

# El consum rosa i les seues ombres



**EL TEMPS observa l'actualitat de la cultura gai, analitza els avantatges i les misèries de la seua comercialització i examina la significació del seu cinema. En el panorama resultant hi ha llum... però també moltes ombres.**

**C**al ser exultantment efeminat i vestir de Gucci, per exercir avui com a home gai? Cal anar a les illes gregues de vacances a través d'una agència de viatges "rosa"? Cal assistir —amb un èxtasi a la boca— a les festes que la promotora barcelonessa gai *Matinée* i el superclub "homo" anglès *Trade* organitzen a la discoteca *El Divino* d'Eivissa? I cal pagar amb divina despreocupació més de 7.000 pessetes en la porta? Cal ser modern, intel·ligent, sensible, comprensiu i seductor? Cal tenir un cos d'infart, musculat en un gimnàs rosa, per ser reconegut com un vertader gai *guai* del 2000?

Sembla que sí, segons ens diuen bona part de les revistes, i de les discoteques, i del disseny de moda, i d'Internet, i de la fotografia, i de tantes manifestacions culturals o de consum més adreçades al públic gai. La imbricació de la cultura rosa en la societat de consum ha donat com a resultat un estereotip: el gai ha de ser especial, adinerat i guapo —més que l'heterosexual— o no serà. Un estereotip potenciat des de molts focus del col·lectiu homosexual. Un estereotip devot del culte al present, fruit dels valors individualistes, reduccionistes i economicistes que marquen l'actualitat.

Una cosa semblant, menys estrident, succeeix amb les lesbianes. La lesbiana *mola* (dóna color a la societat) si està bona, vesteix roba de *Chloe* i és femenina, a l'estil de les supermodels de vida extrema. A l'estil de la moda del lesbianisme entre maniquís i jovenetes *techno* que publiciten els mitjans des de fa temps, i que esquitxa les passarel·les i els clubs més *chic*.

Bé. I què poden fer els gais i lesbianes que no són tan atractius ni suggerents ni *fashion victims*?

Què pot fer aquesta part —potser la majoria— dels homosexuals del nostre país (al voltant del 10% de la població total)? En principi, sentir-se fotuts. Perquè des dels mateixos engranatges econòmics de la comunitat gai, se'ls diu que ells... no hi compten, o compten

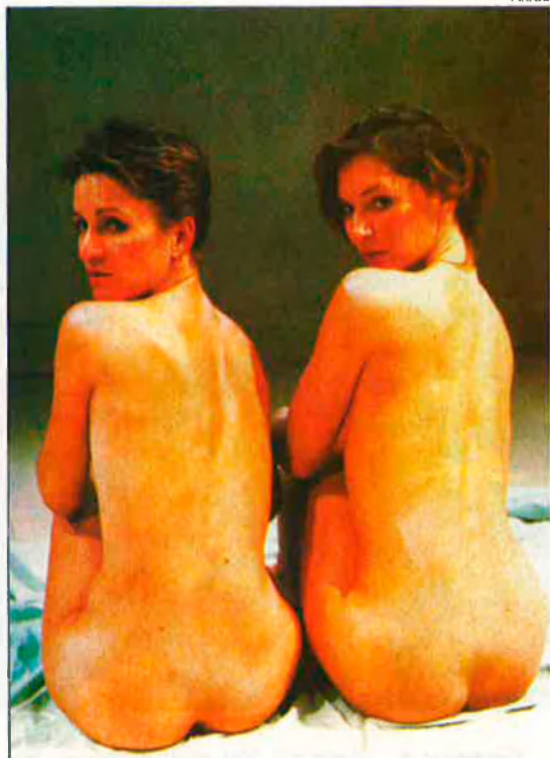
menys que els altres. I que han de buscar acostar-se a l'estereotip que bateja al cor de "la peseta rosa", la manera d'anomenar el conjunt de serveis que tenen per finalitat cobrir les necessitats comercials del consumidor gai.

No és una tendència autòctona. A Anglaterra es diu "lliura rosa", als Estats Units, "dòlar rosa". Com tot, ha estat un fenomen internacional que va germinar als països anglosaxons.

**Globalització gai.** Abans, però, que la globalització de l'economia rosa, va arribar la proliferació global de manifestacions artístiques gai d'última fornada. De manera cridanera, esclataren als Estats Units a mitjan anys 80, quan la sida destrossava els conceptes d'alliberament homosexual i reforçava l'homofòbia. Però una sèrie d'artistes radicals americans (com ara els integrants del col·lectiu novaiorquès Gran Fury), exposaven manifestacions artístiques en què reivindicaven amb ràbia la condició gai. Al nostre país, el videoartista Carles Congost, a Barcelona, o el creador fotogràfic Alex Francés, a València, han fet el mateix, però ja durant els anys noranta, quan l'ona ianqui va donar exemple, i quan el cinema (vegeu pàgina 24) ha parat atenció al fenomen.

En l'aspecte estètic, a principis dels noranta es va estendre pel nostre país un fenomen amb certes connexions amb l'eclosió d'aquest art. Per contrarestar l'efecte intimidatori de la sida, i per refermar sense prejudicis la condició de gai, es va posar de moda el *look* cepat, sa, de gimnàs. Un culte al cos que arribava des d'Europa i Amèrica a les platges i els clubs d'Eivissa i Sitges, epicentres del turisme gai. Era una manera de fugir de l'aspecte malaltís que havia estat de moda durant els primers 80, i que havia acabat associat al patiment de la sida. I també una manera d'escopir a la cara de la perversitat social. De mostrar que un gai podia ser el més atractiu, el més saludable, el tipus d'home pel qual sospiren les dones... i que queda fora del seu abast. Fora de l'abast heterosexual.

Finalment, però, el model estètic que un dia va servir de mecanisme de refermament del moviment gai va acabar traslladant el seu patró al món heterosexual. Va perdre, així, tot significat reivindicatiu i es va quedar només com un model de bellesa física que, fins avui, no ha fet més que reforçar-se. Aquest model, com l'art que l'utilitza, ha acabat acceptat per la societat majoritària fins al punt que avui són acollides amb general simpatia -tot



i que no falten les protestes cavernícoles— les exposicions artístiques estrictament gai promogudes per les institucions.

"En canvi —diu Juan Vicente Aliaga, professor en la facultat de Belles Arts de València i coautor del llibre *Identidad y diferencia, sobre la cultura gay en España*— l'art que tracta la temàtica lèsbica ho fa de manera menys carnal, menys física que el gai, adreçant-se més a la representació de sentiments". Una expressió subtil, complexa, que potser té a veure amb el fet que les lesbianes, com diu María José, membre del Col·lectiu Lambda de Gais i Lesbianes de València, "hem patit una discriminació doble, la de dona, i la de lesbiana", que ha provocat que adopten una actitud estètica i pública més silenciosa, més tímida, que segueix un ritme més pausat que el de la comunitat gai.

El fet és que la societat heterosexual contempla amb pitjors ulls l'homosexualitat femenina que la masculina. Fins i tot des del punt de vista cultural. Mentre que les traduccions al castellà i al català de llibres de temàtica gai han augmentat, les d'orientació

En l'altra pàgina, obra dels artistes gai francesos Pierre et Gilles. L'exposició que el Museu de Belles Arts de València els va dedicar l'any 98 fou tot un èxit. En aquesta pàgina, dalt, una fotografia de temàtica lèsbica. A sota, un moment en la presentació de l'últim disc de la cantant Mónica Naranjo, autèntica icona gai.

EFE





**Celebració a Amsterdam del dia de l'Orgull Gai.** L'hedonisme i el culte al cos formen part de l'estereotip homosexual masculí.

femenina són molt escasses. El mateix succeeix amb els autors catalans: la reedició a càrrec de l'editorial 3 i 4 d'*El Mar*, de Blai Bonet; la propera edició en català de *Para entendernos. Diccionario de cultura homosexual*, del valencià Albert Mira; o reculls de contes d'autors catalans, com *Històries de barons*, de l'editorial Llibres de l'Índex, mostren l'interès comercial que pot suscitar l'edició de literatura homosexual per a homes. I mostren que en canvi, es deixa més de banda la de dones (tot i que són millors compradores de llibres!). En els ravals de la cultura, també pot advertir-se: una de cada deu pel·lícules porno estrenades en vídeo són de temàtica gai masculina. El nombre de les de temàtica femenina és molt menor. I en realitat s'adrecen a consumidors masculins heterossexuals.

**Ets gai? Consumeix gai!** La major contenció del moviment lèsbic ha provocat una certa resistència entre les lesbianes a exhibir la seua condició sexual. De fet, en un famós exemplar de l'any 98 de l'edició internacional de la revista *Out*, es feia pública la llista dels cent homosexuals més influents del món... i la ma-

**Algunes crítiques apunten que 'la pesseta rosa' pot reduir a un gueto i a la frivolitat la condició d'homosexual.**

joria eren homes. Encara més: tant als mitjans de comunicació com a la vida pública de l'estat espanyol, és cada vegada més habitual el reconeixement de l'homosexualitat masculina (el *show-man* Borís Izaguirre, el coreògraf Nacho Duato, el presentador Jesús Vázquez, o el parlamentari del PSC Miquel Iceta ho han reconegut). Pel que fa a la femenina, silenci.

Aquesta "eixida de l'armari"; sumada a altres fenòmens totalment digerits per la societat majoritària, com ara la moda de veure *drag queens* a les discoteques o l'admiració pel *look* masculí de culte al cos, han contri-

buït decididament a una major acceptació de l'home homo. Fins i tot existeix una plataforma gai del PP—eminentment masculina—tot i que no sembla tenir una relació gaire intensa amb el partit.

Si hi afegim que distintes enquestes (fetes per consultores adreçades al sector homosexual) indiquen que el col·lectiu homo de l'estat espanyol disposa de més de tres bilions de pessetes anuals per a gastar (la major part, en mans dels homes); que prop de 300.000 milions els destinen a roba i calcer i més de 150.000 milions a oci (molt més que la mitjana heterosexual); que molts homes gai són parella sense fills; que demanden un tipus de consum específic—un esquema que ha donat grans resultats a l'estranger—; i que la revista britànica *Gay Times* recomanava al juny del 1999 que era el moment ideal "per a ser gai a Espanya", era qüestió de temps que eclosionara al nostre territori el vessant més consumista del "poder gai". I també, que es bassara sobretot en l'home, en l'estereotip de gai guapo-divertit (potenciat pels gimnasos, la roba de marca i la cirurgia plàstica en clíniques gais: negocis a explotar) i en les indicacions estadístiques que apunten que entre molts enquestats, el nivell econòmic és alt.

Així doncs, l'oferta comercial adreçada a aquest sector és cadia dia major. En els últims anys han conegut l'èxit diversos grups o intèrprets musicals que encaixen amb la iconografia gai (com ara la diva de les *drag queens* Mónica Naranjo). S'han posat en circulació revistes al quiosc (com la madrilenya *Zero*, amb un tiratge de 50.000 exemplars i que ofereix bons columnistes i continguts inquilts) o d'altres de gratuïtes (com *Shangay*, a Madrid, o *Nois* i *Punto H*, a Barcelona). S'han estès rumors sobre la futura creació d'un canal gai en la plataforma Vía Digital. A Internet s'ha posat en funcionament *Hispagay*, portal que ofereix tota mena de serveis i informació borsària, pensant en el públic d'alt nivell. A més a més, els

webs de contingut eròtic homo ocupen entre el 10% i el 20% de l'oferta eròtica en la xarxa.

Així, no ens haurien de sorprendre casos com el l'anomenat "Gaixample" a Barcelona (entre el carrer d'Aragó i la Gran Via, i entre Urgell i Balmes) o el barri del Carme a València, unes zones que de mica en mica han anat concentrant el gruix dels establiments (tant d'oci, com d'altres serveis) per a públic gai. És l'esperit del capitalisme aplicat a un sector: concentrar el consum, delimitar-lo, donar la màxima oferta, i traure'n profit. És també el cas de l'empresa Servi-G, que ofereix a Barcelona i a València serveis de professionals homosexuals de qualsevol tipus (advocats, metges, electricistes) per a públic homosexual. L'aspecte positiu de la idea —que el públic gai es puga expressar sense cap coartada discriminatòria—, però, ha rebut crítiques de diversos sectors dins del mateix col·lectiu homosexual. Crítiques que fan referència a la possibilitat que alguns aspectes de la capitalització del sector puguen acabar reduint a un gueto i a la frivolitat la condició d'homosexual.

**La desideologització.** Arran de discrepàncies d'aquest tipus, l'any passat es va produir una escissió entre les associacions gais de Barcelona i els propietaris de locals en arribar a la celebració del dia de l'Orgull Gai: mentre que les primeres es reuniren en manifestació reivindicativa, els segons escolliren celebrar-lo... amb una festa ben grossa. Eugeni Rodríguez, portaveu del Front d'Alliberament Gai de Catalunya (FAGC), considera indignant el fenomen del Gaixample i de "la pesseta rosa": "Discrimina la dona, que pràcticament no té en compte, i només considera el moviment gai per traure'n diners. A més a més promou un model molt classista d'allò que significa ser homosexual". Per Rodríguez, "tot és un intent de donar una falsa normalitat a una situació, la de l'homosexual, que, ni de bon tros està normalitzada."

El portaveu del FAGC posa com a exemple la mort d'un jove gai a Andorra el passat dia 14 a mans d'uns *skins*: "Encara cal lluitar per coses tan bàsiques com els drets humans; si ho perdem de vista —insisteix— part del col·lectiu pot quedar-se sense contingut ideològic, que ja hem de donar gràcies per allò que tenim".

De manera semblant s'expressa l'escriptor Juan Vicente Aliaga: "Hi ha un gran perill, que els joves gais acaben pensant que, com que són tan alegres i moderns, ja no necessiten res més fora de tal barri o tal altre, i que això, d'una banda, provoqui una progressiva desideologització de la consciència gai, i de l'altra, acabe convertint aquests barris en una mena de reserves gai". Segons Aliaga, aquesta situació potser és la que li convé a la part més deplorable de la societat heterosexual: "Als Estats Units, la dreta cristiana s'ha aprofitat de la imatge autocomplaent de part dels gais per fer veure que ja estan massa contents i no necessiten cap dret més. Això algun dia es pot estendre fora d'aquell país".

No obstant això, els serveis domèstics per a homosexuals certament poden facilitar la vida a molts dels qui pateixen discriminació. "Això pot ajudar —diu Juan Alborni, de la llibreria valenciana El Cobertizo, especialitzada en temàtica gai i lèsbica— a aquells que no vulguen exposar-se viure experiències com ara que un electricista vingui a casa teua i faci una rialleta en veure que tens una foto amb el teu nuvi. Hi ha gent que necessita aquesta sensació de seguretat, la seguretat que, almenys a ta casa, no vulneraran la teua condició d'homosexual, que ja es vulnera bastant al carrer."

Juan Alborni es mostra contrari al reduccionisme que fan les enquestes sobre la despreocupació i el poder adquisitiu del col·lectiu gai. "La majoria dels meus amics gais no tenen feina, com la majoria dels meus amics heterosexuals", afegeix. "No obstant això



—matisa— també el gai té el dret a ser consumista i gregari com el més vulgar dels heterosexuals." La seua llibreria és, en canvi, tot el contrari: agosarada però exquisida, acurada en tot detall. "No penses que hi ha un gran negoci ací! Vaig treballant, perquè no hi ha cap altre establiment com aquest a València i el futur comercial és l'especialització. Això del "poder rosa" és una bombolla dels mitjans". És el mateix que pensa Albert Mira, l'autor del fonamental diccionari de cultura gai *Para entendernos*: "A mi em fa mala olor que els mitjans parlen de poder gai, com si digueren: prepareu-vos, volen envair-nos!". "Pot haver-hi màfies rosa— pensa— però n'hi ha moltes més d'homòfobes". I conclou, assenyalant una evidència: "Per molt que puga donar-se un poder gai, queda compensat pel poder de sempre, que és molt heterosexual." I molt de poder.

**Joan M. Oleaque**  
(amb informacions de **Lluc Soler**)

**Juan Alborni és el propietari de la suggestiva llibreria valenciana El Cobertizo, especialitzada en el camp gai i lèsbic. Amb la llibreria Antinous i l'editorial Llibres de l'Índex, totes dues de Barcelona, El Cobertizo convoca enguany una beca de creació literària gai i lèsbica per incentivar la narrativa homosexual.**

RAFA GIL