

LA POLÉMICA:
PERSONAS Y PERSONAJES
LGBTIQNB+ EN LOS MEDIOS MASIVOS
DE ENTRETENIMIENTO: ¿VISIBILIZACIÓN
DE LAS DISIDENCIAS O ESTRATEGIA DE
MARKETING?

1

LA POLÉMICA: PERSONAS Y PERSONAJES LGBTIQNB+ EN LOS MEDIOS MASIVOS DE ENTRETENIMIENTO: ¿VISIBILIZACIÓN DE LAS DISIDENCIAS O ESTRATEGIA DE MARKETING?

LGBTIQNB+ People and Characters in the
Mass Entertainment Media:
Visibilization of Dissidence or Marketing Strategy?

2

Resumen

A partir de un texto disparador ofrecido por el comité editorial de *Polémicas Feministas*, cuatro personas que son referentes del ámbito cultural de Córdoba, Argentina, opinan sobre las complejas relaciones entre las políticas de identidad y las estrategias de mercadotecnia en el marco de las luchas del colectivo LGBTIQNB+ por sus derechos.

Palabras clave: anzuelo queer - lavado de imagen rosa - políticas de identidad - inclusión - disidencia

Abstract

Based on a text provided by the editorial board of *Polémicas Feministas* to trigger debate, four leading cultural figures from Córdoba, Argentina, discuss the complex relationships between identity politics and marketing strategies in the context of the LGBTIQNB+ community's struggle for their rights.

Keywords: Queerbaiting - Pinkwashing - Identity Politics - Inclusion - Dissidence



La reflexión del comité editorial de *Polémicas Feministas*:

La representación de temáticas *queer* en ficciones audiovisuales, la presencia de personas y personajes LGBTIQ+ y no binaries, las políticas *gayfriendly* (amables con las personas gay) en los diversos medios masivos de comunicación y entretenimiento, pueden ser consideradas como conquistas de los activismos, como instancias de visibilización y reconocimiento de las identidades y los derechos de estos colectivos. Sin embargo, pueden ser consideradas también como el resultado de estrategias de mercadotecnia para dar a empresas y productos una apariencia incluyente (*pinkwashing* o lavado de imagen rosa)¹ o para ganar consumidores/espectadores en la comunidad LGBTIQNb+ (*queerbaiting* o anzuelo queer).²

En el núcleo de esta polémica está la cuestión de la (im)posibilidad de representar las diferencias en los discursos mediáticos hegemónicos sin que pierdan su potencial disidente. ¿El derecho a la representación fidedigna es una batalla perdida de antemano ante la cosificación de la experiencia no-heterosexual en los discursos hegemónicos? ¿Qué límites y qué potencias enfrenta el colectivo LGBTIQNb+ al visibilizarse como tal en la industria del entretenimiento?

La reflexión de Rose (miembro del colectivo LGBTQ norteamericano):

Estamos en un momento interesante de la historia para la representación mediática de los integrantes del colectivo LGBTQ. Y a medida que nuestra igualdad política avanza, es probable que veamos aún más de nosotros en nuestras pantallas, grandes y pequeñas. De ahí el debate que ha surgido en la internet queer y pro-queer sobre la noción de *queerbaiting* -cuando [series y películas] nos dan lo justo para mantenernos interesadas, una forma de lanzarnos un hueso cuando normalmente no tendríamos nada, pero no lo suficiente para satisfacernos y representarnos realmente. Pero, ¿qué significa eso exactamente?

Hay una clara sensación [en el colectivo LGBTQ] de que se aprovechan de nosotros, de que somos fans de segunda clase, a los que [los productores] no les importa hacer un flaco favor con tal de que sigamos viendo [y comprando sus productos].

Fuente: Rose (2013, 26 de junio). "How Do We Solve A Problem Like 'Queerbaiting?: On TV's Not-So-Subtle Gay Subtext". *Autostraddle*. <https://www.autostraddle.com/how-do-we-solve-a-problem-like-queerbaiting-on-tvs-not-so-subtle-gay-subtext-182718/>

¹ El término *pinkwashing* (del inglés *pink*, rosa, y *whitewash*, blanquear o encubrir) se refiere a las estrategias de mercadotecnia para promover instituciones, productos o empresas invocando su condición de simpatizante LGBTIQ+.

² El término *queerbaiting* o "cebo queer", "anzuelo queer", hace referencia a la técnica de mercadotecnia que consiste en incluir un personaje LGTBQ+ o una relación no-heterosexual en una determinada historia con el fin de atraer al público del colectivo, pero sin la intención de profundizar en la representación de la identidad queer o de concretar explícitamente la relación gay. El *queerbaiting*, en síntesis, opera a partir de un doble movimiento: construir personajes del colectivo pero vaciándolos de trama e historia, para luego rellenar ese cascarón con un repertorio de acciones y afectos estereotipados de la diversidad sexual en general y de su posición identitaria en particular.

Las reflexiones de les invitades a La Polémica:

Karol Zingali³: Para mí el sistema capitalista y el marketing intentan tomarlo todo, siempre

Para quienes venimos trabajando desde hace más de 20 años con proyectos de artistas mujeres, lesbianas y en los últimos años con artistas travestis/trans, desde un lugar del hacer cultural, vemos cómo la lucha de las colectivas feministas sí han logrado un impacto positivo sobre las políticas públicas, los medios de comunicación, las productoras de contenidos, los festivales, los ciclos y programas de espacios culturales y comerciales. Hay una mayor visibilización e inclusión de personas de la colectiva LGBTIQNB+, pero también vemos cómo en algunos casos eso se ha transformado en una moda y como tal el imperativo es "usarlo".

Como artista *queer*, lesbiana y productora cultural/musical, en mi experiencia puedo comparar el *queerbaiting* con lo que pasa en la industria de la música. El rock, por ejemplo, en algún momento fue parte de la contracultura y hoy es un producto más del *mainstream* que factura millones y mueve escenas masivas.

Este sistema en el que vivimos intenta tomarlo todo de muchas maneras, desde las más descaradas (como el robo de ideas y proyectos) hasta las más sutiles (como el *queerbaiting*) y que en medio, esa aplanadora deja grietas, intersticios, por donde algunos podemos colarnos, gambeteando entre lo marketinero y la farsa, para poder incluir lo auténtico, lo disruptivo.



Karol Zingali

³ Karol Zingali es una productora musical/cultural y artista argentina. Desde el 2008 dirige Oficina De Artistas (ODA): una agencia dedicada a la producción y a la creación de contenidos para la música y el arte desde Argentina-Latinoamérica. Socia fundadora de la MMF Latam - Asociación Latinoamericana de Managers Musicales. Desde el 2018 trabaja en alianza con Mirmidón de España, - agencia especializada en las músicas de raíz - para la realización de giras/conciertos y el cruce entre artistas de España-Latam. Directora de Pamm Music Market, programa de intercambio profesional y exportación de la música. Es creadora y productora de diversos festivales y programas como Festival Mujeres al Griego, M Festival de Montaña, Tamboreras -Women to the Drums, Retiro de la Patagonia, Semana del Cuarteto con Perspectiva de Género, manager de la percusionista Vivi Pozzebón y artista en "Pequeño Bambi", proyecto de *punk queer* y performance.

Claudia G. Aguilera⁴: Lxs empresarixs lucran con la idea de inclusión, invisibilizando las demandas más complejas del colectivo

Ante la propuesta de reflexionar/polemizar acerca de la presencia de personas/personajes LGBTIQNB+ en los medios masivos de entretenimiento y pensar si se trata de visibilización de las disidencias o estrategias de marketing, puedo hablar sólo desde mi lugar como artista lesbiana. En cuanto a mi experiencia, comprendo que todo forma parte de un proceso en el cual, si trazamos una línea de tiempo, las formas de visibilizar las disidencias han mutado, por lo tanto no existe una sola manera de acercarse a la discusión, me centraré en lo que observo.

Cuando uno va construyendo colectivamente desde el feminismo, se articulan distintos aprendizajes que van desde lo teórico hasta lo vivencial. En este contexto del cual somos parte, los colectivos feministas y LGBTIQNB+, junto a los movimientos sociales, culturales y políticos -por nombrar algunos- han experimentado diferentes avances, retrocesos, alianzas, acuerdos y desacuerdos, a la vez que los objetivos y las agendas han cambiado. En esta tarea de inscribir los conceptos en las experiencias propias, recuerdo que ni bien estalla la crisis del 2001 nos convocamos varios colectivos feministas independientes, LGBTIQNB+ y organizaciones varias para sumar fuerzas ante las diferentes demandas que presentaban nuestras luchas. Comencé en el 2003 a participar en el Movimiento de Mujeres de Córdoba, en diversas colectivas como la Asociación contra la Discriminación Homosexual (ACODHO) y Las Histérikas, las MuFas y las Otras.

Con la colectiva ACODHO, compañeres independientes y algunas organizaciones que se sumaban, el desafío era muy grande. Faltaba mucho por hacer respecto de la comunidad LGBTTIQ+: visibilidad, salud, inclusión, derechos, etc. ¡Nos motorizaba todo! Se realizaron talleres acerca de la violencia entre lesbianas⁵, de sensibilización sobre temáticas de diversidad sexual para les docentes de la UEPC, festivales como la Semana de la Dignidad, programas radiales como *Se dice de mí* o *Voces diferentes*, charlas como *Poder y sexualidad*, cine-debates en bares donde acudían les trabajadorxs sexuales, programas de prevención de HIV; articulamos con las mesas de DDHH de diversas instituciones escraches a la Central de Policía por el Código de Faltas de la ciudad de



Claudia G. Aguilera

⁴ Claudia G. Aguilera es artista lesbiana, productora y curadora de arte independiente. Ha participado de colectivas feministas y LGBTIQNB+, ha realizado festivales, ciclos de cine, talleres de concientización, programas radiales, ilustración de libros, afiches, acciones en la vía pública, etc. Participó en el anteproyecto de la Ley N° 9.283 de Violencia Familiar que sancionó en la provincia de Córdoba en el año 2006 para prevenir, sancionar y erradicar la violencia hacia las mujeres en el ámbito familiar y las relaciones interpersonales. Integró parte de TAF (Trabajadorxs de Arte Feminista). Actualmente forma parte del Proyecto de Archivos Feminismos Cordobeses y desde el 2008 trabaja como productora en el Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa.

⁵ Desalambrando: agrupación que se abocaba a impartir talleres de reflexión para mujeres lesbianas y bisexuales, sobre todo acerca de salida del closet y de violencia entre lesbianas.

Córdoba. Construíamos redes y ampliábamos lo que otros venían haciendo anteriormente. Activando en las calles, en las plazas, en asambleas, organizando acciones, nos enfrentábamos a un panorama hostil: desde terminar presxs, hasta salirnos de la lucha por impotencia. Al día de hoy nos seguimos enfrentando al homobotransodio, a la despolitización y la desarticulación de las luchas. Comparto la idea, junto con otros, de que a la sociedad le faltan años para poder romper con un patriarcado que se impone y filtra hasta lo más profundo. No intento con esta revisión nombrar exhaustivamente cada uno de estos procesos, sino más bien esbozar una síntesis de la cual pueden haber quedado fuera situaciones, colectivos, hitos importantes que ayudaron a estas transformaciones.

El fenómeno llamado *pinkwashing* apunta a señalar las estrategias que tiene el mercado, las políticas culturales, las instituciones, los estados y otros actores para verse como aliado o amigo de los colectivos de disidencia sexual, para no quedar del otro lado como homobotransodiantes. Esto nos lleva a revisar y reflexionar cómo vemos hoy este lavado de cara de lo político, que tiene por objetivo anular o desmantelar cada una de las acciones de lucha que enumeramos anteriormente junto a otras más. Si bien este fenómeno se da a nivel mundial, es moneda corriente ver, por ejemplo en la Argentina, como lxs empresarixs que manejan boliches, bares, hoteles y algunos espacios culturales ofertan la idea de libertad e inclusión al colocar la bandera multicolor, u ofrecen un menú queer y lucran con ello; así se endulza, romantiza o desmantela lo ganado con tanto esfuerzo por los movimientos feministas y LGBTIQNB+.

El fenómeno llamado *queerbaiting* hace hincapié en incluir un personaje trans, lesbiana, gay, andrógino, bisexual, etc. o alguna relación no heterosexual en novelas, series, films, revistas, para ser “vistos políticamente correctos”, y así captar a las minorías disidentes, para quedar bien con una parte de esta comunidad. Esto vende la idea de romper con los guiones tradicionales, lo que se convierte en un arma de doble filo: si bien quieren contar una historia “supuestamente inclusiva”, cuentan la historia de un personaje sufriente, enfermo, estigmatizado. La operación política detrás funciona atrayendo a la comunidad LGBTIQNB+ sin dejar afuera al otro público el heterosexual, blanco, hegemónico. Como sabemos, todo esto contribuye al bolsillo de muchos, cada uno con intereses propios. Me pregunto cuántos de estos espacios, instituciones, publicaciones, programas de televisión, films se han cuestionado su propia heteronormatividad, o la forma de mostrar historias verdaderas sin que esto termine convirtiéndose en un negocio redituable o una estigmatización. Hasta las películas de Disney ahora nos proponen un personaje andrógino.

Hoy la bandera de la diversidad aparece en las campañas publicitarias, la vestimenta, los hoteles, los tours por el mundo ofertando en sus vouchers una experiencia LGBTIQNB+ inolvidable con playas de levante⁶ para todos los gustos, así tanto empresarixs como países que se venden como simpatizantes o aliados, discriminando, penalizando la libre expresión de las subjetividades, y ni que hablar de otras minorías como personas gordes, o de identidad marrón (por nombrar algunas), fagocitando indiscriminadamente años de lucha.

Luego de aprobarse en Argentina en el 2010 la Ley de Matrimonio Igualitario (Ley N° 26.618), algunos colectivos LGBTIQNB+ consideraron que esta conquista sumaba un alivio, confiando en que se saldarían deudas sociales pendientes, al igual que la Ley de Identidad de Género (Ley N° 26.743) sancionada en el 2012. Sin embargo, hay

⁶ “El levante” -como en la frase “hacer un levante”- es una expresión coloquial argentina que remite a un encuentro sexual pasajero.

mucho por hacer tanto desde las políticas públicas cuanto hacia dentro de las organizaciones, las colectivas, el feminismo y la comunidad toda. No alcanza con leyes promulgadas para evitar la discriminación, la violencia, la persecución, los transfemicidios, entre otras problemáticas a resolver.

Cuando observo estos fenómenos, no dejo de pensar en varias instancias, por ejemplo en la Ley Micaela, (Ley 27.499) del año 2018, promulgada en Argentina, que tiene por objetivo la capacitación obligatoria en el tema de género de aquellas personas que integran los tres poderes del estado o que se desempeñan en la función pública. Así, mediante una ley, se inserta el tema de género en los ámbitos laborales. Pero ¿qué pasa cuando el estado pone una capacitación como ésta, por ejemplo, a distancia? ¿Sobre qué se capacita verdaderamente? Estos cursos y “capacitaciones express” se centran en lo políticamente correcto, enseñan lo que “debemos decir” desde tal o cual gobierno para quedar bien ante la sociedad, sin profundizar en las disputas políticas profundas. Un lavado de cara más, al descubierto. Así mismo son muchas las instituciones que reproducen el patriarcado y ejercen violencia de género, e institucional, apoyándose en el falocentrismo heteronormado y capitalista, fomentando la hipocresía y ceguera general.

Otra manera de hacer un lavado de cara, e invisibilizar las demandas más complejas del colectivo tienen que ver con la Marcha del Orgullo. En Córdoba las marchas comenzaron en el año 2006, si bien esta no se tomó como la primera marcha (ya que no llegábamos a más de cien activistas cortando media calzada), sí sentó un precedente de lo que sería la masiva marcha del 2009 y las que continuaron. Pero ¿qué pasa cuando la masividad, la fiesta, las carrozas, los boliches, los partidos hacen más ruido que los reclamos por la violencia, la represión, la persecución, la inclusión laboral trans, los asesinatos o los derechos de los trabajadores sexuales? Son, a mi entender, menos los cuerpos y colectivos que visibilizan estas demandas.

En el ámbito de las artes, los procesos se fueron dando paulatinamente en cuanto al tema de género, El movimiento *#Ni una menos*, constituido hacia 2015 para visibilizar la violencia de género y denunciar los femicidios, implicó también replicar el movimiento *#Me too* de Estados Unidos, el cual denunciaba la misoginia de productores de cine y televisión. Artistas Argentines se sumaron a la lucha a través del movimiento *Nosotras Proponemos*, adhiriendo a un manifiesto y participando en asambleas para reflexionar sobre el patriarcado recalcitrante. A través de una guía práctica de 37 puntos introducían prácticas a desarrollar hacia las personas e instituciones, partiendo de una perspectiva de género, y rememorando la histórica exclusión de las mujeres y de todas las identidades disidentes del mundo del arte. Si bien ya se contaba anteriormente con muchas acciones en función a todos estos reclamos de desigualdades, los medios de comunicación y la viralización en las redes ayudaron a que fuera un movimiento global.

Al día de la fecha tanto en las colecciones de los museos, las exposiciones o los concursos observamos estas desigualdades (un 75% de varones un 25% mujeres y un 5% de las disidencias) y no está de más estar atentos a cómo les jurades intervienen en las selecciones de obras, o premian a las mismas desde el mismo lugar misógino y patriarcal, por ende si bien todos estos movimientos impulsaron y pusieron en tela de juicio las formas de años de invisibilización y desigualdad, estamos invariablemente ante una transición, algunas instituciones (galerías, museos, centros culturales) son interpeladas por les artistas y la sociedad, logrando avanzar lentamente hacia una representación equitativa. En Córdoba, por nombrar un espacio, contamos con el Espacio Cultural Museo de las Mujeres (MuMu), si bien el nombre no parece muy inclusivo, las muestras apuntan a trabajar con el colectivo de disidencia sexual. Otro ejemplo es en Bs. As. El Palais de

Glase, cuya directora Feda Baeza plantea en su gestión un guión museístico innovador, proponiendo espacios de reflexión abiertos al colectivo LGBTIQNB+ y a todas las distintas comunidades.

Todo esto va sumando un panorama político, social y cultural que nos interpela, y hay acciones y acciones. No a todas podemos enmarcarlas del mismo modo ni implican similares posicionamientos políticos. No alcanza con invitar al colectivo LGBTIQNB+ a un partido de fútbol, a una merienda para draguearse, o una vez al año incluir en las agendas exposiciones de disidencia sexual. Sostener un organigrama constante en donde participe todo el colectivo, organizar festivales con consignas que aborden muchas de las problemáticas que nos convocan, radios abiertas, muraleadas, pintadas, escraches, asambleas, charlas en bibliotecas populares, actividades de visibilización como lo fue el 7M día de la visibilidad lésbica (surgido luego del asesinato de Pepa Gaitán) son algunos ejemplos que evitan el doble discurso.

Considero que seguir poniéndoles el cuerpo a cada instancia que se presente es fundamental para reafirmar que la salida es colectiva. Que una parte de esta historia también tiene que ver con recuperar la memoria y transmitir estos procesos a les que vienen, para no dejar que las modas, el pinkwashing, el queerbaiting sean moneda corriente.

Por último, y sin ir más lejos, este año nos convocamos algunas compañeres para presentar luego de un arduo trabajo, un archivo sobre feminismos cordobeses en formato web⁷, revalorizando y reconociendo el valor que ha tenido la lucha en nuestra ciudad en los últimos 50 años. Aquí no sólo los documentos acompañan a este trabajo colectivo sino también las redes, las alianzas, los procesos, las voces, las experiencias, la rabia, la alegría... Una apuesta política compleja, que es parte de la afectividad y les cuerpos comprometidos con construir otras formas de ver la realidad. ¡Pasen y vean!

⁷ <http://feminismoscordobeses.net/>

Vir del Mar⁸: ¡Adelante, cuirbeitinmí todo lo que quieran!

El de la representación es un tema bien complicado, porque, ante todo, la necesitamos. Quienes crecimos en los años '90 sabemos que los cuerpos cuir, es decir, quienes nos fuimos de las normas asignadas al género, somos carne de burla y de odio. Lo sabemos por nuestra experiencia y también porque lo vimos en la televisión. Ante nuestras incipientes rarezas, nuestras familias y entornos respondieron, en su gran mayoría, en los modos estereotipados que proponían los medios: con miedo, rechazo, expulsión, burla, maltrato, patologización, duplicación de expectativas.

Lo que sucede en los libros, en las películas, en la televisión, en las redes, es esencial en la formación y en la creación de pensamiento. Esos son los modos que tenemos de informarnos y bien sabemos que toda información está sesgada e

implica un posicionamiento político. En nuestro caso, Argentina viene siendo pionera en las propuestas de leyes en materia de DD.HH. La aplicación de las leyes tambalea y muchas veces es disfuncional, pero sí podemos ver cómo la Ley de Identidad de Género permitió establecer nuevos imaginarios sociales donde los cuerpos travestis trans, para mal de muchos, estamos incluidos. Esta circulación de la información logró que se generaran, al menos, algunos consensos progresistas de cómo nombrar las cosas y en consecuencia los medios deben cierto respeto a las leyes.

Es cierto que últimamente este pacto de palabra se ha roto. Tenemos en todo el mundo personajes de ultraderecha ocupando lugares de decisión y haciendo mella en la opinión pública. Argentina, que es una maravilla en comparación con otros países donde ser de la comunidad LGBT+ está penado por la ley, no es la excepción. Pululan en el Congreso y en los medios estas representaciones espantosas del conservadurismo y, para sorpresa de nadie, encuentran eco en la población general. Digo “para sorpresa de nadie” porque quienes empuñamos lo cuir estamos expuestxs a la opinión y la violencia heteronormada 24/7, sabemos que los dinosaurios están ahí.

Entonces, cuando pienso en una serie de TV como *Heartstopper* (Netflix, 2022), que reúne muchas de las cosas que podríamos discutir del amor romántico, cuyos personajes principales son blancos y delgados, y todxs son de clase media alta, y la única chica trans es *imperceptiblemente trans*, digo ¡adelante, cuirbeitinmí todo lo que quieran! ¿Cómo puedo juzgar esa representación bajo la buena moral progre y académica si del otro lado está el peligro? Porque la contracara a esa representación liberal y lavada, es la representación que tuvimos en los '90 y que ya conocemos. Sí, las series y la información que tenemos está por debajo de lo que podemos exigir, pero también son los lugares que



Vir del Mar

⁸ Vir del Mar es una travesti residente en Córdoba. Gestiona la librería ¡Escándalo!, espacio de difusión y venta literaria con curaduría LGBTIQNBA+ y transfeminista. Licenciada en Teatro por la Universidad Nacional de Córdoba. Se desempeña como docente en Proyecto Libido, canta en el dúo poético-musical faunosirena y escribe en el medio digital “La Tinta”. En 2021 publicó su primer poemario “Sirena de Atelier” por Inflorescencia Editorial.

conseguimos a base de luchas, y son los lugares que tenemos que sostener para continuar horadando los imaginarios sociales y dando la discusión.

Si a lxs pakis⁹ volvemos asimilables les sirve para no matarnos, pues bienvenido sea. Nosotrxs, lo cuir, seguiremos a la fuga, seguiremos escapando a la norma para, simplemente, ser. Habitar esa tensión. Creo que tenemos que ser extremadamente cuidadosxs, porque del otro lado de la cancelación de todo lo que moralmente está mal para nuestros progresismos de niñxs que crecieron pensando en que existía la paz mundial, del otro lado, está la quita de derechos, está volver atrás. Entonces, quizás, en lugar de blandir el sable de YoLoHaríaMejor, es hacer como dice Donna Haraway, y *seguir con el problema, y seguir en fuga*.

⁹ La palabra “paqui” -diminutivo de “paquidermo”- es parte del acervo cultural de la comunidad LGBTQ+ regional (Argentina y Uruguay); hoy en día su significado tiene variados matices, en general designa a “una persona cis heterosexual que hace de estas características una ventaja”, que “no cuestiona la raíz heterosexual de su práctica como algo mandado y apoyado en una cuestión de clase”, (Kekena Corvalán, cit. en Alfie, Camila (2022, 5 de agosto). Explorando los significados de la palabra “paqui”. *Página 12*. <https://www.pagina12.com.ar/442042-explorando-los-significados-de-la-palabra-paqui?ampOptimize=1>).

Daniel Tortosa¹⁰: En la edición está la ética: en cómo se muestra lo que se tiene para mostrar ¿Me interesa la educación o me interesa la provocación?

Con respecto al tema, yo creo que las dos cosas suceden, ¿no? Lo que están planteando, o sea, el tema éste de la identidad y la representación y cómo se ven en los medios de comunicación... pasa desde las dos perspectivas. Por un lado, acá en la Argentina, desde las primeras películas del cine sonoro estaba el personaje del mariquita; que siempre era un lacayo, era el siervo de la casa y era amanerado y eran todas niñerías sus problemas y lo único que le interesaba era el falo y era cobarde y era mentiroso y era traidor. Ese estereotipo va a seguir y va a seguir hasta nuestros días. Hasta hace 10 años atrás Marcelo Tinelli¹¹ lo utilizaba como humor... Se hacía reír con eso. Las plateas se divertían, aplaudían, se reían a carcajadas con el personaje del homosexual varón. Ahora, el personaje de la lesbiana no se utilizó para hacer reír, nunca dio risa. Al contrario, era un personaje más bien... siniestro, denso. Estaban en las cárceles ¿no?, en todo lo que fue la saga de películas de cárceles de mujeres, era la más malvada, la bruja, la asesina... era tremendo, era malísima, era el peor lugar casi del mal el que tenía la lesbiana. Ahora se los usa en mucha menor medida pero estos estereotipos atravesaron todo el siglo XX, 70 años estuvieron presentes. Pero por otro lado, han sido útiles los medios, han sido el lugar de la visibilización de las disidencias y de las identidades, han tenido toda una parte positiva porque la sociedad escuchó y se enteró, y estas temáticas, las de los homosexuales, entraron en la casa -en el living de la casa, en el comedor de la casa. Por ejemplo, a fines del siglo XX y a principios del XXI en la televisión, Julio Boca¹² dijo en el programa de Mirtha Legrand¹³ que era bisexual; Fernando Peña¹⁴ dijo en el programa de Susana Giménez¹⁵ que era un puto triste; uno de los muchachos de *Gran Hermano* -que era un *reality show* muy visto y con muchísimo *rating*- dijo que se había acostado con un montón de marineros, etcétera, etcétera. Este tipo de cosas fueron útiles en un punto porque visibilizaron la temática, la fueron sacando del closet. De



Daniel Tortosa

¹⁰ Daniel Tortosa es militante LGBT, licenciado en Cine y TV, docente e investigador de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Es el director del documental *Los Maricones* (Córdoba, 2016).

¹¹ Conductor, empresario y productor argentino de programas de televisión de humor y entretenimiento como Showmatch (ex Videomatch), los cuales tuvieron mucha popularidad y altos números de *rating*.

¹² Bailarín, director y maestro de ballet argentino.

¹³ *Almorzando con Mirtha Legrand* es un programa de televisión argentino emitido desde 1968 hasta la actualidad, conducido por la actriz y presentadora Mirtha Legrand. Por ese programa de gran *rating* han pasado artistas, personalidades nacionales e internacionales, políticos, médicos, escritores e incluso varios presidentes de la Nación; los debates políticos que se realizan en el programa tienen repercusión en los principales medios del país.

¹⁴ Actor y locutor uruguayo, radicado en Buenos Aires. Su particular estilo, malhablado y transgresor, puede ser ejemplificado por frases como “no soy gay, soy un puto sufrido”.

¹⁵ Modelo, conductora y empresaria argentina. Es reconocida por su popular programa televisivo de concursos telefónicos, números musicales y entrevistas a personalidades del espectáculo, el deporte y la política. El programa comenzó llamándose *Hola, Susana* (en 1987), luego fue renombrado *Hola, Susana, te estamos llamando* y más tarde *Susana Giménez*.

todos modos, sabemos que los medios cosifican, que hacen y deshacen y muestran y editan y vuelven a reformar, a reformular, a reinterpretar las identidades.

En mi caso, como autor del documental *Los Maricones*, tenía interés en visibilizar la temática, además de que ese documental fuese un material que sirviese para estudiar, para difusión, para la charla-debate, para que no quedase en algo olvidado o cerrado en ciertos pequeños grupitos, sino para que saliese a la sociedad... Lo que mejor se me ocurrió, bueno... fue hacer un documental de 30 minutos y que se subiera a YouTube, listo... O sea que cualquier profesor, maestra, maestro interesado en el tema lo pudiera descargar, ver, analizar, volver a pasar, volver a utilizarlo como material. Ése era mi interés. El tema del documental era la persecución policial. Les entrevistades tenían 40 minutos para hablar y eran conscientes de que su testimonio iba a ser utilizado para estos fines, para visibilizar. Entonces ya iban predispuestos a hablar. El recorte que hice fue en base a una pregunta: ¿Cuál fue la situación de mayor violencia y discriminación sufrida por causa de la policía? Para la puesta fuimos ahí mismo donde habíamos estado detenidos en los calabozos de la ex D2¹⁶, lo que es hoy el Museo Provincial de la Memoria; ahí se armó una pequeña puesta de luces, como si fueran las luces de los interrogatorios, la situación del interrogatorio policial en el lugar de los hechos. Es una técnica documentalista llevar a las víctimas al lugar de los hechos, y eso provoca ciertas cuestiones con la memoria, muy interesantes, se habla, tal vez, de cierta manera especial, como desde el corazón salen las cosas, desde las tripas sale lo que se dice. No es lo mismo que tener esta conversación en un bar... o en una plaza... o en un teatro... o en la casa...

Yo le daba 40 minutos a cada entrevistade para que dijera toda esa situación. Con ese material después yo armé una edición. Ahora, el punto interesante es que con ese material que yo tenía y con las cosas que dijeron yo podría haber hecho una edición bien escandalosa para uno de esos programas de *reality* de chimentos, bien amarillista, para las dos de la tarde ¿no?... una cosa así chabacana, sucia... Bueno, podría haberlo utilizado... porque muchas de las cosas de las que cuentan ahí, de acuerdo a como uno las edite, se podrían haber utilizado para eso: para el escándalo, para otro fin. Bueno, obviamente lo que yo quería era otra cosa, otro era mi objetivo: el de la educación, el que a esto lo vea la gente joven sobre todo, los estudiantes del secundario, y que, entonces, puedan pensar sobre temas como el de la violencia estatal, la violencia institucional... la psicología social, la sociología, la historia... Un perfil humanístico yo le di al corto, con las mismas entrevistas. Claro que existe la manipulación, de eso no cabe la menor duda, y yo estoy seguro de que donde se manipula es en la edición: lo que se muestra, dónde se corta, qué frase se escucha, cómo pongo la cámara, cómo ilumino, qué preguntas hago... y ahí voy guiando, voy llevando, voy manipulando. Ahí está el centro de la cosa, me parece. Entonces, todos los que trabajamos en los medios de comunicación somos expertos y sabemos que podemos manipular: cosificar o humanizar. Ahí está la ética: cómo se muestra lo que se tiene para mostrar.

El punto está en eso: ¿ponemos en la mira al ser humano, ponemos a la persona y utilizamos esta memoria para que no se repitan las tragedias, o intentamos tener *rating* o tener publicidad porque vendo tal producto? ¿Hago una cosa escandalosa, una cosa más amarillista, no me interesa la educación, me interesa la provocación, me interesa generar odio, me interesa confundir? Ésos también son intereses que están en juego. Hay comunicadores que se dedican a eso, lo sabemos muy bien.

Textos recibidos y aceptados en agosto de 2022.

¹⁶ Departamento de Informaciones de la Policía de Córdoba, Argentina, creado luego del golpe de Estado de 1976 como división especial para perseguir y reprimir lo que el gobierno de facto consideraba genéricamente “delitos de subversión”.