

**El *camp* español se hace digital: procesos de  
activación patrimonial gay/*queer* mediante  
Instagram**

**Francisco Miguel Ojeda-García**

Universidad de Granada

**Francisco Javier Ogáyar-Marín**

Universidad de Granada



## El *camp* español se hace digital: procesos de activación patrimonial gay/*queer* mediante Instagram

## The Spanish *camp* goes digital: processes of gay/*queer* heritage activation via Instagram

**Francisco Miguel Ojeda-García**

Universidad de Granada

ojedagfran@ugr.es

**Francisco Javier Ogáyar-Marín**

Universidad de Granada

ogayarmarin@ugr.es

Fecha de recepción: 2 de septiembre de 2021

Fecha de aceptación: 28 de mayo de 2022

### Resumen

Actualmente lo *camp*, en tanto que capacidad de resignificación de productos pop y agencia vinculada con personas gay/*queer*, está colonizando los entornos digitales. Así, adquiriendo una visibilidad inalcanzable hasta la fecha y formando parte de importantes procesos culturales y políticos. Al tiempo que ofrece múltiples utilidades en términos lingüísticos y performativos, potenciadas por las oportunidades tecnológicas y digitales. Se presenta un análisis y cartografía del *camp* digital español en términos procesuales, interpretando lo *camp* como recurso patrimonial activado a través de entornos digitales en España. Los objetivos son: a) considerar convergencias entre *camp* español y el uso de las TICs; b) actualizar la cartografía del *camp* español y; c) analizar el papel del *camp* en procesos de identificación personal. Para ello, se ha realizado un análisis visual y de contenido en la red sociodigital Instagram, como uno de los mayores repositorios *camp* del presente.

**Palabras clave:** *Camp*; Digitalización; Patrimonio; Gay/*queer*; Identidad.

### Abstract

Currently, the camp, as a capacity of resignification of pop products and agency linked to gay/queer people, is colonising digital environments. Thus, acquiring a hitherto unattainable visibility and forming part of important cultural and political processes. At the same time, it offers multiple utilities in linguistic and performative terms, enhanced by technological and digital opportunities. An analysis and mapping of the Spanish digital camp is presented in processual terms, interpreting the camp as a heritage resource activated through digital environments in Spain. The objectives are: a) to consider convergences between the Spanish camp and the use of ICTs; b) to update the cartography of the Spanish camp and; c) to analyse the role of the camp in processes of personal identification. To this end, a visual and content analysis has been carried out on the socio-digital network Instagram, as one of the largest camp repositories of the present.

**Keywords:** Camp; Digitalization; Heritage; Gay/Queer; Sexuality; Identity

## 1. INTRODUCCIÓN<sup>1</sup>

Durante años, en el imaginario colectivo, se han reproducido una serie de marcadores asociados con un supuesto «carácter homosexual masculino». En España, este conjunto de elementos y actitudes se han englobado y descrito mediante distintas propuestas terminológicas: «tener pluma», «barroquismo», «amaneramiento», «afeminamiento», «mariposear» o, de manera peyorativa, «perder aceite» y «ser un sarasa». Muchas se han arrastrado a modo de insulto de generación en generación, aludiendo a modelos del ser y estar en el mundo que no encajan en la normatividad del género y la sexualidad.

Recientemente, desde el ámbito académico y como comodín, lo *camp* se ha generalizado para hacer frente a esta línea de conceptos hostiles y dotar de sentido conjunto al inusitado surtido de ítems que intentan definir al sujeto *gay/queer*. Cualidades como la feminidad exuberante, utilizar un lenguaje ácido, estereotipar al extremo, ser muy teatral y dramático, gustar de lo vulgar y lo frívolo, transmutan en el sustrato que nutre la esencia de lo *camp*. No obstante, lo *camp*, no refleja un estado de las cosas sino la atribución de significado que deviene de la interacción entre sujetos y su percepción de determinados objetos y expresiones culturales. Estos pueden encuadrarse en distintos contextos de creación y significación, operando a modo de código común que sirve a la (auto)identificación y discursividad en círculos gay y queer. De hecho, lo que se denomina *camp talk* (hablar camp) o *camp act* (actuar camp) alude directamente al «hacer homosexual», como un acto político de apropiación y resignificación de los prejuicios y tribulaciones que, durante décadas, han servido a la construcción de la alteridad heterosexual/homosexual.

---

<sup>1</sup> El presente artículo se ha elaborado gracias al programa de Formación de Profesorado Universitario (FPU) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, así como del Ministerio de Educación y Formación Profesional (Contratos Predoctorales Ley 14/2011 FPU).

Aquí se propone una relectura del *camp* en términos de recurso patrimonial, aludiendo a un acervo colectivo performativo y lingüístico que, activado, puede generar modelos para ser, relacionarse y hacer de quienes, aquí, se han denominado «usuarios *camp*». Como tal, este activo reside en la acumulación histórica de representaciones socioculturales, a modo de situaciones y recursos imitativos, iconos y expresiones compartidas, de alguna forma institucionalizadas y que guían el comportamiento de personas que se definen como gay o, de manera más amplia y crítica, *queer*. Gran parte del *camp* actual encuentra su nicho en los *mass media* (música, televisión, cine), aunque también lo hace en excelsas producciones literarias y artísticas, convirtiendo a folclóricas, divas del pop y otros personajes contemporáneos, reivindicados desde la parodia, la obscenidad o la no normatividad, en productores de lo *camp*. Un surtido catálogo que no para de crecer.

Sumado a la propuesta teórica, nuestro trabajo incorpora las coordenadas sociodigitales para el estudio del *camp*, y es que, en las últimas décadas, lo *camp* se ha hecho digital y una muestra del potencial hipertextual (Jiménez y Marinas, 2020). Para ello, se ha realizado un análisis de contenido centrado en las publicaciones diarias de una serie de cuentas de Instagram, atendiendo a qué personajes y/o situaciones aparecen en las fotografías y vídeos, la descripción textual que acompaña a cada publicación, su intencionalidad y el contexto social dentro del cual se enmarca cada actualización del perfil.

El *camp* de hoy no podría entenderse sin el *camp* de ayer, no por el obvio diálogo que se produce entre personajes y situaciones, sino por el nicho digital convertido en hábitat *camp* por antonomasia. Ahora el *camp* se construye y vive a través de lo digital. Dado el papel central que juegan dispositivos y aplicaciones digitales en nuestro mundo, la incorporación digital del *camp* atraviesa procesos de socialización, activismo político y (auto)reconocimiento identitario en términos de género y/o sexuales. En este sentido, el etiquetaje de algo (o alguien) como *camp* no responde a una presumible esencia *camp* sino a todo un proceso de puesta en valor y resignificación, en línea con una activación patrimonial.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1. *Camp*: de la parodia y el humor a sus nuevas reformulaciones

Más allá de todo lo escrito sobre lo *camp* o del debate académico para su definición, al hablar de este concepto se deben formular dos preguntas fundamentales: a) ¿Qué es lo *camp*?; b) ¿Qué se pretende con él? (Dyer, 1984). Tras rastrear el sinfín de referencias al *camp* en la actualidad, se halla toda una amalgama de significados que operan a favor de una definición común y al tiempo poliédrica del concepto. El corpus lingüístico informal del castellano nos ofrece términos como petardeo, mamarracheo o divino, muy cercanos al concepto inglés de *camp*. Algo muy típico

del contexto español es tintar lo *camp* de costumbrismo y folclorismo (aludiendo a folclóricas, tonadilleras y vedetes), por lo que ambas nociones también se ofrecen como descriptores. Toda esta sinonimia no solo debe considerarse como un conjunto de «palabras equivalentes». También deben verse como tradiciones estéticas vinculables a la sensibilidad *camp*.

Según Jiménez y Marinas (2022), el concepto de *camp* está presente en la ambigüedad de género de la burguesía inglesa y francesa del s. XVIII. También se formula, tal y como lo conocemos hoy día, en *The World in the Evening* [El mundo al atardecer] (Isherwood, 1954), presentado como una forma de describir la seriedad a través de la parodia. Gran parte de la producción literaria de Isherwood remó a favor del *camp*. De hecho, *Goodbye to Berlin* [Adiós a Berlín] (Isherwood, 1939), fue la base para el archiconocido musical *Cabaret* (Fosse, 1972) y su derivado cinematográfico. En sus escritos convergen la sexualidad, la extravagancia o el drama humano con lo burdo y el humor ácido: descriptores cómicos para crudas realidades que son vividas por sujetos *gais*. Halperin (2016) afirma «que la naturaleza y características específicas del *camp* adquieren mayor sentido cuando se consideran en relación con el hábito cultural *gay*, ya clásico, de negarse a exonerarse a uno mismo de la condena social, así como la costumbre de reírse de situaciones horribles o trágicas» (p.237).

Sontag (1964) redefine el concepto de *camp* conceptualizándolo como «un sentido del gusto», ligándolo al arte y a la estética *kitsch*. El *camp* es una manera de mirar, un gusto por el mal gusto, una forma de contemplar lo bello que posee lo chabacano, la capacidad de tornar ofensa en deleite. Mayoritariamente, hombres homosexuales se convertirían en vanguardia del *camp*, compartiendo estos códigos visuales y enriqueciéndolos a través de ejercicios constantes de apropiación de la vulgaridad. Es decir, estamos frente a una resignificación reivindicativa y/o política de elementos de la cultura dominante que conducen a una convergencia de realidades, visibilizando existencias y sexualidades periféricas. Entre los 70 y 80 el ensayo de Sontag (1964) fue duramente criticado.

Las bases de esta crítica se establecen en tres puntos fundamentales (Ingenschay, 2021): 1) su teoría parte de la práctica social de acomodados intelectuales metropolitanos e invisibiliza las realidades de sujetos «en los márgenes»; 2) Sontag reduce a la comunidad *gay* a un grupo urbano de maricas felices, liberando al *camp* de cualquier atisbo de seriedad; 3) la negativa a reformular las premisas de su ensayo a razón de nuevos cambios sociales. Sus postulados se hacen insostenibles con la aparición del VIH y el Sida, evento que cambió las vidas públicas y privadas de los sujetos *gais*, pero no mermó la capacidad crítica, reflexiva e histriónica del *camp*. También poniendo en relevancia su utilidad política y reivindicativa. Precisamente, en la actualidad el concepto de *camp* ha adquirido una perspectiva crítica, vinculada principalmente con la estética y la política (Villanueva 2019).

Tinkcom (1996) persiste en establecer una vinculación directa entre *camp* y homosexualidad masculina, considerando *camp* como «una forma de sensibilidad

gay» (p.25-27). Resalta aquí la conexión que traza el autor entre *camp* y ciertas producciones mediáticas y artísticas, puesto que algunos derivados *mass media* de la cultura occidental han estado históricamente vinculados con la identidad del hombre gay y unas (presuntas) cualidades intrínsecas. Con todo, lo *camp* es mucho más que un gusto homosexual. En sintonía con la anterior tesis, Urondo (1970) considera el *camp* como una corriente del gusto, opuesta al elitismo y cimentada en el culto por lo barroco, lo inevitable que genera su propia parodia.

Actrices icono de la época dorada de Hollywood como Rita Hayworth o Audrey Hepburn se constituyeron en prototipos de la mujer emocional, y simultáneamente en recurso *camp* para personas gais. Una excesiva empatía hacia estos iconos «permitía la ornamentación y el sentimentalismo que desde Occidente y, particularmente en contextos anglosajones, se habían definido como algo típicamente femenino y cuya expresión era negada al hombre» (Ross, 1988: 18). En todo este tiempo, lo *camp* ha estado operando a modo de categoría estratégica que permite entender la transformación de determinados repertorios en un producto final perfectamente definido.

Recientemente se han producido cuatro resemantizaciones del concepto *camp*, preservando reminiscencias de sus etapas anteriores: a) *camp* como herramienta de apropiación contrahegemónica (Hueso, 2009; Costa, 2017); b) *camp* como pegamento social (Dyer, 2001); c) *camp* como sinónimo de cultura (Halperin, 2016); d) *camp* como actitud y proceso dinámico (Mira, 2004). En todas, la capacidad de agencia de los sujetos en la elaboración y significación de lo *camp*, identitaria o políticamente permite la comprensión de este fenómeno desde coordenadas *queer*. En otras palabras, lo *camp* ha ido (re)configurándose y convergiendo procesualmente mediante la interconexión de cuerpos, cosas, ideas y conceptos heterogéneos, en ocasiones tomados de una matriz marcadamente homófoba.

La primera interpretación la propone Hueso (2009) al concebir lo *camp* como todo gesto que reivindique su estatus antihegemónico desde la irrisión y la burla de lo socialmente aceptado. En esta línea, Costa (2017) completaría lo anterior, afirmando que *camp* es toda aquella manifestación conceptual y estética surgida en diversos ámbitos de la cultura heteropatriarcal reclamada para el imaginario gay. Ambos autores, consideran la reivindicación contrahegemónica de ciertas producciones en pro de alimentar un imaginario alternativo, común a quienes escapan del marco heteronormativo. En segundo lugar, Dyer (1984) afirma que el *camp* debe ser entendido, ampliamente, como algo *queer*, un género de representación que requiere de la interacción colectiva y crea intersecciones entre representación y audiencia, convirtiéndose en una performance que establece puntos comunes para aglutinar a disidentes culturales en torno a un mismo «género de representación». Aquí lo *camp* funciona como lengua franca (Dyer, 2001).

Tercero, Halperin (2016) considera el *camp* como experiencia cultural propiamente gay, estructurada y regida por la oposición binaria entre «lo bello»

(modelo hegemónico heteropatriarcal) y «lo *camp*» (modelo contrahegemónico gay/*queer*, construido a partir de retazos de la cultura mayoritaria) capaz de erigirse como subjetividad compartida entre sus usuarios. Por último, la noción de Mira (2004) prioriza lo procesual y actitudinal del *camp* por encima de unos contenidos inherentemente *camp*. Así, al aplicar un enfoque determinado, desde una mirada concreta, ciertos elementos y situaciones se activan intencional y estratégicamente como *camp*.

## 2.2. Lo *camp* en España: una breve cartografía desde el siglo XX hasta la era digital

Desde inicios del siglo XX, variadas figuras y situaciones han sido consideradas como centrales en la elaboración y reciclaje de elementos *camp*. Es importante precisar que el reconocimiento y complicidad con determinados referentes y productos culturales no implica el conocimiento y asimilación del propio concepto de *camp*. En España la idea de *camp* puede ser extraña y difusa para los sujetos que participan de ella. Debido a esto, emergen concepciones poco precisas que acaban por definirlo cuál sinónimo de afeminamiento o pluma.

No obstante, existe y es reconocible una tradición del *camp* en nuestro país que se remonta a principios del siglo XX. Mira (2004) personifica en la figura de Álvaro Retana la génesis *camp* en España. Desde este momento, filmes como la almodovariana *La ley del deseo* (1987), la Esperanza de Triana o figuras icónicas como Lola Flores o, de manera más reciente, Paquita Salas, escenifican la producción de todo un mosaico *camp* elaborado a lo largo de los últimos tiempos. Y que da buena cuenta de la existencia y permanencia de un conjunto de claves culturales reconocibles e identificables no sólo con un tipo de público, sino por sensibilidades más profundas.

El popular y polifacético Retana encarnaba el *camp* mediante su revolucionario estilo de vida, su singularidad como personaje, escritor y modisto, sus brillantes y ácidos diálogos y sus diseños que hacían brillar el panorama español a luz de lentejuela (Pérez Rodríguez, 2014). Personificaba el espíritu de los felices años veinte, representando por vez primera en la literatura homosexuales de clase alta como grupo bien articulado y, al fin y al cabo, adelantándose a su época al utilizar su afilada pluma con intención de visibilizarlos y crearles un espacio común y público. Por supuesto, también hay todo un elenco de grandes poetas y literatos gays en unas coordenadas socioculturales *camp*: desde Cernuda, Aleixandre y García Lorca hasta llegar a Benavente.

Este contexto marca el inicio de nuestra cartografía *camp*. Unos años que terminarán sumidos, al igual que Retana, en la oscuridad y represión de la Guerra Civil y una dictadura abiertamente hostil con individuos o identidades nocivas para la reproducción de la hegemonía nacionalcatólica. Pese a que el régimen franquista



estuvo marcado por dispositivos censores, las imágenes potencialmente *camp* comenzaron a confeccionar un imaginario *camp* patrio. Especialmente gracias al cine y la televisión, a través de folclóricas patrocinadas por la dictadura como la viva representación de una pretendida cultura española (Peiró Martín, 2017). Este esencialismo cultural de la dictadura se completaba con una elaboración estereotipada y peyorativa de la homosexualidad y del homosexual, de manera que «la experiencia gay y lésbica bebió durante años de representaciones que, pese a ser erróneas y claramente desfavorecedoras, constituían la única fuente discursiva “autorizada” en la construcción identitaria» (González de Garay y Alfeo, 2017: 64).

Precisamente es durante el franquismo cuando surge uno de los mitos *camp* españoles más populares: Sara Montiel, arquetipo de mujer fatal. El fenómeno desatado tras el estreno de *El último cuplé* (1956) situó la intensidad y el drama femenino como espacios para la referencia y la identificación de aquellas identidades sexuales disidentes, además de elevar el cuplé a categoría de género *camp* (Mira, 2004). El cine ofrecía la única forma de ver reflejada una sexualidad. Como dos caras de una misma moneda, por un lado, la dictadura realizaba una labor de opresión y persecución, al tiempo que promocionaba espacios para encontrar referentes culturales a las experiencias individuales desde la marginalidad y la persecución. Es decir, la necesidad de encontrar un correlato a las experiencias personales de quienes habitaban el *apartheid* sexual franquista favorecía una empatía casticista. Así, se podían leer con especial atención las letras que Rafael de León componía para reconocidas folclóricas.

Copla y cuplé se convirtieron en géneros *camp* por excelencia, cargados de dobles sentidos y gestualidades perfectamente definidas dentro de los roles de género heterosexistas dominantes. Concretamente, la copla, como apunta Belbel (2016: 168) «expresa un exceso de emociones y recursos retóricos barrocos, de amores desgraciados e imposibles, de ensoñación y fantasía que generaban espacios de identificación para las mujeres libres y las sexualidades prohibidas, sobre todo en un periodo histórico tan represivo para la disidencia de género como el franquismo». El acervo *camp* (re)elaborado durante la dictadura tuvo una enorme repercusión durante la transición, donde se multiplica el número de creadores abiertamente homosexuales, que mediante el uso de una miríada de códigos impregnan sus creaciones de una óptica *camp*. Aquellos que crecieron en el franquismo, posteriormente, tendrán una relación singular con la copla y cierto tipo de cine, cristalizando en un reciclaje futuro que quedaría plasmado en las obras de Terenci Moix o Eduardo Mendicutti.

Para Berzosa (2017), la transición propició la creación de espacios culturales bien delimitados y únicos dentro de las grandes urbes, donde lo gay, lésbico y trans encontraron cabida, de modo que la creación marginal derivada de esta, muestra todo un horizonte de posibilidades de liberación (Mira, 2004). Claro ejemplo de estos contextos de creación y efervescencias subculturales se encuentra en las movidas madrileña y barcelonesa, protagonizada esta última por los personalísimos

y arrolladores Nazario y Ocaña. En círculos madrileños destaca la figura de Pedro Almodóvar, en cuyas obras aparecen las referencias *camp* de la España más cañí (toreo, religión y copla), recogiendo y elevando, genialmente, el fenómeno que explota a su alrededor. La crítica lo catalogó como director de mujeres, para hacer referencia a una tipología de filmes marcados por el melodrama femenino y la homosexualidad expresa (Maddison, 2000).

El mosaico *camp* durante la transición es rico en referentes, como el cine de mujeres, el mundo del espectáculo, el estilo del humor malvado y la fantasía sin medida a través de provocadoras activaciones *camp*. Asimismo, el acervo *camp* típicamente español comienza a converger con uno más global, consecuencia del declive de la dictadura y el fin de la censura. De esta manera, clásicos *camp* como *Cabaret* (1972) o *The Rocky Horror Picture Show* (1975) se suman a ese sustrato nacional preexistente. Por un lado, enriqueciendo arquetipos comúnmente asociados a lo *camp*, como es el caso de la *femme fatale*, véase el personaje Sally Bowles interpretado por Liza Minnelli. Y, por otro, aportando nuevos matices y fortaleciendo la noción del gusto por lo marginal: «[A través de *The Rocky Horror Picture Show*] se resignifica lo monstruoso, lo que está en la oscuridad, lo marginado y abyecto como un lugar positivo. Se trata de encontrar en lo marginado-terrorífico la liberación personal y sexual» (Rubina, 2013: 72).

Sin embargo, la auténtica y más rica atomización *camp* se produjo en las postrimerías del siglo XX gracias a una vieja conocida: la televisión, también democratizada tras la irrupción de las cadenas privadas en 1989. Basta recordar la mítica aparición de la entonces Bibi Andersen en el programa *Aplauso*, presentada por una descolocada Silvia Tortosa fiel reflejo de las dificultades que arrastraba el imaginario español para categorizar y definir ciertas sexualidades: «Una mujer de características muy especiales. Es una mujer... cómo se lo contaría, muy alta y muy... bueno, difícil de describir. Mejor la ven ustedes». La entrada en los hogares españoles de personalidades e identidades alejadas de lo normativo se convirtió en algo inevitable e incontrolable gracias a estos espacios televisivos. Este hecho, inimaginable años atrás, ofrecería todo un catálogo de referentes *camp*, ahora alejado de centros culturales como Madrid o Barcelona, potenciando nuevas dinámicas *camp* deslocalizadas y transregionales.

Novedosos escenarios de espectacularización televisiva, como el *late-night*, la tertulia rosa o la ficción (Blasco, 2013) poblarían el panorama español de personajes, situaciones y recursos performativos que se conformarían, finalizados los 90, como un neo-repertorio *camp*. Ahora sí, quedan en él integrados, de forma transversal, todas las características que históricamente han definido el *camp*: costumbrismo, chabacanería, *femme-fatalismo*, subalternidad, barroquismo, humor ácido o glamur. Es en estos años cuando entran a formar parte de nuestros recuerdos y vidas televisivas variopintos referentes como Cristina Ortiz La Veneno y su paso por el Mississippi, la vehemencia de Lydia Lozano en Tómbola o los personajes *trash* del *tamarismo*,

catapultados a una efímera gloria a través del programa Crónicas Marcianas. Este *camp* queda alejado de las grandes producciones literarias, artísticas y poéticas que lo definieron en el pasado. Es un *camp* más mundano y asequible, que se regodea en su esencia mediante la banalidad, el chismorreo, la vulgaridad y todos aquellos personajes televisivos en los que quedan encarnados. Un *camp* mediático, nacido de la sobremesa, el *prime time* y fruto de la franja más trasnochada.

Con el desarrollo de Internet se propicia la aparición de espacios como Youtube, Instagram, Twitter o TikTok. Todos basados en la participación y colaboración de sus usuarios, donde se amplifican los conceptos de popularidad o visibilidad causa del *like*, *retweet* o el *follow*. También implica un nuevo espacio para el culto de celebridades, donde figuras mediáticas *trash* emergen y se recuerdan en clave de humor o *meme*. Según Santos et al. (2016), es en las redes sociales donde se pueden encontrar grupos de personas que buscan la interacción a través del humor y el *meme*, reconociendo mediante interacciones diferentes tipos de cultura (*geek*, *gay*...). Los llamados *millennials* proyectan y se exponen a identidades que fomentan una corriente de *feedback*. Es aquí donde «lo *camp* se circunscribe dentro de los imaginarios visuales de las redes sociales como una respuesta a una sensibilidad outsider [...] una estética a la que adherirse y que permite dar rienda suelta a nuevas formas de creatividad» (Jiménez y Marinas, 2020, p. 119). De esta manera, la puesta en circulación de viejos vídeos o imágenes usando Internet como novedoso canal con lleva la interpretación del recurso original por la audiencia de ese nuevo medio (Lim, 2015): actuando como repositorios de un acervo audiovisual, con base histórica, lingüística y estética significada *camp*, y como plataforma de resignificación en clave política.

### 3. MÉTODOS Y FUENTES

Hablar de un *camp* contemporáneo y específicamente español conduce de manera inexcusable a los contextos digitales que desde inicios del siglo XXI se han naturalizado. Madianou y Miller (2012) acuñaron el concepto *polymedia* para referirse al nuevo entorno de oportunidades comunicativas protagonizado por plataformas digitales, un software específico centrado en la comunicación y el papel central de los sitios de redes sociales. Enfatizaron el rol que juegan los condicionantes socioculturales a la hora de definir un uso particular de plataformas y herramientas digitales. Por tanto, en este universo de sociabilidad «plataformada» (van Dijck, 2013) el papel de los sujetos y su capacidad de agencia en la construcción y personalización de servicios y mensajes es un aspecto fundamental.

Uno de los múltiples usos de los medios de comunicación sociales es la exhibición y reafirmación de experiencias comunitarias, en la línea de crear un amplio repertorio que funciona a modo de lengua franca para un público iniciado. En la cultura de la conectividad digital lo *camp* ha hallado un hábitat inmejorable para la interrelación de tácticas, ideologías y normas socioculturales. Son mayormente las

generaciones más jóvenes quienes se han apropiado de este universo y descubierto a través de Internet iconos *camp* de décadas pasadas que han viajado de la televisión de los ochenta a la pantalla de los modernos *smartphones*, reformulando y participando del actual repertorio *camp* español.

A partir de un sondeo inicial que podríamos denominar etnográfico digital, se seleccionaron una serie de cuentas en la aplicación Instagram que se consideraron con relevancia *camp*. Esto es, presentaban unos determinados repertorios gráficos y audiovisuales propios del *camp* español. Las cuentas seleccionadas fueron: @starspanish, @perracasdeinfierno, @senorismos, @tonadilleramoderna, @esunescandalo, @petardeopop, @tarantulismo, @lavecinafolclorica y @muchoespanoles. Mediante mensaje directo, las personas tras estas cuentas fueron informadas de los objetivos de la investigación, aceptando participar y ceder sus publicaciones para el análisis.

Tras este primer barrido se atendió a una serie de variables con la finalidad de calibrar el impacto sociodigital de dichos perfiles. Las variables consideradas fueron: a) número de seguidores; b) total de publicaciones y; c) interacciones por publicación. Destacando el número de seguidores de cada cuenta y las publicaciones realizadas desde la creación de esta, se decidió establecer como cifras mínimas 500 publicaciones y 5000 seguidores, resultando de este filtro un total de 9 cuentas que fueron analizadas durante el período comprendido entre septiembre de 2019 y septiembre de 2020. La cuenta con más seguimiento superó las 2000 publicaciones y contaba con más de 100.000 seguidores en el momento de comenzar el análisis digital, frente a las algo más de 500 publicaciones y 8.000 seguidores con los que contaba el perfil «menos» popular a nivel de cifras.

Ahora bien, ¿por qué Instagram? Fieles al eslogan de la plataforma, *Bringing you closer to the people and things you love*, una publicación podría definirse como la cristalización de pequeños momentos de la vida, retazos visuales de intereses, aficiones y experiencias cotidianas. Instantáneas que reflejan fragmentos identitarios de los usuarios y se disponen en la plataforma con idea de compartirse y provocar las reacciones de familiares, amigos, conocidos y afines. Este potencial expresivo, representativo y relacional es idóneo para analizar no sólo la existencia de una serie de repertorios con posibilidades *camp*, sino también los recursos lingüísticos y performativos de los propios usuarios en el proceso de «hacer *camp*». La arquitectura de Instagram ofrece discurso a diferentes niveles, siendo en este caso lo *camp* la argamasa de un proceso complejo y digitalizado.

Realizando un análisis de contenido y temático se han interpretado las publicaciones de las cuentas seleccionadas, en su conjunto, atendiendo a la imagen, el texto que la describe y (re)interpreta, así como a los mensajes sonoros (si los hubiese). Las publicaciones en las cuentas eran mayormente diarias, reflejándose en ellas iconos *camp* de un amplio espectro histórico en numerosísimas situaciones, permitiendo un primer análisis en base al contexto sociohistórico al que pertenecen las personalidades utilizadas. Los comentarios/descripciones completan lo anterior

con variables más contextuales, mostrando de forma explícita las nuevas coordenadas donde el icono *camp* encuentra la resignificación y/o apropiación. Combinar sujetos y discursos situados ha sido el eje del análisis.

#### 4. RESULTADOS Y ANÁLISIS

El espacio digital ofrecido desde Instagram favorece una contextura de utilidades para lo *camp*, convirtiéndose en un nuevo paradigma de resignificación y conocimiento. Desde cuentas que sirven de obituario a folclóricas, vedettes y otros iconos *camp* –aludiendo a lo significativo de su vida y obra– hasta aquellas que rescatan y publican, con intención jocosa, los fragmentos más *camp* de la televisión pasada y presente. Son múltiples las creativas formas de proyectar y dar a conocer (digitalmente) personalidades, hitos, expresiones, situaciones o icónicas producciones. Instagram sirve a la digitalización del *camp* convirtiéndose en una herramienta para preservarlo y ponerlo en conocimiento. Este *camp*, como conjunto de significados, es compartido siguiendo las lógicas del meme de Dawkins (2002), es decir, copiado de persona a persona y encontrando en las cuentas analizadas poderosos vehículos para su circulación entre usuarios digitales. Así, su transmisión conllevaría una imitación continuada que lo haría reconocible dentro de unas coordenadas socioculturales específicas, compuestas por usuarios *camp*. Rescatado continuamente mediante las publicaciones terminaría convirtiéndose en un recurso expresivo, tanto para el propietario de la cuenta como para sus seguidores. Esto es, un acervo patrimonializable a la espera de su activación por unos determinados sujetos situados.

Durante el análisis se pudo observar cómo el grueso de las instantáneas *camp* estaba acompañado de pies de foto diversos. Descripciones que vinculan estas imágenes o vídeos a situaciones habituales, cotidianas, también rocambolescas, emergidas de entramados vitales comunes a personas *queer*, gays, lesbianas o «mariliendres». Inclusive cuando las exhibiciones *camp* son muy similares los mensajes que las enmarcan y resignifican son ricos y diversos. Además, como forma de comunicación digital adquieren un valor añadido, pues esas breves líneas no solo sirven para buscar la carcajada fácil. También hacen visible y proyectan de manera instantánea y masiva un conjunto de realidades o modos de vida denostados durante décadas por los medios más conservadores. Al tiempo que estos mensajes operan como marcos donde los usuarios *camp* pueden verse representados individual y colectivamente. Más allá de ese valor representacional que en superficie se vería como forma de exhibir realidades otras, para los versados y entendidos el *camp* actúa a la vez como candado y llave, útiles necesarios para codificar y decodificar la constelación de significados entre ellos compartidos.

De nuestro material de análisis emergen numerosos casos que ilustran perfectamente lo anterior. Sus motivos más comunes son: a) referenciar de manera

explícita el universo sexual de los usuarios *camp* y sus sinergias digitales; b) conmemorar grandes hitos del calendario español (como pueden ser la Semana Santa, la Navidad o el Día del Orgullo LGTBIQ+); c) proyectar un noticiario actualizado y políticamente reivindicativo; d) aportar telegráficas soluciones a problemas con la familia, pareja, amigos o compañeros sexuales esporádicos; e) relatar eventualidades derivadas de la pandemia mundial por COVID-19 y promover la concienciación ciudadana; f) ensalzar el culto al cuerpo, el esteticismo y la moda y; g) narrar la cotidianidad de los usuarios *camp*. Materias abordadas en clave de humor, desde ese gusto por el mal gusto, con base en lo chabacano y lo castizo, rescatando siempre la esencia definitoria de lo *camp* con una intención deliberadamente estratégica y política.

Instagram actúa como repositorio para el *camp* de ayer y hoy, recuperando y exhibiendo el más pretérito a la vez que incorpora todas las novedades de la inmediatez mediática. Cada una de las publicaciones retrotrae a los usuarios al tiempo simbólico del que las representaciones *camp* fueron originarias, obteniendo gracias a sus pies de foto una doble lectura, en clave de *studium* y *punctum* (Barthes, 1990): la primera referida al contexto e intención inicial, que fuera conferida por la personalidad *camp* en ellas presente, más allá de la subjetividad del observador actual; y el segundo, ampliamente vinculado a la interpretación personal, que liga la imagen seleccionada al comentario (en principio) arbitrario realizado por los propietarios de estas cuentas. De una lectura se obtiene un aprendizaje amplio del *camp* español, pues muestra todo un catálogo *sui generis* y cómo utilizarlo; de la otra, deriva una exégesis individualizada y (re)dirigida a las comentadas realidades contemporáneas de las que numerosos seguidores son partícipes, permitiendo la socialización entre afines en clave *camp*.

En este territorio digital las archiconocidas Belén Esteban y Anabel Pantoja comparten espacio con artistas de la talla de Rocío Jurado o Lola Flores. Contexto para el despliegue de la distinción y maldad de Carmen Orozco, conjunta a la vulgaridad y espontaneidad de Cristina Ortiz La Veneno, en cualquier etapa de su vida. Lugar idóneo donde el mamarracheo y el divino, personalidad y personaje, encuentran cita y cabida. Un verdadero vergel para la reapropiación, exhibición y activación de un dilatado repertorio *camp*. Un entorno pedagógico que permite aprender unas coordenadas socioculturales comunes, un sistema de códigos compartido y modelos performativos y lingüísticos ampliamente relacionados con el *camp* español. Y, lo que es más importante, gracias a las particularidades de Internet es capaz de llegar a cualquier sujeto *camp* y serle útil, sin importar su lugar de residencia, edad, género u otras particularidades. Reconocerse en el *camp* digital implica un ejercicio de identificación, en tanto que entraña relaciones reiterativas entre los sujetos posicionados y el repertorio *camp* como conjunto de estructuras de sentido, prácticas discursivas comunes e ideales culturales que aluden directamente al imaginario como productor de identidades (Hall, 2019).

#### 4.1. Análisis del Instagram más *camp* a través de ejemplos

A partir de los motivos *camp* listados en el apartado anterior se expondrán y desarrollarán una serie de ejemplos relacionados con repertorios *camp* activados digitalmente. La complejidad que entraña un entorno en constante movimiento y transformación hace necesaria la toma de una instantánea lo más actualizada posible, considerando en todo momento el contexto de producción de un determinado recurso *camp*. Por tanto, se ha considerado acotar el análisis a los años más recientes del presente siglo para mostrar los actuales iconos, situaciones y discursos protagonistas en el genuino *camp* digital. Obviamente no están todas las figuras y posibilidades *camp*, pero sí son *camp* todas las expuestas, aterrizando la propuesta en la actualidad mediática para dar un salto y subir un peldaño más en el transcurrir de una cronología del *camp* nacional.

##### 4.1.1. Referenciar de manera explícita el universo sexual de los usuarios *camp* y sus sinergias digitales

El 10/10/2019 la cuenta @perracasdeinfierno publicaba en su muro un metraje de la conocida y mediática Aramis Fuster. El fragmento seleccionado, de no más de 3 segundos, encapsulaba una compleja trama de significados *camp* que solo «los versados» podrían desentrañar. En este vídeo la carismática Aramis mira a cámara ataviada con un traje similar al de una dominatrix y, sensualmente, habla a su público diciendo «Hola, mis chicos». Esta actualización se acompañaba con el comentario «Yo haciendo vídeollamada con mi *crush*» como descripción. La lectura inicial de la publicación es clara: parangonar las experiencias sexuales de los usuarios *camp* al anecdotario de Fuster. Así, donde la gran mayoría únicamente observaría a una señora mayor que mira a cámara con intenciones expresamente erotizantes, los usuarios *camp*, buenos conocedores de la polémica vida sexual de la que otrora fuera reina del *freak show* y máxima autoridad en ocultismo, verían más allá.

Y es que en 2018 la noticia de que este ídolo mediático comerciaba con sus propias grabaciones eróticas ocupó numerosos titulares de la crónica rosa. Los elegidos por Aramis (dispuestos a pagar el material) recibían vídeos caseros y personalizados, donde una suerte de plumas, trajes de cuero y pelucas de fantasía se convertían en el atrezo sexual de estas producciones amateur. Por supuesto, la misma prensa del corazón comenzaría a tildar estos vídeos con los calificativos de «antimorbo» o como capaces de «hacerte perder la libido». Es en este proscenio donde encontramos la interpretación más *camp*: una erótica del ridículo que subvierte cualquier escenario de encuentros sexuales digitalmente plataformados del que los usuarios *camp* se convierten en actores potenciales. Recuperando ese «Hola, mis chicos» y la intención explícita de Aramis se logra una caricatura perfecta que alude al régimen tecnocarnal del *sexting*, la facilidad para flirtear con múltiples parejas sexuales (y llegar a más) que ofrecen las *apps* de citas y a todo un fenómeno de nudismo sociodigital que

empieza a crecer entre usuarios bi-homosexuales, manifestado en el creciente éxito de webs como *Onlyfans*.

#### 4.1.2. *Conmemorar grandes hitos del calendario español (como pueden ser la Semana Santa, la Navidad o el Día del Orgullo LGTBIQ+)*

Existen fiestas y celebraciones que históricamente se leen como espacios de exhibición y reivindicación *camp*: la Semana Santa es un contexto revelador. Persisten puntos de fuga en la religiosidad popular que son rápidamente ocupados por el relato *camp*. La conocida «Macarena de Ocaña» escenifica una estación de penitencia a través de la mirada *camp*: devotos de estética *queer*, el clero azotando a un (presumible) pecador que se revuelve entre el dolor y el placer, el paso con una imagen de María Virgen realizada en cartón al más puro estilo *kitsch* y, en el momento cumbre, el propio Ocaña desde un balcón, ataviado con mantilla española habitando el exceso y el drama cantando una saeta.

La escena anterior, viral en muchas cuentas digitales *camp*, resume marcadores *camp*, como el estereotipo de la afectación femenina en su relación con lo sagrado y explicitado en imágenes como la que muestra a Terelu Campos de riguroso negro, luciendo mantilla oscura y portando un cirio en la mano. Junto a la estampa puede leerse: «Terelu danos fuerza y reza por nosotros» (@esunescondalo, 6/04/2020) para anunciar la llegada de la Semana Santa. Si Ocaña profundizó en la comprensión *camp* de la religiosidad popular, ahora los usuarios *camp* se empoderan y activan patrimonialmente elementos del ritual e iconografía católica para sus reivindicaciones identitarias y/o políticas. La mitificación y divinización *camp* puede realizarse mediante el uso de atributos iconográficos, como presentar a María Patiño a modo de Inmaculado Corazón de María *camp*: «Santa María Patiño os bendice para que tengáis buena semana» (@tarantulismo, 20/01/2020).

La religiosidad popular ha entendido las identidades/sexualidades no normativas y les ha dotado de un espacio de expresión y legitimación, una contradicción en términos catequéticos pero diluida en la práctica. Desde lo *camp* se reinterpreta digitalmente todo este entramado de significados y discursos, reproduciendo en paralelo lo más puramente popular y sus interpretaciones más creativas e incluso provocativas en un panteón *camp* de mártires y santas.

#### 4.1.3. *Proyectar un noticiario actualizado y políticamente reivindicativo*

Tras el éxito experimentado por la ultraderecha en las elecciones generales del 10/11/2019, especialmente en regiones como Murcia, fueron numerosas las cuentas *camp* que dedicaron un espacio a comentar los resultados electorales. El mismo día @tarantulismos rescataba el testimonio/reacción de la polifacética Manuela



Trasobares, reconocida icono *camp* a raíz de su visceral y apasionada intervención en el programa *Parle veste, calle vosté* del Canal Nou: «Todo esto es un disfraz para poder deciros a vosotros la mierda de país fascista en el que vivimos». En la descripción se añade: «Podéis mudaros a algún país más racional que esté a unos cuantos cientos de km». La idea del disfraz es recurrente en el activismo de Trasobares, a través de ella visibiliza y critica el ejercicio de enmascaramiento que transexuales y homosexuales han realizado históricamente para mimetizarse y sobrevivir en ambientes sumamente represivos.

Días más tarde, el 14/11/2019, el creativo tras @tarantulismos pone de manifiesto y se refiere estratégicamente a las tesis de Trasobares mediante el descontextualizado alegato de Otto Vans, conocido *influencer* dentro del universo *camp*, en el que hace alarde de una «pretendida» españolidad a través de un impostado tono de voz pretendidamente masculino y cuasi-troglodítico: «Ay, mi bandera de España. ¡Viva España, joder! ¡Vivan los toros! ¡Vivan los coños!». El fragmento es acompañado del mensaje: «Toda la gente de Murcia ahora. Acho, etiqueta a tu amig@ murciano que se tiene que poner ahora banderas para pasar desapercibido». En este hilo de publicaciones queda perfectamente anclada la necesidad de crear un nuevo disfraz en respuesta al ascenso de partidos de extrema derecha. Un artificio carnavalesco confeccionado con la exaltación de la españolidad, la caricatura de la performance heterosexual y la simulación derechista simplificada en el apoyo a la tauromaquia.

#### 4.1.4. *Aportar telegráficas soluciones a problemas con la familia, pareja, amigos o compañeros sexuales esporádicos*

Las vicisitudes donde está implicada una expareja dan lugar a una variedad de materiales *camp*, referidos mayormente a la descripción de embarazosas situaciones y/o la forma más adecuada de lidiar con ellas. Sentimientos de odio, resentimiento y deseos de venganza, algo que, por otro lado, encauza con la figura de la villana tan del gusto *camp* sin perder la tendencia a la parodia como herramienta.

En el post titulado «Yo cada vez que me preguntan por mi ex» (@starspanish, 28/04/2020) aparece la periodista Mila Ximénez afirmando: «Clasista, cobarde, incívico, mentiroso, antiguo y machista». Lo que puede parecer una de sus míticas intervenciones, en este caso refiriéndose al denominado *Merlosgate*<sup>2</sup>, expresa más que su opinión hacia Alfonso Merlos, hasta unos días antes pareja sentimental de Marta López, compañera de Ximénez.

El sainete sentimental vivido en directo por todo un país confinado estaba trufado de destellos *camp*: drama, celos, infidelidad, sentimientos desbordados,

---

2 El escándalo protagonizado por el triángulo amoroso Merlos-López-Rivas estalló en abril de 2020. Durante la proyección de un vídeo donde intervenía Merlos pudo verse tras él a la periodista Alexia Rivas paseando aparentemente desnuda por el salón del domicilio.

escándalo, sexualidad, etc; mostrando, además, estereotipos en clave *camp*: hombre infiel, mujer engañada, «la otra». El *Merlosgate* trascendió como espectáculo inherentemente *camp* por su exhibición digital y su fijación en el imaginario *camp* como poderosa fuente de recursos. La sexualidad en lo *camp* no guarda secretos sino que muestra una querencia total por el drama y la espectacularización/exhibición de los sentimientos. Las palabras de Ximénez son *camp* no en el contenido en sí sino en la pasión, el drama y la vehemencia con la que los usuarios *camp* interpretan sus relaciones afectivo-sexuales.

#### 4.1.5. *Relatar eventualidades derivadas de la pandemia mundial por COVID-19 y promover la concienciación ciudadana*

La «casuística COVID» permitió el resurgimiento de iconos *camp* que, por un motivo u otro, habían sido relegados al olvido. Un ejemplo se encuentra en la carismática Karina, aquella joven que llenó nuestras vidas de alegría haciéndonos buscar en el baúl de los recuerdos. Esta cantante, elevada a icono *camp* a raíz de su participación en Eurovisión 1971, había sido invisibilizada mediáticamente. No obstante, Instagram permitió a Karina *rise like a phoenix* gracias a su tema «Ponte las mascarillas», donde instaba a su (cada vez más creciente) masa de seguidores a respetar la normativa COVID. Con todo, lo más *camp* de este renacimiento no era tanto el mensaje como las formas, lo cómico de ver a una artista, en principio inexperta en el universo digital, aprender a manejar las TICs.

@starspanish (18/08/2021) recuperaba el *single* «Ponte las mascarillas», donde Karina aparece pegada a cámara cantando con abanico en mano: «Tantantantantán. Las mascarillas. Tantantantantán. Ponte las mascarillas y guarda las distancias. Nos van a encerrar. No, no, no, no quiero. Nos van a encerrar [...] Por favor, otra vez encerrados no». Se utilizaba la ternura que genera esta yaya digital al acompañar el vídeo con un: «Hacedlo por Karina y por mí ¡Poneos las mascarillas!». Esta activación *camp* adquiere tintes de concienciación ciudadana, al usarse personalidades que están a favor de las medidas sanitarias contra la COVID-19, en un momento donde se amenazaba con un nuevo confinamiento del que se culpabilizaba, mediática y políticamente, a la negligencia ciudadana.

#### 4.1.6. *Ensalzar el culto al cuerpo, el esteticismo y la moda*

Un par de semanas después del inicio del confinamiento domiciliario se publicaba lo siguiente: When Lomana advice (@muchoespanoles, 4/04/2020). El vídeo mostraba a Carmen Lomana, «señora de Serrano» por excelencia, dirigiéndose a su público: «Arreglarme como si fuera a salir a la calle, porque no hay cosa ya más depresiva que estar en casa hecha un cuadro. Porque yo estoy llamando a amigas y amigos por videollamada, y te juro que me pego unos sustos porque es que están todos

hechos un cuadro... ¡pero no! ¡Arreglaros, poneros guapos, peinaros, echaros colonia, asearos!»). En el reparto *camp*, Lomana ejecuta el rol de diva perteneciente a la alta sociedad, autónoma y con un particular y marcadísimo manierismo. La activación *lomanista* se realiza en sus términos clásicos: glamur, saber estar y personalidad; capaz de combinar las joyas más exclusivas con su aparición publicitaria en una campaña de comida rápida y que hace de Lomana más *camp* aún.

Para los usuarios *camp* la intervención de Lomana no fue algo insólito, el *lomanismo* esperaba esa actitud de su icono. No cabía sorprenderse ante una celebridad asidua a la alta costura y las intervenciones estéticas, pero sí reafirmar a partir de ese breve discurso la problematización constante de lo *camp* con el cuerpo. Una actitud muy *camp* es manifestar la atracción y deseo hacia cuerpos normativos, al tiempo que caricaturizar la momificación en vida del cuerpo mediante dietas y procesos quirúrgicos. En lo *camp* se desean cuerpos esculturales mientras se habita una otredad corporal sobre la que se hace chanza. Naciendo en este caso de lo abyecto, no se construye una categoría excluyente en base a parámetros corporales.

#### 4.1.7. Narrar la cotidianidad de los usuarios *camp*

Lo *camp* posee un componente de cotidianidad que le permite abarcar las situaciones más variopintas, aunque solo quienes son duchos en las claves *camp* interpretan estos códigos para llegar al deleite más genuinamente *camp*. La tertuliana Lydia Lozano es buena prueba de ello. El 20/02/2020 y junto al texto «Mi tutor cuando presentas un trabajo en la Universidad y no pones la bibliografía. Menciona a tu amigo@ que siempre tiene problemas con la bibliografía» la cuenta @tarantulismo compartió un vídeo donde Lozano protagonizaba una acalorada discusión telefónica con su compañero de plató Kiko Matamoros. Visiblemente molesta, demandaba a pleno pulmón: «¡Di la fuente! ¡Que digas la fuente! ¡Di la fuente! ¡Di la fuente de la investigación! ¡Di la fuente!»).

Tanto la situación expuesta como su adecuación a una competencia común en el ámbito académico/laboral es brillante en términos humorísticos, pero la utilización de Lozano dota al producto de un sentido *camp* total. La conocida tertuliana en su recorrido profesional se ha visto envuelta en varios escándalos relacionados, precisamente, con las fuentes. Paradójicamente, la merma en su credibilidad periodística se ha traducido en parte de su atractivo *camp*, convirtiendo el dudoso capital informacional de Lozano en un activo *camp* fruto del universo Mediaset.

En un contexto informativo como el actual, marcado por las oleadas de *fake news*, la actitud *camp* hacia la precisión y exactitud en la comunicación puede interpretarse como un signo preocupante, en el sentido de relativizar elementos como la fidelidad a los hechos. Es oportuno señalar que la actitud *camp* no deja de ser un matiz en la construcción de una forma de entender y construir la realidad, y

que bajo ningún concepto una lectura *camp* puede analizarse en términos de verdad inmutable.

#### 4.2. Una propuesta teórica: lo *camp* como patrimonio gay/*queer*

Desde la Antropología Social la cultura ha sido reificada como su genuino y particular objeto de teorización y experimentación. Esto ha provocado que las diversas manifestaciones e interacciones humanas hayan sido ordenadas y catalogadas a modo de culturas. Más que constatar la inherente diversidad se ha categorizado esta mediante la invención de la cultura (Wagner, 2019). En el ámbito de lo *camp* ha sido igualmente tentador y exitoso etiquetar este universo como una prototípica cultura (Halperin, 2016), dando por sentado la existencia de una colectividad de usos y narrativas compartidas. Sin embargo, la comprensión de lo *camp* como cultura (cultura *camp*) tiene un matiz de oxímoron, en tanto que no suele ir acompañada de una adecuada semántica de este concepto y todo lo que comporta.

No podemos, por tanto, hablar de una cultura *camp* en términos sustantivos ni subsumir lo *camp* en una (sub)cultura gay, reproduciendo un embeleco de comunidad. Es más acertado construir lo *camp* desde la acción, pensar no en coordenadas de identidad sino desde la performance y la situacionalidad política: es decir, no se es *camp* sino que se actúa de manera *camp*, no existe una comunidad *camp*, sino que como colectivo, se posee la capacidad y el talento para subvertir una representación y transformarla en otra cosa, con sentidos diferentes y una eficacia simbólica trastocada. Elaborar e interpretar un repertorio *camp* específicamente nacional conduce a una reconfiguración del concepto, que parte de los sujetos que participan explícitamente de este proceso y llega hasta quienes experimentan protocolos de socialización mayormente digitales en los últimos años, aprehendiendo las narrativas *camp* a cualquier nivel.

Tomando un enfoque patrimonial, y basado en la configuración de patrimonio como construcción social y discurso de poder (Prats, 1997), se sostiene que lo *camp* constituye un potencial inventario cultural que experimenta una especial ósmosis con aquellos sujetos que se autoidentifican como gay/*queer*. Lo *camp* no «es» cultura sino que se activa patrimonialmente en base a imágenes y narrativas políticas que resignifican el repertorio de lo potencialmente *camp*.

Ningún elemento puede ser considerado *camp* intrínsecamente, es decir, lo *camp* «se hace» a partir de un proceso de selección y exhibición: tiene que ser activado. Por tanto, la configuración de lo *camp* como patrimonio no es en ningún caso un mecanismo neutro o espontáneo y tampoco está sujeta a una esencialización en términos culturalistas. Al activar una posibilidad *camp* los sujetos muestran anhelos, reivindicaciones y aspiraciones políticas que se comprenden plenamente en el contexto histórico y social dentro del cual se desarrolla el mecanismo de activación. Estos condicionantes refuerzan la noción de lo *camp* como patrimonio, en este caso

vinculado a contextos sociohistóricos que permiten una incorporación exitosa de repertorios concretos en momentos específicos. Solo así podríamos comprender, por ejemplo, la transformación en la percepción de Cristina Ortiz La Veneno, quien ha pasado de personaje televisivo caído en desgracia —e incluso degradado y denostado— a icono transexual en un contexto social de debate y acción política en torno al proyecto de ley para la igualdad plena y efectiva de las personas trans.

El carácter político de lo *camp* como patrimonio se elabora desde abajo, no existe, a priori, un poder político institucionalizado que tutele este proceso de activación patrimonial. Es más bien una colectividad englobante e históricamente marginada la que construye sus mitologías *camp* en espacios digitales, generando discursos identitarios, de poder y políticos a partir de los referentes cuidadosamente seleccionados para su activación.

A la hora de decidir que un recurso puede servir a intenciones *camp* y activarse como patrimonio, la genialidad es el criterio distintivo de aquello que será patrimonio *camp*. El genio y la pasión son aquí entendidos como una ruptura de las normas, una valoración de aquello que se considera extraordinario en tanto que diferente y alejado de las convenciones y valores culturalmente dominantes y normativos en un contexto dado. Es así como se comprende la imagen de la Sara Montiel de *El último cuplé* como reliquia *camp* recuperada para la narrativa patrimonial contemporánea. Saritísima representaba un esquema de mujer alejado de los cánones franquistas. Separada en varias ocasiones y sexualmente liberada, suponía lo extraordinario frente a lo convencional del momento, un punto de referencia para generar colectividad en torno a nuevas formas de entender la realidad y, en este caso, expresar pasiones y sentimientos afectivo-sexuales. Justamente la manchega más universal ha protagonizado memorables momentos *camp* a propósito de su embaucadora gestualidad y exuberancia, como se observa en su popular afirmación: «Tengo que estar vestida muy... mucho encaje, porque yo soy muy maricona. Me encantan las alhajas, me encantan los encajes, las transparencias» (@tarantulismo, 21/12/2019).

Lo anterior no sería viable sin las posibilidades digitales actuales, convertidas en el soporte del *pool* de repertorios y recursos *camp* susceptibles de ser activados patrimonialmente. Numerosas figuras *camp* no habrían alcanzado el estatus de símbolo y patrimonio de no haber sido recuperadas desde los contextos digitales. Es el caso del criptopórtico de la villa romana de Las Gabias (Granada), popularmente conocido como «baptisterio romano del siglo “primero”» gracias a su última propietaria, Encarnita Rojas, quien con motivo del centenario del descubrimiento arqueológico protagonizó una potente activación *camp* en base a su carisma y gracia personal, legando para la posteridad frases míticas como «¿A quién no le va a gustar un imperio romano del siglo “primero”? ¿a quién no le va a gustar» y que han pasado a formar parte de la jerga más pop y *camp* de nuestro país. De hecho, en el reciente y exitoso programa *Drag Race España* una de las participantes, Sagittaria, escogió a Encarnita como personaje a imitar durante una de las pruebas del concurso,

evidenciándose de este modo el calado del «baptisterio romano del siglo “primero”» en el imaginario *camp*. No deja de resultar paradójico que la activación patrimonial se produzca en torno a la figura *camp* y no al monumento arqueológico, convertido en telón de fondo para el despliegue de Encarnita.

Cuando un repertorio es adecuadamente activado pasa a formar parte del firmamento *camp* y almacenado en aplicaciones digitales. Así, perfiles en Instagram, páginas en Facebook o YouTube creadas expreso ejercen como museos/repositorios *camp* donde se exhibe este patrimonio. Al igual que los museos vivieron una edad de oro durante el siglo XIX enseñando a la ciudadanía qué era la patria y, al mismo tiempo, invitando a su veneración (Poulot, 1992), entrado el siglo XXI el contexto digital como museo *camp* puede ayudar en procesos de construcción identitaria gracias a los referentes expuestos y vehicular el activismo político con mensajes puramente *camp*: «si no les gusta tu pluma, clávasela» en alusión directa a la reivindicación de la pluma frente a lo ponzoñoso de la masculinidad normativa y heteropatriarcal.

## 5. CONCLUSIONES

Llegados a este punto se ha demostrado que lo *camp* emerge en la actualidad como un rico almacén de posibilidades para los que hemos venido denominando usuarios *camp*. Pese a la sofisticación de las lecturas *camp* de estas personas, las posibilidades activadas patrimonialmente desbordan cualquier cerco identitario y en algunos casos llegan a legitimarse socialmente, en especial cuando el activismo y la reivindicación política forman parte de los procesos de activación. Figuras trans como Paca La Piraña que no solo se activan en la imagen de icono *camp* sino que saltan a la palestra política, lográndose así una mayor aceptación de lo *camp* pero también la merecida dignificación de las vivencias y memorias estigmatizadas y perseguidas.

Todas las dinámicas *camp* son perfectamente rastreables a través de los contextos digitales, convertidos hoy en día en un repositorio y punto de encuentro para el *camp* de ayer y hoy. Aunque puede hablarse de un *camp* español propio del siglo XXI, no lo sería en virtud de la pertenencia de personajes y situaciones a este arco histórico, más bien se caracterizaría por la convivencia de recursos históricamente variados y potencialmente *camp* y que han sido activados en paralelo al auge, expansión y generalización masiva de tecnología y aplicaciones digitales. Hoy en día, no podría hablarse ni entenderse el *camp* sin las redes sociodigitales.

La naturalización de estos entornos permite simultáneamente procesos de socialización *camp* digitalmente mediados. Lo *camp*, a través de formatos como el *meme*, facilita la interacción entre sujetos y el reconocimiento de realidades y entendimientos compartidos. No se plantea la idea de un remoto determinismo sino de un *habitus camp* imbricado con procesos de (auto)reconocimiento sexual-identitario,

donde lo *camp* puede llegar a ser tomado a modo de referencia para saberse gay/*queer*. Todo el artificio *camp*, ahora digital, puede ser una guía fundamental para el (re)conocimiento de la sexualidad propia, insertándose en las trayectorias vitales y afectando al desarrollo personal, físico y psicológico por los que un individuo pasará hasta confirmar y aceptar que se siente, quiere vivir y definirse como gay, bisexual o *queer*.

Ante el riesgo (y tentación) de encapsular las experiencias *camp* en engranajes culturalistas, se ha optado por una conceptualización en términos de acción. Se entiende a los usuarios *camp* más por las estructuras e imaginarios que son capaces de tejer que por la posesión de unos determinados rasgos. En este sentido, la configuración procesual de lo *camp* en coordenadas patrimoniales permite una mayor claridad en el análisis. Los distintos contextos históricos y sociales han favorecido la aparición de símbolos, personajes y discursos; muchos de los cuales se han asociado estrechamente con lo *camp* y, por tanto, con los sujetos que participan de este. Sin embargo, estas asociaciones a múltiples niveles e independientemente del momento histórico o contexto social, han tenido siempre detrás un proceso de activación en términos patrimoniales y que en la actualidad es totalmente atemporal. Así, lo *camp* actúa también como una lengua franca que ayuda a articular identidades, pero en términos fluidos y creativos y no definiendo estas, pues parte desde una consideración periférica y marginal a partir de la cual los sujetos ejercen su capacidad de agencia.

Las realidades y procesos *camp* se viven hoy mayoritariamente en entornos digitales, un hecho que favorece la convergencia citada entre pasado y presente y la independencia de los patrimonios *camp* de sus contextos iniciales de surgimiento. Este hecho obliga a que la investigación social profundice en una epistemología digital, continuando con la cada vez mayor corriente metodológica que introduce lo digital a múltiples escalas en todo el proceso de investigación. Las activaciones patrimoniales *camp* son ejemplo e invitación a indagar en estos caminos y repensar cuestiones clásicas en la antropología, pero sometidas a una constante crisis y debate. De igual manera, la investigación digital abre las puertas a un necesario y deseado diálogo interdisciplinar, tanto a nivel teórico como práctico, para avanzar en la comprensión de desafíos emergentes como la cultura algorítmica y su brecha derivada. Los usuarios *camp* reconocen algo tras el recurso activado patrimonialmente, pero en un entorno digital la experiencia del sujeto está irremediabilmente mediada por una capacidad de agencia algorítmica. ¿Puede ser lo *camp* resultado de estas operaciones? ¿Reflejan los repertorios *camp* activados realidades no tan *camp*?

Futuras investigaciones *camp* podrían profundizar y diseccionar el vasto *pool* de lo *camp*, aportando un análisis pormenorizado de los motivos que aquí se han puesto sobre la mesa, tomados como un punto de partida y actualización de referencias e iconos. Posiblemente existan más motivaciones en las dinámicas de activación patrimonial *camp*, y ni que decir tiene que las figuras ahora aupadas a la categoría de icónicas pueden caer en desgracia o ser rápidamente reemplazadas por otras. En este

sentido, corresponderá a nuevos trabajos analizar los contextos que están por venir y las transformaciones en discursos, sujetos y símbolos en esos venideros escenarios *camp*.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barthes, Roland (1990). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Belbel, María José (2016). Yes, we camp. El estilo como resistencia. Feminismos, disidencia de género y prácticas subculturales en el Estado español. *Desacuerdos: Sobre Arte, Políticas y Esfera Pública En El Estado Español*, n. 7, pp. 160–173.
- Berzosa Camacho, Alberto (2017). Sexopolíticas del cine marginal de los años 70 en España. *Arte y Políticas de Identidad*, n. 16, pp. 17–36.
- Blasco, Popy (2013). *Yo fui teen en los 90. Retrato de la generación que lo tuvo todo*. Madrid: La Esfera.
- Costa, J. (2017), Camp. En Rosón Villena, María et al. (eds.), *Barbarismos queer y otras esdrújulas*. Barcelona: Bellaterra, pp. 65–72
- Dawkins, Richard (2002). *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. Barcelona: Salvat Editores.
- Dyer, Richard (1984). *Gays and Film (Revised Edition)*. New York: Zoetrope.
- Dyer, Rirchard (2001). *It's being so camp as keeps us going*. London: Routledge.
- Fosse, Bob (1972). *Cabaret*. Estados Unidos: Allied Artists.
- González de Garay, Beatriz, y Alfeo, Juan Carlos (2017). Formas de representación de la homosexualidad en el cine y la televisión españoles durante el franquismo. *L'Atalante*, n. 23, pp. 63–78.
- Hall, Stuart (2019). Introducción: ¿quién necesita identidad? En Hall, Stuart y du Gay, Paul (eds.), *Cuestiones de identidad cultural*. Madrid: Amorrortu Editores, pp. 13–40.
- Halperin, David (2016). *Como ser gay*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Hueso Fibla, Silvia (2009). Laberintos teóricos de lo camp. En *Actas del II Congreso Internacional "Cuestiones críticas"*. Argentina: FHyA-UNR.
- Ingenschay, Dieter (2021). From Sensibility to Performativity. Susan Sontag's Theory of Camp, Revisited from a Hispanic Perspective. *Estudios LGBTIQ+ Comunicación y Cultura*, núm. 1, vol. 1, pp. 15-24.
- Isherwood, Christopher (2012) [1954]. *The World in the Evening*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Isherwood, Christopher (1998) [1939]. *Goodbye to Berlin*. London: Vintage Books



- Jiménez Gloria y Marinas Leyre (2020). Archivo camp. Memorias visuales e identidades outsider. *Arte y políticas de identidad*, n. 22, pp. 117-142.
- Lim, Bliss Qua (2015). Queer Aswang Transmedia: Folklore as Camp. *Kritika Kultura*, núm. 24, pp. 178-225.
- Maddison, Stephen (2000). All about women: Pedro Almodóvar and the heterosocial dynamic. *Textual Practice*, n. 14, vol. 2, pp. 265–284.
- Madianou, Mirca, & Miller, Daniel (2012). Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*, n. 16, vol. 2, pp. 169–187.
- Mira, Alberto (2004). *De Sodoma a Chueca. Una historia cultural de la homosexualidad en el siglo XX*. Barcelona: Egales.
- Peiró Martín, Ignacio (2017). *En los altares de la patria: la construcción de la cultura nacional española*. Madrid: Akal.
- Pérez Rodríguez, David (2014). La cultura camp española como reflejo del auténtico existencialismo. *Hispanic Journal*, n. 35, pp. 63–77.
- Poulot, Dominique (1992). Bilan et perspectives pour une histoire culturelle des Musées. *PUBLIC & MUSÉES*, n. 2, pp. 125–147.
- Prats, Llorenç (1997). *Antropología y patrimonio*. Barcelona: Ariel.
- Ross, Andrew (1988). Uses of Camp. *The Yale Journal of Criticism*, n. 2, pp. 1–24.
- Rubina, Atilio Raúl (2013). El monstruo queer en The Rocky Horror Picture Show (1975). *Archivos de La Fimoteca*, n. 72, pp. 31–44.
- Santos, Samir Magoya de Medeiros et al. (2016). A estética Camp e Pastiche presente nos memes de Inês Brasil. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*. San Paulo: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
- Sontag, Susan (1964). Notes On Camp. *Partisan Review*, n. 31, vol. 4, pp. 515-530
- Tinkcom, Matthew (1996). Working like a Homosexual: Camp Visual Codes and the Labor of Gay Subjects in the MGM Freed Unit. *Cinema Journal*, n. 35, vol. 2, pp. 24-42.
- Urondo, Francisco (2013). ¿Qué es camp? En Aguirre, Osvaldo (Ed.), *Obras periodísticas. Crónicas, entrevistas y perfiles 1952-1972*. Mendoza: BsAs, pp. 331-335.
- van Dijck, Jose (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.
- Villanueva Jordán, Iván (2015). “You better werk.” Camp representations of Rupaul’s Drag Race in Spanish subtitles. *Meta*, núm. 60, vol. 2, pp- 156-188
- Wagner, Roy (2019). *La invención de la cultura*. Madrid: Nola Editores.