Segundo Congreso Nacional de Estudios Interdisciplinares sobre Diversidad y Disidencias Sexuales y de Género. Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, 2026.

Imagen corporal en hombres gays: modos de sentir, habitar y odiar el cuerpo.

Correia, Ewerton.

Cita:

Correia, Ewerton (2026). *Imagen corporal en hombres gays: modos de sentir, habitar y odiar el cuerpo. Segundo Congreso Nacional de Estudios Interdisciplinares sobre Diversidad y Disidencias Sexuales y de Género. Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/2congresodiversidad/28

ARK: https://n2t.net/ark:/13683/eqyo/QPH



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.

Imagen corporal en hombres gays: modos de sentir, habitar y odiar el cuerpo

Ewerton Correia[1]

La presente comunicación presenta un recorte de una investigación de maestría en curso, titulada **Imagen corporal en hombres gays: dispositivos escénico-performativos para la creación de un teatro visual homoerótico-afectivo**, desarrollada en la Universidade de São Paulo (USP), en Brasil.

El estudio se fundamenta en el concepto de imagen corporal sistematizado por Paul Schilder: “Se entiende por imagen corporal del cuerpo humano la figuración de nuestro cuerpo formada en nuestra mente, es decir, el modo en que el cuerpo se presenta ante nosotros” (SCHILDER, 1994, p. 11, traducción propia). De este modo, el cuerpo que cada individuo experimenta no corresponde necesariamente a su materialidad concreta. Existe una distancia posible entre el cuerpo-materia y la imagen que el sujeto construye sobre él.

Esta imagen no es fija, ella se encuentra en constante transformación a partir de experiencias, expectativas, memorias, deseos y relaciones que el sujeto establece con el mundo. Para Schilder (1994), la imagen corporal atraviesa un proceso permanente de autoconstrucción y autodestrucción interna. El autor afirma que la imagen corporal no se basa únicamente en asociaciones, memorias y experiencias, sino también en “intenciones, aspiraciones y tendencias” (SCHILDER, 1994, p. 318, traducción propia). El cuerpo que percibimos es, entonces, también un cuerpo que imaginamos, deseamos y proyectamos.

Para comprender este proceso, la investigación establece un diálogo con el psicoanálisis, especialmente con el concepto lacaniano del estadio del espejo. Para Lacan (1996), este momento constituye un proceso fundamental para la construcción del yo, cuando el niño entra en contacto con su propia imagen y puede reconocerse como una totalidad diferenciada del mundo que lo rodea. Sin embargo, esta

[1] Artista brasileño, director teatral e investigador del arte LGBTQIA+. Graduado en Artes Escénicas y maestrando en Imagen Corporal y Sexualidad en el Programa de Posgrado en Artes Escénicas de la Escola de Comunicações e Artes de la Universidade de São Paulo (PPGAC-ECA-USP).
E-mail: ewacorreia@gmail.com

identificación no ocurre únicamente por medio de la percepción visual. Según Brousse, “lo que posibilita que el niño se identifique con esa imagen en el espejo es la palabra del Otro[2], es decir, el lenguaje” (2014, p. 5, traducción propia).

La palabra que nombra, clasifica y atribuye valores al cuerpo participa de su construcción. Características físicas que podrían ser percibidas inicialmente apenas como diferencias materiales pasan a adquirir significados sociales. Un cuerpo puede ser nombrado como bello, feo, gordo, delgado, masculino, afeminado, deseable o rechazable. Estas categorías no describen solamente el cuerpo: también producen efectos sobre la manera en que el sujeto pasa a percibirlo.

La imagen corporal es un fenómeno que ha sido estudiado desde diferentes perspectivas teóricas. Cash y Smolak (2011) identifican seis perspectivas de abordaje sobre el tema: Evolutiva, Genética/Neurocientífica, Cognitivo-Conductual, Psicología Positiva, Feminista y Sociocultural.

La perspectiva sociocultural resulta particularmente importante para este análisis. Según Carvalho y Ferreira (2019, p. 43), esta perspectiva parte de la existencia de un modelo corporal ideal particular en cada sociedad, construido a partir de aspectos histórico-culturales y reforzado por diferentes medios de comunicación. Una vez internalizado, este modelo puede influir tanto en la insatisfacción corporal como en comportamientos destinados a modificar el cuerpo.

En el caso de los hombres gays cisgénero, estos ideales se articulan con determinadas formas de masculinidad y deseabilidad. Juventud, musculatura, definición muscular, barba, vello corporal y determinadas formas de performatividad masculina aparecen recurrentemente como atributos valorizados dentro de las culturas visuales contemporáneas. La cuestión no está solamente en que determinados cuerpos sean considerados más bellos que otros, sino en que algunos cuerpos pasan a ocupar una posición privilegiada dentro de una economía del deseo.

Esta relación entre homosexualidad masculina y determinados modelos corporales también posee una dimensión histórica. En el contexto brasileño, la pandemia de sida constituye un marcador importante para comprender las

[2] El concepto psicoanalítico de Otro (escrito con mayúscula), o Gran Otro, al que hace referencia la autora, designa el espacio simbólico del lenguaje, la cultura, las leyes y el discurso, que organiza la experiencia humana y ante el cual el sujeto se constituye y se comunica.

transformaciones en la representación social del cuerpo gay. Durante la pandemia, los hombres homosexuales fueron responsabilizados por la propagación de la enfermedad, y sus deseos y prácticas sexuales fueron convertidos en objetos de condena moral y control epidemiológico (MISKOLCI, 2017,p.58). La homosexualidad, que anteriormente había sido asociada con la enfermedad mental, pasó a ser vinculada con la idea de peligro colectivo y contaminación.

El cuerpo del hombre gay fue, de esta manera, inscrito en un imaginario de enfermedad. En el auge de las muertes provocadas por el sida, las representaciones de hombres homosexuales estuvieron atravesadas por imágenes de cuerpos debilitados, delgados, enfermos y próximos a la muerte. La epidemia no produjo solamente consecuencias sanitarias, sino también transformaciones profundas en las formas de comprender individual y colectivamente el deseo entre personas del mismo sexo.

Según Miskolci (2017,p.58), la asociación entre homosexualidad y enfermedad de transmisión sexual contribuyó, en Brasil, a la aparición durante la década de 1980 de aquello que llegó a denominarse “generación salud”, marcada por la práctica de ejercicios físicos y por el ideal del cuerpo definido. El hombre musculoso comenzó a ser denominado popularmente “sarado”, término que establecía una asociación simbólica entre estar musculoso y estar libre de la enfermedad. De esta manera, el cuerpo definido pasó a ocupar una posición modelar entre hombres homosexuales, prolongando su influencia hasta el presente.

Esta transformación permite observar que los ideales corporales no son naturales ni permanentes. Si en determinado momento histórico el cuerpo gay podía ser representado como enfermo, debilitado y moribundo, posteriormente el cuerpo musculoso pasó a funcionar como una imagen de salud, virilidad y deseabilidad.

La consolidación de este ideal corporal también se relacionó con la necesidad de seleccionar parejas en un contexto marcado por el pánico sexual. Miskolci (2017, p.59) señala que, durante la pandemia, se fortaleció la búsqueda de hombres considerados “fuera del medio” homosexual, bajo la creencia de que tendrían menor probabilidad de estar contaminados por el VIH. Buscar determinados cuerpos y determinados sujetos

podía convertirse, por lo tanto, en una estrategia de protección, pero también en una forma de producir distinciones morales dentro de la propia comunidad.

Aunque las condiciones históricas y culturales no sean idénticas entre Brasil y Argentina, este proceso permite observar cómo la imagen corporal de los hombres gays se encuentra atravesada por acontecimientos sociales concretos. Los modelos corporales que hoy parecen evidentes son resultado de procesos históricos de producción de sentido y no pueden ser comprendidos únicamente desde una perspectiva individual.

Datos divulgados por el Grupo de Pesquisa sobre Distúrbios de Imagem Corporal de la Universidade Federal de Juiz de Fora indican una prevalencia de trastornos alimentarios entre hombres gays y bisexuales significativamente mayor que entre los grupos de heterossexuales analizados, llegando a ser quince veces superior según los datos presentados en 2024 (TRANSTORNOS ALIMENTARES…, 2024). Estos datos permiten observar que la imagen corporal no constituye una cuestión superficial relacionada únicamente con la estética. El cuerpo puede convertirse en un territorio de conflicto, sufrimiento y búsqueda permanente de adecuación.

Alves y Liedke (2023) relacionan parte de estas experiencias con el trauma del abandono y del rechazo vivido por personas LGBT+ en diferentes instituciones sociales. Para los autores, la compensación por experiencias de rechazo puede aparecer como una búsqueda insaciable de atención y admiración, acompañada de una hipervalorización de la propia imagen (ALVES; LIEDKE, 2023, p. 188-189). La imagen corporal puede convertirse así en un espacio privilegiado para la búsqueda de reconocimiento.

En la contemporaneidad, esta búsqueda encuentra un territorio especialmente significativo en las aplicaciones de relacionamiento. Grindr, Tinder, Scruff y Hornet, entre otras plataformas, median actualmente la búsqueda de hombres gays por relaciones afectivas, encuentros sexuales o vínculos ocasionales. Nunca pareció tan fácil acceder a potenciales parejas. Sin embargo, la ampliación de las posibilidades de encuentro también produce una experiencia permanente de comparación, selección y descarte.

Las tecnologías siempre participaron de la transformación de las formas de relacionamiento. Miskolci (2017) demuestra cómo diferentes tecnologías modificaron históricamente las posibilidades de encuentro en el contexto brasileño, desde el automóvil y el cine hasta el teléfono, los clasificados de periódicos, las líneas telefónicas y las salas de chat. Según el autor, estas tecnologías no fueron solamente facilitadoras de deseos preexistentes, sino que también modificaron profundamente las formas de desear y relacionarse.

Con los smartphones, esta transformación adquiere una escala inédita. La posibilidad de acceder permanentemente a una gran cantidad de potenciales parejas individualiza la experiencia del flirteo y amplía el campo de elección. En las aplicaciones, el rechazo puede ocurrir silenciosamente, mediante un deslizamiento de pantalla, un mensaje sin respuesta o una conversación que desaparece. Elegir y ser elegido se convierten en acciones rápidas, repetibles y potencialmente infinitas.

En Grindr, por ejemplo, la proximidad geográfica organiza buena parte de la experiencia. Diferentes cuerpos aparecen simultáneamente en una pantalla, formando una especie de catálogo humano en el que fotografías, nombres, edades, descripciones y símbolos funcionan como informaciones para una decisión rápida. El usuario no solamente observa a los demás: también necesita producir una imagen de sí mismo capaz de disputar atención.

Esta dinámica puede ser relacionada con la lógica de la sociedad de consumo propuesta por Bauman (2008). En una sociedad en la que los individuos también son transformados en mercancías, la construcción de una identidad pasa a estar atravesada por valores de mercado. No basta con existir: es necesario resultar atractivo, diferenciarse y mantenerse competitivo.

En las aplicaciones, esta lógica se vuelve particularmente evidente. Una fotografía tomada en un gimnasio puede comunicar disciplina, salud y musculatura. Una fotografía en la playa puede sugerir ocio y juventud. Una fotografía sin camisa puede destacar el cuerpo como atributo sexual. La imagen no muestra solamente aquello que el individuo es, sino aquello que considera necesario mostrar para ser elegido.

La relación entre cuerpo e imagen corporal pasa, entonces, a estar directamente vinculada con la experiencia de elección. El sujeto no solamente se pregunta “¿me

gusta este cuerpo?", sino también "¿este cuerpo será elegido?". La percepción del propio cuerpo puede comenzar a organizarse a partir de su valor dentro de una economía del deseo.

Esta cuestión permite aproximar la búsqueda de parejas en aplicaciones a los rituales de consumo. McCracken (2007) identifica rituales de intercambio, posesión, cuidados personales y despojo como momentos mediante los cuales los significados culturales circulan entre los bienes de consumo y los consumidores. Perez (2020), a partir de una actualización de estos procesos en el contexto latinoamericano, propone cinco etapas: búsqueda, compra, uso, posesión y descarte.

La etapa de búsqueda resulta especialmente productiva para pensar las aplicaciones de relacionamiento. En ella se realizan procesos de elección, comparación y recopilación de información sobre aquello que se desea. El usuario observa fotografías, lee descripciones, compara atributos y construye rápidamente hipótesis sobre la persona que aparece en pantalla.

Sin embargo, existe una diferencia fundamental entre las aplicaciones y otras formas de consumo. En una tienda, la búsqueda tiene como expectativa final la compra. En las aplicaciones, la conclusión del proceso puede ser contraria al interés de la propia plataforma. Si el usuario encuentra una pareja estable y deja de utilizarla, el aplicativo pierde uno de sus consumidores. Por ello, podemos afirmar que estas plataformas no son solamente herramientas para **encontrar** parejas, sino herramientas para **buscar** parejas.

Encontrar implica la posibilidad de concluir un proceso. Buscar permite que el proceso continúe indefinidamente. Siempre puede existir otro perfil, otro cuerpo, otro hombre potencialmente más atractivo, más joven, más musculoso o más compatible. La elección de un hombre puede significar, simultáneamente, la renuncia a todos los otros hombres que podrían aparecer después.

La búsqueda puede convertirse, así, en un objeto de goce. El desplazamiento de perfiles, la recepción de mensajes, los matches, las fotografías y las nuevas posibilidades producen una sensación constante de disponibilidad. El sujeto no necesita necesariamente concretar una relación para experimentar la sensación de haber sido deseado. Ser elegido se convierte en una forma de validación simbólica.

En este circuito, el silencio, el rechazo o la ausencia de interacciones pueden ser interpretados como evidencias de insuficiencia corporal. Una fotografía que recibe atención puede ser repetida; otra que es ignorada puede ser eliminada. Un atributo corporal valorizado puede recibir mayor inversión. La imagen corporal entra en un proceso de autoconstrucción y autodestrucción que ya no se organiza solamente por medio del espejo, sino también por las respuestas producidas por las pantallas.

Los rituales de consumo aparecen, por lo tanto, tanto en la elección del otro como en la construcción de sí mismo como objeto deseable. Publicar una fotografía, sustituirla, modificar el ángulo, mostrar una parte específica del cuerpo u ocultar otra son prácticas de gestión de la propia imagen. El sujeto busca, compara, selecciona, modifica y descarta representaciones de sí mismo.

En Grindr, esta lógica también puede observarse en los nombres, descripciones y emojis. Estos elementos funcionan como signos capaces de comunicar preferencias sexuales, fetiches, prácticas y posiciones dentro de las dinámicas de la plataforma. El cuerpo presentado para el consumo no aparece solamente como fotografía, sino también como un conjunto de signos que facilitan su clasificación.

La rapidez de estas interacciones produce una experiencia particular del cuerpo. Antes de conocer al otro, el usuario ya realizó diversas operaciones de interpretación. El cuerpo aparece fragmentado en imágenes, atributos y signos. El rostro puede ser evaluado separadamente del torso; la musculatura puede adquirir más importancia que la personalidad; determinadas partes del cuerpo pueden ser mostradas para producir una respuesta sexual específica. La totalidad corporal reconocida en el estadio del espejo es, de esta manera, nuevamente fragmentada por las lógicas contemporáneas de visualización y consumo.

No se trata de afirmar que todos los hombres gays experimentan las aplicaciones de la misma manera. Estas plataformas también pueden ampliar las posibilidades de encuentro, especialmente para personas que viven en contextos donde la sociabilidad homosexual continúa siendo limitada. La tecnología puede proporcionar privacidad, autonomía y acceso a personas que difícilmente serían encontradas fuera de esos espacios.

La cuestión central está en reconocer la ambivalencia de estas herramientas. Las aplicaciones pueden ampliar las posibilidades de sociabilidad al mismo tiempo que reproducen jerarquías y modelos restrictivos de deseabilidad. Alves y Liedke (2023) observan que el anonimato puede favorecer discursos machistas, racistas y discriminatorios bajo la protección de la frase “no sos mi tipo” (traducción propia). La posibilidad de elegir también puede convertirse en una posibilidad de excluir.

En este contexto, sentir, habitar y odiar el propio cuerpo pueden ser comprendidos como experiencias relacionadas con una economía contemporánea del deseo. Sentir el cuerpo significa experimentar sus sensaciones, deseos y afectos. Habitarlo implica construir una relación cotidiana con su materialidad y con la imagen que se tiene de ella. Odiarlo puede surgir cuando la distancia entre el cuerpo que se posee y el cuerpo que se considera necesario poseer se vuelve demasiado grande.

La imagen corporal de los hombres gays, por lo tanto, no puede ser comprendida exclusivamente como una cuestión individual. Se construye en relación con las miradas de los otros, con los modelos corporales disponibles, con los discursos sociales sobre masculinidad y sexualidad y, actualmente, con arquitecturas digitales que organizan las posibilidades de elegir y ser elegido.

La pantalla de las aplicaciones puede ser comprendida como una nueva superficie de encuentro entre el yo y el Otro. Ya no se trata solamente de mirarse en el espejo para descubrir qué cuerpo se tiene, sino también de observarse a través de la mirada imaginada de aquellos que podrían elegirnos. La pregunta “¿cómo me veo?” se aproxima cada vez más a otra: “¿cómo necesito verme para ser elegido?”.

La investigación parte, finalmente, de la hipótesis de que las dinámicas de consumo presentes en las aplicaciones de relacionamiento no afectan solamente la manera en que los hombres gays buscan parejas, sino también la manera en que construyen, perciben y experimentan sus propios cuerpos. En una cultura marcada por la abundancia de opciones, elegir y ser elegido se convierten en prácticas atravesadas por comparación, deseo, rechazo y validación.

La paradoja contemporánea consiste en que nunca hubo tantos cuerpos disponibles para el encuentro y, al mismo tiempo, nunca pareció tan necesario demostrar que nuestro propio cuerpo merece ser elegido. En este escenario, la

búsqueda puede convertirse en un fin en sí mismo y el cuerpo, en una mercancía que necesita actualizarse permanentemente. La imagen corporal se encuentra así en movimiento constante entre aquello que somos, aquello que deseamos ser y aquello que imaginamos que los otros desean encontrar. Es en este espacio de tensión que se producen modos contemporáneos de sentir, habitar y, también, odiar el cuerpo.

Referencias bibliográficas

ALVES, André; LIEDKE, Lucas. Vibes em análise: psicanálise para escutar as vibrações da cultura contemporânea. 1. ed. São Paulo: Nacional, 2023.

BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo: la transformación de las personas en mercancía. Traducción de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BROUSSE, Marie-Hélène. Corpos lacanianos: novidades contemporâneas sobre o Estádio do espelho. Opção Lacaniana online nova série, São Paulo, año 5, n. 15, nov. 2014.

CARVALHO, Pedro Henrique Berbert de; FERREIRA, Maria Elisa Caputo. Corpo, cultura e imagem corporal: a educação física nessas intricadas relações. In: CARVALHO, Pedro Henrique Berbert de; SOARES, João Paulo Fernandes; BANDEIRA, Marília Martins (orgs.). Corpos em movimento: imagens, gêneros e interculturalidades. Curitiba: Appris, 2019. p. 41-56.

CASH, Thomas F.; SMOLAK, Linda. Body image: A handbook of science, practice, and prevention. 2. ed. New York: The Guilford Press, 2011.

LACAN, Jacques. O estádio do espelho como formador da função do eu. In: ŽIŽEK, Slavoj (org.). Um mapa da ideologia. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

MCCRACKEN, Grant. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, 2007.

MISKOLCI, Richard. Desejos digitais: uma análise sociológica da busca por parceiros on-line. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

PEREZ, Clotilde. Há limites para o consumo? Coleção Interrogações. Coordenação de Lucia Santaella. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2020. E-book.

SCHILDER, Paul. A imagem do corpo: energias construtivas da psique. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

TRANSTORNOS alimentares: prevalência entre homens gays e bissexuais é 15 vezes maior. Notícias UFJF, Juiz de Fora, 21 out. 2024. Disponível em: https://www2.ufjf.br/noticias/2024/10/21/imagem-corporal-como-a-psicologia-e-o-esporte-atuam-em-pacientes-com-transtorno-dismorfico-corporal/. Acesso em: 29 set. 2025.