

# ÍNDICE

PRÓLOGO.....	13
<i>Making of</i> .....	23
Agradecimientos.....	29
1. DE GLORIA GAYNOR A ALASKA .....	31
Breve historia en movimiento.....	31
La «espinosa» cuestión de la identidad .....	42
2. NUESTROS CUERPOS:UN CAMPO DE BATALLA .....	51
Los cuerpos importan: sexos, géneros, sexualidad.....	62
Cuerpos masculinos y género.....	69
El cuerpo y el Orgullo.....	76
Cuerpo-espectáculo, ver y ser visto: políticas de la re/representación ...	89
Otros cuerpos: protesta y consumo positivo .....	105
Mi cuerpo, un campo de batalla: el orgullo crítico y el cuerpo.....	112
Cuerpos y Orgullos: consideraciones finales.....	118
3. SALIR EN LA FOTO O SER UN MARGINAL: ORGULLO Y POLÍTICA .	125
Derechos humanos, ciudadanía sexual, objetivos y estrategias políticas.....	135
¿LGTB, LGBT, LGTBIQ, LGTBIQ+, LGTB+, LGTBH, GGGGGL?	
¿Gays y Lesbianas? ¿Gays? ¿Qué?.....	160
Activismos asimilacionistas/oficialistas y activismos radicales (críticos o <i>queer</i> ).....	171
Distintos modelos de Orgullo .....	186
Orgullo es poder: marcadores de activismo .....	194
Organización, pancartas y consignas .....	198
Manifiestos .....	207
Lemas: igualdad (real), visibilidad y diversidad.....	219
Visibilidad como acto político.....	229
Política y/como espectáculo.....	237

Instituciones públicas.....	249
Partidos políticos y áreas LGTB de los partidos .....	261
Orgullo, Activismo y Política: consideraciones finales .....	270
4. NUESTROS DERECHOS (NO)SON NEGOCIO.....	277
El WorldPride .....	298
Cómo hemos llegado hasta aquí: <i>ambiente</i> , activismo y asocia- ciones empresariales .....	310
Nuevos modelos de protesta: la Manifiesta como estrategia política...	328
Carrozas.....	340
Orgullo, consumo, negocio.....	355
Bienvenidxs a FITUR: lo «gay» como negocio.....	355
Consumo, política e identidades.....	367
Ciudad, turismo, marca.....	371
Protesta/fiesta/negocio/reivindicación: consideraciones finales...	378
CODA: ¿NOS MANIFESTAMOS O DESFILAMOS? .....	393
LISTA DE ENTREVISTAS.....	419
BIBLIOGRAFÍA.....	421