestras corporales, faciales, físicas en general de fuerza, virilidad, dominio?, donde diera igual si es afeminado o no, que amara sin pudor a otros hombres y en el que tampoco importara su edad o cuán mayor es. El secreto está en la masculinidad. Habría -desde mi punto de vista, y luego de analizar estos sitios web y estos perfiles- que quitarle peso a eso que se conoce como hombría y habría que percatarse que detrás de estos temores hay un sistema de ideas que operan de manera inconsciente y consciente sobre cada hombre, pautando el deber ser del género asignado. Pero esto requiere de una voluntad política que, sin ánimos de ser pesimistas, es muy débil frente a la vorágine del sistema que no permite cuestionar ni la forma en que cada uno vive.

Por lo pronto, basta con advertir que en este contexto mediático se insertan todos los días millones de usuarios del globo terráqueo. En estos espacios virtuales en los que el sexo en todas sus formas se erige como la única expresión simbólica de la homosexualidad apelando a la promoción de un gran circuito de pornografía internacional, donde cientos de

hombres intentan ponerse en contacto con otros similares, donde el ejercicio de la sexualidad tiene un precio de suscripción, donde el cuerpo de todos se transforma en un objeto simbólico de deseo que forma parte del sistema de búsqueda, y que debe responder al estereotipo ya descrito.

En los perfiles de usuario, que constituyen la segunda parte del trabajo de análisis, tenía la esperanza de encontrar representaciones sociales distintas a las propuestas por estos sitios web. Pero debo admitir, que no hay esperanzas en este sentido. Los homosexuales han logrado ser adoctrinados para responder en los mismos términos con los que han sido juzgados, discriminados. En estos espacios se instaure un sistema de discriminación feroz, que a diferencia de lo que se pudiera pensar, no da cabida para ningún tipo de pluralismo ni ensayos alternos al modelo heteronormativo.

En mi intento por buscar una alternativa a esta aparente calle sin salida, que pudiera servir a estos hombres, y a mí, alcancé a distinguir tres posibilidades a partir de los análisis. Una, hay que aceptar que es una decisión legítima que un hombre decida tener prácticas sexuales con otro solo por placer y que estas redes contribuyen a que este tipo de encuentros suceda. Otra, pensada en quienes como yo nos hemos visto afectados emocionalmente por los desencuentros, la opción tiene que ver con aprender a desheteronormativizar la vida. Y esto implica hacer una revisión de qué elementos nos hacen actuar como hombres, responder al sistema de género y cómo esto incluso influye en la manera de relacionarnos con otro-s. La tercera posibilidad, es un poco más difícil porque depende de las voluntades individuales y de la apertura que un sujeto tenga frente al afecto y al amor. Encuentro en estos dos últimos sentimientos la mayor esperanza para la desheteronormativación que propongo. Solo en el sentimiento se puede abrir un sujeto a aceptar a otro en el plano afectivo. Es en ese momento en que cada uno se sorprende y se da

cuenta que otro existe. Es en ese instante en que ya no se persigue eyacular para drenar, sino, cuando ya no es necesario seguir de cama en cama, de cuerpo en cuerpo, sino, que cuerpo y alma desean permanecer al lado del otro para construir algo. Allí quizás ya no importe el aspecto del cuerpo, tampoco si se es femenino o no, quizás tampoco importe lo feo, ni la panza, solo el afecto.

Mientras ese momento llega, los espacios virtuales aquí analizados son la única vía y quizás la única esperanza que tienen muchos hombres en el planeta entero, aunque sea, para un contacto sexual que es lo único a lo que posiblemente puedan y quieran aspirar. Algo instantáneo, rápido, fugaz, sin compromiso, que no de miedo, que no espante.

Bibliografía

Aboim, S. (2010). *Plural Masculinities. The Remaking of the Self in Private Life*. USA: Ashgate.

Abu Lughod, L. (1993). *Writting Women's Worlds: Bedouin Stories*. Los Angeles: University of California Press.

Adams, R. y Savran D. (2002). *The Masculinity Studies Reader*. Massachusetts: BLACKWELL Publishers.

Altamirano, C. (2002). *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.

Alvarez-Gayou, J.J. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México: Paidós.

Amuchástegui, A y Szasz I. (2007). *Sucede que me canso de ser hombre: relatos y reflexiones sobre hombres y masculinidades en México*. México: Colegio de México.

Araya, S. (2002). *Las representaciones sociales. Ejes teóricos para su discusión*. Costa Rica: FLACSO.

Arias, N. (23 de febrero de 2015). Los consumidores gay de la región gastan más que las parejas heterosexuales. *Diario La República*. Recuperado de: http://www.larepublica.co/los-consumidores-gay-de-la-regi%C3%B3n-gastan-m%C3%A1s-que-las-parejas-heterosexuales_222851

Arnold, J y Brady S. (2011). *What is Masculinity? Historical Dynamics from Antiquity to the Contemporary World*. USA: PALGRAVE MACMILLAN.

Atkinsom, P y Hammersly, M. (2007). *Ethnography: Principles in Practice*. London: Routledge Editores.

Auerbach and Louise B. Silverstein. (2003). *Qualitative data: an introduction to coding and analysis*. New York: New York University Press.

August, Eugene, R. (1994). *The New Men's Studies. A selected and Annotated Interdisciplinary Bibliography*. Second Edition. Library Unlimited, Inc. Englewood, Colorado.

Badinter, Elisabeth. (1992). *XY On masculine Identity*. Columbia University Press, New York.

Banchs (1994). Deconstruyendo una deconstrucción: Lectura de Ian Parker (1989) a la luz de los criterios de Parker y Shotter (1990) en *Papers on Social Representations* 3 (1), pp. 1-38.

Barbosa, K. (2014). *Virtualização do corpo e sexualidades on line: encontros gay, gênero e performatividade*. Berlin: Freien Universität Berlin.

Barker, C. (2004). *The SAGE Dictionary of Cultural Studies*. California: SAGE Publications.

Baumeister, Roy. (2010). *Is There Anything Good about Men? How Cultures flourish by exploiting men*. New York: Oxford University Press.

Beaulieu, A. (2004). Mediating Ethnography. *Social Epistemology*. 18 (2-3), pp. 139-163.

Behar, R (1993). *Translated Woman: Crossing the Border with Esperanza's Story*. Boston: Beacon Press.

Behar, R (1995). *Women Writing Culture*. Los Angeles: Universidad de California Press.

Behar, R (1996). *The vulnerable Observer*. Boston: Beacon Pr.

Behar, R (2007). *An Island called home. Returnning to Jewish Cuba*. New Jersey: Rutgers University Press.

Blazina, C. (2003). *The Cultural Myth of Masculinity*. USA: PRAEGER.

Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. Los Angeles: University of California Press.

Boix, R y Lazzeretti, L. (2011). Las industrias creativas en España: una panorámica. *Investigaciones Regionales*. (22), pp. 181-106.

Bordo, Susan. (1999). *The Male Body: A New Look at Men in Public and Private*. New York: Farrar, Straus & Giroux.

Brod, H y Kaufman, M. (eds). (1994). *Theorizing Masculinities*. London: Sage.

Brod, H. (1987). *The Making of Masculinities*. The New Men's Studies. Boston: ALLEN & UNWIN.

Buchbinder, D. (1994). *Masculinities and Identities*. Melbourne: Melbourne University Press.

Buchbinder, D. (1998). *Performance Anxieties: Re-producing Masculinity*. Sydney: Allen & Unwin.

Burt, A. (1980). *Ah, men! What do men want? A panorama of the Male in Crisis-his Past Problems, Present Uncertainties, Future Goals*. A & W Publishers, Inc: New York.

Caballero, A. (2010). *La exteriorización de la intimidad en el arte digital. Estudio de un blog producido en la frontera norte de México*. Tesis para obtener el grado de Maestra en Estudios Socioculturales. Tijuana: Colegio de la Frontera Norte (COLEF), Universidad Autónoma de Baja California.

Campos, A. y Salas, M. (2002). *Masculinidades en Centro América*. Costa Rica: Instituto Costarricense para la Acción, Educación e Investigación de la Masculinidad, Pareja y Sexualidad, Instituto WEM, Fondo para la Igualdad de Género de la Embajada de Canadá.

Castells, M. (1996). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid, España: Alianza Editorial, S.A.

Castells, M. (2014). *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global. 19 ensayos fundamentales sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas*. Madrid: BBVA.

Centro de Educación y Comunicación Popular (1998). *Identidades Masculinas*: Centro de Educación y Comunicación Popular: Guatemala.

Centro de Educación y Comunicación Popular (1999). *Hacia una nueva Masculinidad*. Centro de Educación y Comunicación Popular: Managua.

Connell, R.W. (1995). *Masculinities*. Sydney: Allen & Unwin.

Cornejo, E. (2017). Componentes ideológicos de la homofobia. *Límite*. 7, (26), pp. 85-106.

Cruz Sierra, S y Careaga G. (2006). *Debates sobre masculinidades: poder, desarrollo, políticas públicas y ciudadanía*. México: UNAM, Programa Universitario de Estudios de Género.

Denzin, N. (1992). *Symbolic Interactionism and Culture Studies*. Cambridge: Blackwell.

Los disturbios de Stonewall o de cómo estalló el orgullo LGBT. Disponible en: <http://desastre.mx/internacional/los-disturbios-de-stonewall-o-de-como-estallo-el-orgullo-lgbt/>. (Consulta: Julio 13 de 2017).

Diccionario de la Real Academia Española (2012). Madrid: Espasa Libros.

Digby, Tom. (ed.). (1998). *Men Doing Feminism*. New York & London: Routledge.

Domínguez, Daniel; Beaulieu, Anne; Estalella, Adolfo; Gómez, Edgar; Schnettler, Bernt & Read, Rosie (2007). *Etnografía virtual*. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 8(3), <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0703E19>.

Edwards, Tim. (1993). *Erotics and Politics: Gay Male Sexuality, Masculinity, and Feminism*. New York: Routledge.

El tipómetro. (2016). *Redes Sociales. Estudio sobre el estado de internet y las redes sociales en 2016*. Recuperado de: <http://franbarquilla.com/estudio-sobre-el-estado-de-internet-y-las-redes-sociales-en-2016/>

Estalella, A. (2011). *Hacia la ética de la investigación como un espacio epistémico. Dilemas en la indagación antropológica de Internet*. Ponencia presentada en las XIV Jornadas de Antropología Ankulegi. Donostia.

Faus, J. (Junio 13 de 2016). *50 muertos en la peor matanza en EEUU desde el 11-S*. Disponible en: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/06/12/actualidad/1465717811_688793.html (Consulta: Junio 13 de 2017).

Fernández, C y Ortiz, M. (2013). Consideraciones a la Cibertnografía: una propuesta para el estudio de las expresiones juveniles. *Making of: la práctica de la investigación sociocultural*. México: Universidad Autónoma de Baja California.

Figari, C. (2010). El movimiento LGBT en América Latina: institucionalizaciones oblicuas. En: *Movilizaciones, Protestas e Identidades políticas en la Argentina del Bicentenario*. Disponible en: http://carlosfigari.files.wordpress.com/2011/02/figari_el-movimiento-lgbt-en-argentina.pdf (Consulta: Abril 8 de 2014).

Figuroa, J. G / Jiménez, L y Tena, O. 2006. *Ser padres, esposos e hijos: prácticas y valoraciones de varones mexicanos*. México: EL Colegio de México.

Food et al. (2007). *Men & Masculinities y International Encyclopedia of Men and Masculinities*. USA: Routledge.

Ford, M. Lyons L. (2012). *Men and Masculinities in South Asia*. Routledge. New York.

Fuller O, N. J. (1997). *Identidades masculinas. Varones de clase media en el Perú*. Lima: Pontifica Universidad Católica del Perú.

García de Castillo, A. (2011). “Asalto al poder en el porno. Apropiación y empoderamiento en las narraciones postpornográficas”. *Icono 14*, s/d, (s/d.), pp. 361-377.

Gardiner, K. (2002). *Masculinity Studies. Feminist Theory. New Directions*. New York: Columbia Press University.

Giddens, Anthony. 1998. “*Sexualidad, represión, civilización*”. *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Cátedra. Madrid.

Gilmore, D. (1994). *Hacerse hombre. Concepciones culturales de la masculinidad*. Barcelona: Paidós.

Goffman, E. (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edimburgh: Universidad de Edinburgh.

Gutiérrez, M. (2012). Antropología visual y medios digitales en *Revista de Antropología Experimental*, 12, (8), pp. 101-112.

Glaser B y Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory*. New York: Publishing Company.

Guasch, O. (1991). *La sociedad rosa*. Barcelona, España: Anagrama.

- Guasch, O. (1993). Para una sociología de la sexualidad en *REIS*, 64, (93), pp. 105-121.
- Guasch, O. (2000). *La crisis de la heterosexualidad*. España: Editorial Laertes.
- Guasch, O. (2003). *Sexualidades. Diversidad y control social*. España: Editorial Bellaterra.
- Guasch, O. (2006). *Héroes, científicos, heterosexuales y gays. Los varones en perspectiva de género*. España: Editorial Bellaterra.
- Guillermo Núñez, N. (2007). *Masculinidad e Intimidad: identidad, sexualidad y sida*. México: El Colegio de Sonora.
- Guiza Lemmus, G. (2010). *Masculinidades: las facetas del hombre*. México: Editorial Fontamara.
- Gutmann C. M. (2006). *The Meanings of Macho. Being a Man in Mexico City*. Berkeley: University of California Press.
- Haddad, Tony. (ed.). (1993). *Men and Masculinities: A Critical Anthology*. Toronto: Canadian Scholars' Press.
- Hearn, J y David H.J. Morgan (eds). (1990). *Men, Masculinities and Social Theory*. London: Unwin Hyman.
- Hernández Hernández, O. M. (2009). *Descobijando a los hombres: masculinidades y relaciones de género en Cd. Victoria*. México: Universidad Autónoma de Tamaulipas, Unidad Académica Multidisciplinaria de Ciencias, Educación y Humanidades.
- Hernández Hernández, O. M. (2013). *Historia, cultura y masculinidades en Tamaulipas*. México: Gobierno del Estado de Tamaulipas.
- Hine, C. (2000). *Etnografía virtual*. London: SAGE Publications
- Identidades Masculinas. *Curso metodológico de Masculinidad y Educación Popular*. CANTERAS: Centro de Educación y Comunicación Popular. 1998.
- Inciarte, E. (1994). *El Machismo Galante*. México: Plaza y Vázquez.
- Islas, O. (2009). La convergencia cultural a través de la ecología de medios. *Comunicar*, (33). pp. 25-33.
- Islas, O. (mayo, 2016). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la

ubicuidad. *Razón y Palabra*. (65). Recuperado de:
<http://www.razonypalabra.org.mx/N/n65/varia/oislas.html>.

Jiménez Guzmán, M. L. (2003). *Dando voz a los varones. Sexualidad, reproducción y paternidad de algunos mexicanos*. México: UNAM.

Jodelet (1984). La representación social: fenómenos, conceptos y teoría. En Moscovici, S. Psicología social II. Pensamiento y vida social. *Psicología social y problemas sociales*. Buenos Aires: Paidós.

Kaipper Ceratti, M. (2014). El alto precio de ser gay en Latinoamérica. *El País*, 7 Marzo de 2014.

Katz, R. (2015). *El ecosistema y la economía digital en América Latina*. Barcelona, España: Ariel / Grupo Telefónica.

Kaufman, M. (1987). *Beyond Patriarchy. Essays by men on pleasure power and change*. New York: Oxford University Press.

Kegan Gardiner, J. (2002). *Masculinity studies & Feminist Theory. New Directions*. New York: Columbia University Press.

Kimmel, Hearn y Connell (2005). *Handbook of Studies on Men & Masculinities*. USA: SAGE.

Kimmel, M y Aronson, A. (2004). *Men & Masculinities. A social, cultural, and historical encyclopedia*. California: ABC-CLIO.

Kimmel, Michael S. (ed.). (1995). *The Politics of Manhood: Profeminist Men Respond to the Mythopoetic Men's Movement (and the Mythopoetic Leaders Answer)*. Philadelphia: Temple University Press.

Kimmel, Michael S., and Michael Messner. (eds). (1998). *Men's Lives*. New York/Toronto: Macmillan/Maxwell (4th edition).

Kupers, Terry A. (1993). *Revisioning Men's Lives: Gender, Intimacy, and Power*. New York & London: Guilford Press.

Lees C. (1994). *Medieval Masculinities. Regarding Men in the middle Ages*. London: University of Minnesota Press.

Le Breton, D. (2011). *Adiós al cuerpo. Una teoría del cuerpo en el extremo*

contemporáneo. México: La Cifra.

Letraese. (2015). Informe Crímenes de Odio por Homofobia. Disponible en: <http://www.letraese.org.mx/proyectos/proyecto-1-2/>. (Consulta: Junio 12 de 2017).

Lennard, P. (10 de octubre de 2008). Penetración de mercado. *Página 12*. Recuperado de: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/soy/1-364-2008-10-10.html>

Lipovestky, G. (2011). *La sociedad de la decepción*. Barcelona: ANAGRAMA, Colección Argumentos.

Lisón Tolosana, C. (2010). *Qué es ser hombre. Valores cívicos y valores conflictivos en la Galicia Profunda*. Madrid: Akal.

López Moya, M. (2010). *Hacerse hombres cabales. Masculinidad entre tojolabales*. México: UNICACH.

Lozares, C. (1995). *La Teoría de Redes Sociales*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Madison, S. (2005). *Critical Ethnography. Method, Ethics and Performance*. London: SAGE Publications.

Mairtin, G. (Ed.). (1996). *Understanding Masculinities: Social Relations and Cultural Arenas*. Buckingham & Philadelphia: Open University Press.

Mantilla Gutiérrez, M. (2006). *Hombres y masculinidades en Guadalajara*. Jalisco. Centro Universitario de Ciencias Sociales, Universidad de Guadalajara.

Marcus, G. (2006). The End (s) of Ethnography: Social / Cultural Anthropology's Signature Form of Producing knowledge in Transition. *Cultural Anthropology*. 23, (1), pp. 1-14.

Mead, G. (1962). *Espíritu, persona y sociedad*. Paidós Básica.

Messner, M. A. (1997). *Politics of Masculinities: Men in Movements*. University of Southern California: Sage.

Miedzian, M. (1991). *Boys Will Be Boys: Breaking the Link Between Masculinity and Violence*. New York: Doubleday.

Miller, T. (2012). Política cultural/industrias creativas. *Cuadernos de Literatura*, 16 (32). pp. 19-40.

Miller, T. (2011). La nueva derecha de los Estudios Culturales. Las Industrias Creativas. *Tabula Rasa*. (15), pp. 115-135.

Mitchell, J. (1969) *El Concepto y el uso de las redes sociales*. Manchester: University of Manchester.

Montecino, S y Acuña, M. E. (1996). *Diálogos sobre el género masculino en Chile*. Santiago de Chile: BRAVO Y ALLENDE EDITORES.

Montesinos, R. (2002). *Las rutas de la masculinidad. Ensayos sobre el cambio cultural y el mundo moderno*. México: Biblioteca Iberoamericana de Pensamiento.

Montesinos, R. (2005). *Masculinidades emergentes*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.

Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. En *Athenea Digital*, 2. Disponible en: <http://blues.uab.es/athenea/num2/Mora.pdf>

Moscovici (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Editorial Huelmul.

Nigel, E y Wetherell, M. (1995). *Men in Perspective: Practice, Power and Identity*. London: Prentice-Hall.

O'Sullivan, Tim. Hartley J., Saunders D, Montgomery, M. Fiske J. (1995). *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

Oakenfull, G. (2013). What Matters: Factor Influencing Gay Consumers' Evaluations of "Gay-Friendly" Corporate Activities. En: *Journal of Public Policy & Marketing*. Vol 32, pp.79-89.

Olavarría, J y Valdéz T. (1997), *Masculinidad/es: poder y crisis*. Santiago de Chile: FLACSO, UNFPA.

Olavarría, J. (2000). *Identidad/es y violencia: II Encuentro de Estudios de Masculinidades: identidades, cuerpos, violencia y políticas públicas*. Santiago de Chile: FLACSO, UNFPA.

Olavarría, J. (2003). *Varones: entre lo público y la intimidad: IV Encuentro de Estudios de Masculinidades*. Santiago de Chile: FLACSO, UNFPA.

Olavarría, J. Parrini, R. (2000). *Masculinidad/es. Identidad, sexualidad y familia*. Primer

Encuentro de Estudios de Masculinidad. Santiago de Chile: FLACSO, Universidad Academia de Humanismo.

Olavarría, Jose (2001). *¿Hombres a la deriva?*. Santiago de Chile: FLACSO.

Pease, B. (1997). *Men and Sexual Politics: Towards a Profeminist Practice*. Adelaide: Dulwich Centre Publications.

Penn, R. (1997). *The Gay Men's Wellness Guide. The National Lesbian and Gay Health Association's Complete Book of Physical, Emotional, and Mental Health and Well-being for Every Gay Male*. New York: Henry Holt and Company.

Peña Sánchez, E, Y. (2012). "La pornografía y la globalización del sexo". *El Cotidiano*. (174), pp. 47- 57.

Petersen, A. (1998). *Unmasking the Masculine: 'Men' and 'Identity' in a Sceptical Age*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Pfeil, F. (1995). *White Guys: Studies in Postmodern Domination and Difference*. London & New York: Verso.

Pickett (2009). *Historical Dictionary of Homosexuality*. The Scarecrow Press Inc: United Kingdom

Pons, X. (2010). La aportación a la psicología social del Interaccionismo Simbólico: una revisión histórica en *Edu PsyKhé*. Nine, (1), pp. 23-41.

Porter, D. (1992). *Between men and feminism*. Routledge. New York.

Pringle, K. (1995). *Men, Masculinities and Social Welfare*. London: UCL Press

Ramírez, R. (2008). *Masculinidades: el juego de género de los hombres en el que participan las mujeres*. México: Plaza y Valdés.

Rizo García, M. (2011). De personas, rituales y máscaras. Erving Goffman y sus aportes a la comunicación interpersonal. En: *Quorum Académico*, Vol. 8, No. 15. Enero-junio. Pp. 78-94.

Robinson, D. (1994). *No less a Man: Masculist Art in a Feminist Age*. Bowling Green, OH: Popular Press.

Rodríguez, D. (2008). *Nuevas tecnologías Web 2.0: Hacia una real democratización de*

la información y el conocimiento. Recuperado de:
<http://eprints.rclis.org/11814/1/Rodriguez-DianaTRABAJOelis.pdf>.

Rosas, C. (2008). *Varones al son de la migración. Migración internacional y masculinidades de Veracruz a Chicago*. México: El Colegio de México.

Ruiz Torres, M. A. (2007). Ciberetnografía: Comunidad y territorio en el entorno virtual. En: Domínguez, Daniel; Beaulieu, Anne; Estalella, Adolfo; Gómez, Edgar; Schnettler, Bernt & Read, Rosie (2007). Etnografía virtual. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 8(3), <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0703E19>.

Ruíz, Arroyave, J. O. (2013). *Masculinidades posibles, otras formas de ser hombres*. Bogotá: Ediciones Desde Abajo.

Sánchez Suárez, R. E (2004). *Territorialidad y homosexualidad*. En: Ciudades 62, abril-junio. RNIU: Puebla.

Sánchez, R. (2012) “La ubicación del deseo” en *Ciudades*, No. 94 *Ciudades del ciberespacio*, abril-junio. Red Nacional de Investigación Urbana A.C. Puebla, México. pp. 36-42.

<https://sexolibreradio.wordpress.com/2012/04/24/disidencia-sexual-y-de-genero/>
(Consulta: Junio 12, de 2017).

Scolari, C. (2010). Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico. *Cuadernos del CAC* 34, vol. XIII (1), junio pp. 17-25.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona, España: Gedisa.

Segal, L. (1990). *Slow Motion: Changing Masculinities, Changing Men*. London: Virago.

Simpson, M. (1994). *Male Impersonators: Men Performing Masculinity*. New York: Routledge.

Spradley (1980). *Participant observation*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Stoltenberg, J. (1990). *Refusing To Be a Man: Essays on Sex and Justice*. CA & Suffolk: Fontana/Collins.

Strikwerda, R. (Ed.). (1992). *Rethinking Masculinity: Philosophical Explorations in Light of Feminism*. Maryland: Rowman & Littlefield.

Szurmuk e Irwin. (2009). *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos*. México: Siglo XXI Editores.

Tofler, A. (1980) *La Tercera ola*, Distrito Federal, México: Edivisión.

Turner, B. (2006). *The Cambridge Dictionary of Sociology*. Cambridge University Press.

UNESCO. (s/f.). *Comprender las Industrias Creativas*. Recuperado de: http://portal.unesco.org/culture/es/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf/cultural_stat_es.pdf.

Valdés, T y Olavarría J. (1998). *Masculinidades y equidad del género en América Latina*. Santiago de Chile: FLACSO-Chile, UNFPA.

Valero, J. (2010). Cuando medios y telefónicas quieren ser plataformas digitales. En: *Cuadernos de Periodistas*, p. 44-62.

Valles, M (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social*. España: Síntesis Sociológica.

Ventura, R. (2014). *La sexualidad mediada: Estudio de la heteronormatividad en los informativos de televisión*. España: Universitat Pompeu Fabra.

Villegas, Lozano, M. (2004). *El destino del Macho. ¿Guía práctica?*. México: OFICIO.

Viveros Vigoya, M. (2002). *De quebradores y cumplidores*. Colombia: CES, UNIVERSIDAD NACIONAL, FUNDACIÓN FORD, PROFAMILIA.

Wilson, S. (2002). The Anthropology of online Communities. En *Annu. Rev. Anthropology*, 31, pp. 449-467.

Yehya, N. (2013). *Pornocultura. El espectro de la violencia sexualizada en los medios*. Distrito Federal, México: Ensayo Tusquets Editores.

Sitios webs:

www.adlatina.com. (2008). *Radiografía del consumidor gay en América Latina*. [Página web en línea]. Disponible en

<http://www.adlatina.com/marketing/radiograf%C3%ADa-del-consumidor-gay-en-am%C3%A9rica-latina>. [Consulta: 2015, mayo 30, 11:43 am].

www.alexa.com (2014). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.alexa.com> [Consulta: 2014, abril 28, 10:12 pm].

[www.http://tendenciasdigitales.com](http://tendenciasdigitales.com) (2014). [Página web en línea]. Disponible: <http://tendenciasdigitales.com/2000/infografia-usos-de-internet-en-latinoamerica/>. [Consulta: 2014, diciembre].

www.manhunt.net. (2010). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.manhunt.net> [Consulta: 2014, enero a mayo].

www.onlinebuddies.com. (2016). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.onlinebuddies.com> [Consulta: 2016, enero a mayo].

www.qualitative-research.net. (2015). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.qualitative-research.net>. [Consulta: 2015, mayo 30].

www.gaydar.com (2017). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.gaydar.com> [Consulta: 2017, mayo 30].

www.dudesnude.com (2017). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.dudesnude.com> [Consulta: 2017, mayo 30].

www.gayromeo.com (2017). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.gayromeo.com> [Consulta: 2017, mayo 30].

www.bukala.org (2017). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.bukala.org> [Consulta: 2017, mayo 30].

www.bearwww.com (2017). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.bearwww.com> [Consulta: 2017, mayo 30].

[www.downnelink.com](http://downnelink.com) (2017). [Página web en línea]. Disponible: <http://downnelink.com> [Consulta: 2017, mayo 30].

www.manjam.com (2017). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.manjam.com> [Consulta: 2017, mayo 30].

www.barebackrt.com (2017). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.barebackrt.com> [Consulta: 2017, mayo 30].

www.adamforadam.com (2017). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.adamforadam.com> [Consulta: 2017, mayo 30].

www.daddyhunt.com (2017). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.daddyhunt.com> [Consulta: 2017, mayo 30].

www.silverdaddies.com (2017). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.silverdaddies.com> [Consulta: 2017, mayo 30].

ANEXO No. 1.
GUÍA DE ANÁLISIS USANDO INTERACCIONISMO SIMBÓLICO

ANÁLISIS		
CATEGORÍA	DEFINICIÓN DE LA CATEGORÍA	IMÁGENES, PALABRAS, FRASES ASOCIADAS
1. Información promocional enunciada	Se refiere a la organización de los conocimientos que se presentan en el <i>web site</i> y que tienen como propósito orientar al grupo sobre un	En esta categoría la observación se realizó atendiendo a los siguientes puntos: -qué dice la página sobre el

	objeto social.	contenido que trata -para qué se dice: propósito comunicacional -tipo de información que se da a conocer -cómo se organiza la información
2. Campo de representación sexista	Designa el conjunto de opiniones, imágenes, creencias y valores que se tienen respecto al tipo de jerarquización social que otorga primacía al sexo masculino, generando una serie de privilegios sociales, donde el varón es un símbolo de prestigio social. En este campo de representación se encuentran aquellas imágenes, opiniones, enunciados que discriminan a la mujer/lo femenino por inferioridad ante el varón/lo masculino.	-Imágenes hipermasculinizadas, que aluden al poder masculino, predominio de la fuerza, de poder físico, corporal, sexual y se oponen a aquellos cuerpos que se encuentran en un nivel inferior de fuerza, desarrollo muscular o se acercan a rasgos definidos socialmente como femeninos. -Presencia o referencia al falo, muestras de virilidad, alusiones a promover situaciones coitales.
3. Campo de representación misógino	Conjunto de actitudes, opiniones, imágenes, creencias, vivencias y valores de repudio que se tienen en contra de mujer, y, en consecuencia, por todo aquello que represente lo femenino. En este campo de representación la mujer/lo femenino queda supeditado al varón/lo masculino y se transforma en un objeto incapaz de ejercer acción.	-Palabras, imágenes o referencias a hombres en posición de subordinación - Palabras, imágenes o referencias a hombres en situación como objeto de deseo sexual - Palabras, imágenes o referencias a hombres como receptáculos sexuales de otros hombres
4. Campo de representación homofóbico	Es el conjunto de actitudes, opiniones, imágenes, creencias, vivencias y valores que se tienen en contra del amor y el afecto entre varones	- Palabras, imágenes o referencias que censuren, rechacen y discriminen el amor y el afecto entre dos hombres

5. Campo de representación adultista	Conjunto de actitudes, opiniones, imágenes, creencias, vivencias y valores que se tienen respecto al goce sexual de los niños, adolescentes y ancianos.	- Palabras, imágenes o referencias que censuren, rechacen y discriminen el ejercicio de la sexualidad infantil o de ancianos.
6. Actitudes sexistas	Es la orientación positiva o negativa que expresa una reacción emocional respecto a aquel tipo de jerarquización social que otorga primacía al sexo masculino generando privilegios sociales sobre el varón.	Palabras, imágenes o referencias al predominio de lo masculino: sujetos musculados, atléticos, atrevidos, con expresiones de seriedad o agresividad en sus caras y dispuestos sexualmente a complacer a su compañero (s), porque propician encuentros sexuales con otros hombres y que los someten a sus deseos como hacer que el compañero que funciona sexualmente como pasivo tome el semen del compañero activo. Presencia de falos, ausencia de falos. Desnudos
7. Actitudes misóginas	Es la orientación positiva o negativa que expresa una reacción emocional respecto a la mujer y, en consecuencia por todo aquello que represente lo femenino.	Palabras, imágenes o referencias que refieran desprecio/repudio por actitudes calificadas socialmente como femeninas.
8. Actitudes homofóbicas	Es la orientación positiva o negativa que expresa una reacción emocional respecto al amor y afecto entre varones.	-Palabras, imágenes o referencias que rechacen la búsqueda de afectos, emociones, besos, caricias y amor.
9. Actitudes adultistas	Es la orientación positiva o negativa que expresa una reacción emocional respecto al goce sexual de los niños y ancianos.	-Palabras, imágenes o referencias a la juventud y rechazo por la niñez o la vejez como etapas con las que se desea tener afecto o sexo.

ANEXO No. 2.
GUÍA DE ANÁLISIS USANDO REPRESENTACIONES SOCIALES

ANÁLISIS		
CATEGORÍA	DEFINICIÓN DE LA CATEGORÍA	IMÁGENES, PALABRAS, FRASES ASOCIADAS
1.Objetivación de la hetero-normatividad.	Sistema de creencias o conocimientos que tiene el sujeto y que corresponden con una visión heterosexual	Masculinidad, masculino, seriedad, bisexualidad, varón, varonil, casados, vida hetero, activo,

2. Objetivación de la homosexualidad	del mundo Sistema de creencias o conocimientos que tiene el sujeto y que corresponden con una visión homosexual del mundo	discreción, macho, reservados. Locas, plumas, pasivos, amanerados, femeninos, penetración, sexo, sexo oral, tríos, orgías, no compromisos, amistad, barebacking, tetillas, juegos sexuales.
3. Anclaje de la homosexualidad	Conocimientos nuevos/extraños sobre la homosexualidad que intenta integrar cognitivamente el sujeto al sistema de pensamiento e incorporarlo en un marco conocido para las conversaciones cotidianas. Me sirve para conocer cuáles conocimientos intenta asimilar el usuario a su red cognitiva para ser usado.	Es un sitio para sexo, existencia de afeminados, se puede ser insultado en esta red, existencia de hombres que no actúen como varones
4. Información sobre la homosexualidad	Qué dicen saber los sujetos sobre el tipo de encuentros que se pueden realizar a través de esta red virtual.	Presencia de hombres serios, varoniles, bisexuales, para tener sexo. Para amistad, o relación.
5. Campo de representación: -Sexismo -Misoginia -Homofobia -Adultismo	Qué creen y cómo interpretan los sujetos el mundo homosexual ¿Hay interpretaciones de carácter sexista, misóginas, homofóbicas y adultistas en estos perfiles?	Sexistas: tendencia a promover solo situaciones sexuales, ejercicio del poder, sometimiento. Misóginos: Rechazo a conductas femeninas, pasividad del varón, o visión del cuerpo como objeto sexual. Homofóbicos: Referencia al rechazo de compromisos afectivos, afeminamientos. Adultistas: referencia a

		desprecio por jóvenes o hombres mayores
6.Actitudes heteronormativas: -Sexismo -Misoginia -Homofobia -Adultismo	Qué valoraciones positivas o negativas realizan los sujetos sobre los objetos sociales. Hay valoraciones de carácter sexista, misóginas, ¿homofóbicas y adultistas en estos perfiles?	Sexismo: + Positivo: ejercicio sexual en todas sus formas -Negativo: Manifestación de aspirar a contacto emocional antes que a contacto sexual Misoginia: +Positivo: aceptación de rasgos femeninos y pasividad en el varón -Negativo: hombres afeminados, solo pasivos Homofobia: +Positivo: El varón debe ser serio aunque le guste otro hombre. El sexo es un valor positivo. Apariencia heterosexual y comportamiento heterosexual. -Negativo: comportamientos de mujer, estética afeminada, que deseen compromiso afectivo. Adultismo: +Positivo: aceptación de hombres sin importar la edad. -Negativo: Rechazo por jóvenes menores a 20 años o personas mayores a 40 años.

