

## **Representaciones de la diversidad sexual en medios de comunicación**

**José Antonio Medina Trejo**

Las personas homosexuales, lesbianas, bisexuales y trans (LGBT) han sido representadas de forma estigmatizante en periódicos, el cine, la televisión o en la publicidad de todo el siglo XX, con un impacto en el imaginario social <sup>1</sup> que se refleja hoy en día también en los macroespacios virtuales de las redes sociales del siglo XXI.

Este fenómeno social de estigma y discriminación, que deviene de percepciones sociales prejuiciadas sobre la homosexualidad <sup>2</sup>, obliga a reflexionar desde disciplinas como la comunicación sobre el impacto de lo que se ve, se dice, se escucha y se representa en los espacios mediáticos y cómo se asimilan en la convivencia social esas representaciones estereotipadas de la diferencia sexual.

En ese sentido, es bien sabido que los medios de comunicación resemantizan prejuicios sociales que deambulan en la memoria colectiva y los devuelven a la sociedad con productos comunicacionales, discursos o relatos que refuerzan, o mitigan, prejuicios homofóbicos. <sup>3</sup>

Ante esa circunstancia, es importante entender la función social que juegan los medios de comunicación en torno a la diversidad sexual, y cómo desde esos espacios de poder simbólico se pueden revertir prejuicios heredados de discursos sociales que han ofendido históricamente a quienes no son heterosexuales. <sup>4</sup>

Se ha dicho de diversas formas que los medios de comunicación distorsionan o tergiversan por la tarde los conocimientos que adquieren niños y niñas en la escuela por la mañana. También se ha afirmado que la televisión, el medio de mayor impacto en las audiencias, es la “caja idiota” <sup>5</sup>, que mal educa y contradice los preceptos pedagógicos que con mucho esfuerzo enseñan profesores y

---

<sup>1</sup> Castoriadis, Cornelius. La institución imaginaria de la sociedad. Tusquets México. 2013.

<sup>2</sup> Agleton, Peter y Parker, Richard. Estigma y discriminación relacionado con el VIH/sida. Onusida 2003.

<sup>3</sup> Islar, Asaís, Héctor. Lenguaje y discriminación. Conapred 2005.

<sup>4</sup> Medina Trejo, José Antonio. La representación social de los homosexuales en los medios. UACM. 2015.

<sup>5</sup> El escritor Carlos Monsiváis tuvo una columna titulada “La caja idiota” en los años 60 donde hablaba de temas relacionados a sucesos vistos en la televisión y que eran vanalizados o frivolidados, por tanto para él eran motivo de agudos análisis.

profesoras en las aulas.

Por otro lado, distintas teorías de la comunicación coinciden en que los *mass media*<sup>6</sup> están destinados a extender las capacidades humanas de hablar, escuchar, ver y oír. Y es a través de los sentidos como se influyen a las colectividades sobre aquellos conocimientos que favorecen el *status quo* y la permanencia de las clases dominantes, sean políticas, religiosas, económicas, ideológicas o de género.

Una realidad que no podemos negar en la actualidad es que muchas veces, los niños y niñas, adolescentes y aún jóvenes universitarios, han adquirido conocimientos a través de los medios de comunicación convencionales y del Internet, antes que en los salones de clases, pues sin duda la *aldea global*<sup>7</sup> en la que vivimos les está dando el privilegio de ser testigos en tiempo real de los grandes sucesos mundiales. Por ello, los medios de comunicación actuales se han erigido *de facto* como espacios de construcción de percepciones del mundo y han sido *elemento axial* entre los sucesos públicos, la vida cotidiana de las personas y los saberes colectivos.

El vertiginoso avance de las tecnologías que han utilizado los medios contemporáneos ha contribuido a conformar las industrias de la información, de la cultura y del conocimiento, que en los hechos no ha estado en nuestro país al servicio de la sociedad, ni para crear audiencias críticas ni para dar herramientas cognoscitivas en temas donde se puedan ver vulnerados los derechos sociales.

Lo que sí ha sucedido en la gran mayoría de los casos es que la televisión concesionada en México se ha abocado a entretener al público, ofreciendo productos de muy baja calidad con contenidos enajenantes, que imponen estereotipos sociales contruidos desde el parámetro ideológico de quienes detentan el poder mediático, creando con ello frustración en los públicos, pues la vida, finalmente, no es color de rosa, como muestra el Canal de las Estrellas y la

---

<sup>6</sup> Sartori, Giovanni. Homo videns. La sociedad teledirigida. Taurus. 1997.

<sup>7</sup> Mac Luhan. M. Bruce P. Powers. La Aldea Global. Gedisa. Barcelona 2015.

“señal con valor” de TV Azteca.

En esta vorágine de ideas, figuras, formas y lenguajes que se difunden a través de la televisión, la radio, la prensa escrita y la publicidad en nuestro país, encontramos que los significados estigmatizantes que se les dan a algunas palabras o personajes sociales, contribuyen a reforzar prejuicios culturales sobre ciertas identidades. En este sentido, los medios de comunicación han contribuido a que las audiencias se apropien del uso de lenguajes y actitudes discriminatorios, que generan (de manera casi imperceptible) significados a las conductas individuales y prácticas culturales.<sup>8</sup>

### **Homosexualidad, la herencia de un prejuicio**

Para entrar en el tema que he planteado en esta ponencia, es importante recordar que la herencia discriminatoria que nos ha legado el periodismo del siglo XX, data de 1901 con la famosa Redada de los 41, aquel baile en el que 42 hombres homosexuales fueron sorprendidos en una fiesta privada por la policía porfiriana y llevados a la cárcel por un delito que no cometieron pero que su detención estuvo circunscrita a las “faltas a la moral y las buenas costumbres”, que no estaba escrita en el Código Penal, pero sí en el uso y costumbre de la represión social y uso de la fuerza para normar conductas.

El escándalo se difundió en El Hijo de Ahuizote y El Popular, los dos periódicos más populares de la época, en donde se relató cómo los “hombres de costumbres raras”, “lagartones”, “mujercitos” o “maricones”, reaccionaron ante su detención en un palacete afrancesado del centro de la Ciudad de México, en donde algunos convivían travestidos, otros con atuendos militares o elegantes ropajes propios de “burguesillos hijos de familia”.

---

<sup>8</sup> Buckingham. David. Educación en Medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea. Paidós. 2005.

Ese suceso, planteó el escritor Carlos Monsiváis,<sup>9</sup> fue el que visibilizó por primera vez la homosexualidad en México. El choteo, el escarnio y la burla social que vivieron esos hombres, no sólo les provocó a algunos la muerte física por los trabajos forzados que tuvieron que realizar como castigo en las fincas henequeneras de Yucatán, sino que les causó la “muerte social” que provoca la estigmatización al ser publicados sus nombres en los periódicos y representados cómicamente con los grabados de José Guadalupe Posada, donde se veía a “los señoritos, muy chulos y coquetones, bailando con vestimentas femeninas”.

Con el desarrollo de la prensa escrita y la incorporación de la fotografía en los periódicos a inicios del siglo XX, el tema homosexual comenzó a tomar importancia, siempre desde el discurso de lo anormal, de la inmoralidad o de la patología que dictaba la psiquiatría, la medicina o el derecho (aunque no estuviera catalogado como delito ser homosexual); además de la religión, que ha sido la institución milenaria generadora del discurso de odio y rechazo a la disidencia sexual, por considerarla contraria a los mandatos divinos de la fe.

En este sentido, se puede asegurar que la construcción cultural de la homosexualidad, más allá de los prejuicios preconcebidos por la religión, adquirió mayor relevancia en el imaginario social conforme al desarrollo de los medios de comunicación de todo el siglo pasado; primero la prensa escrita, posteriormente el cine donde el homosexual se representaba siempre como un ser oscuro o chistoso, patino o un fino y depurado señorito que con sus ademanes generaba la burla y el morbo obscuro del machismo imperante en el México del siglo pasado.

Con la llegada de la televisión en los años 50 esa percepción no cambió mucho, pues la idea del personaje homosexual sólo respondía a lo que imperaba en el imaginario construido desde principios del siglo. Fue hasta los años 90, con la lucha del movimiento de liberación homosexual en el mundo que se

---

<sup>9</sup> Monsiváis, Carlos. Los iguales, los semejantes, los (hasta hace un minuto) perfectos desconocidos (A cien años de la Redada de los 41). Conaculta-INBA. 2001.

experimentaron cambios significativos en la percepción social de las disidencias sexuales. La palabra gay, que es un anglicismo que le da un estatus de ciudadanía empoderada a la población homosexual, permea en el imaginario colectivo y detona cambios sustanciales en la idea que se tenía de esa orientación sexual, ya no necesariamente abyecta o inmoral, sino dotada de un discurso de derechos que se fue generando desde finales de los años 60 en Estados Unidos, donde comenzó la lucha por la reivindicación de derechos y libertades de lesbianas, gays y travestis.

En México, el movimiento lésbico-homosexual tuvo sus primeras actividades a inicios de los 70 de manera discreta, pero a finales, en 1979, salió a las calles a protestar por la violencia ejercida contra homosexuales y travestis en las calles de la capital del país. Esa salida del clóset tuvo impacto en los medios de comunicación, particularmente en la prensa escrita que reportó el hecho de forma sensacionalista. Esa línea discursiva imperó las siguientes dos décadas, particularmente con la llegada de la pandemia del Síndrome de Inmuno Deficiencia Adquirida (SIDA) a inicios de los años 80, en la que los medios de comunicación reportaron hasta la saciedad un problema de salud pública con base a los prejuicios y desinformación que se tenía de ese patógeno biológico, el cual afectaba particularmente a los hombres homosexuales.

El filósofo Mark Platts, reflexionó en su ensayo *La dimensión moral de la epidemia del VIH/sida*, que “los valores más profundos de una sociedad se manifiestan en su forma de reaccionar frente a los problemas de salud. En este sentido, una sociedad que discrimina al débil, a la víctima, al indefenso, al enfermo, es una sociedad perversa”.<sup>10</sup>

Frente a coberturas que ofenden o tergiversan la realidad homosexual, el movimiento LGBT ha protestado ante los medios de comunicación para que basen

---

<sup>10</sup> Arellano, Luis Manuel. “Estigma y discriminación a personas con VIH/sida”. Colección 5º texto del Caracol. CONAPRED. 2008.

su trabajo informativo a la realidad y no a prejuicios culturales heredados de percepciones erróneas y lacerantes hacia quienes no son heterosexuales.

No obstante las protestas, el uso de imágenes en portadas que buscan incrementar la venta de periódicos o elevar el *rating* de las televisoras, continúan en algunos medios que no han entendido estas exigencias, por lo que siguen exhibiendo cuerpos inertes de homosexuales o mujeres trans asesinadas con titulares discriminatorios y ofensivos, que lejos de informar, revictimizan a las personas.

Ese periodismo sensacionalista ha sido fuertemente criticado por el activismo de derechos humanos que ha exigido a los medios de comunicación el renacimiento del periodismo social, comprometido con las audiencias y no con el lucro de las desgracias de personas que son víctimas de las diferentes formas de discriminación y violencia. Ese uso morboso de la información demerita el noble oficio del periodismo y viola el derecho de las víctimas y sus familiares a la privacidad.

Los programas televisivos y radiofónicos de espectáculos luchan constantemente por estar a la vanguardia, por elevar sus audiencias; utilizan elementos “lúdicos”, “graciosos”, llamativos con el propósito de posicionarse en la preferencia de las audiencias. Comúnmente recurren a frases, palabras e imágenes efectivas para colocar en el lenguaje coloquial expresiones populares, vulgares o comunes con un solo propósito: impactar en el imaginario social y provocar dependencia, generar consumo, riqueza... *rating*.

Para llegar a ese punto se valen de la contundencia, la vehemencia y la reiteración, muchas veces utilizando los prejuicios y el moralismo social cuando de cosas “extrañas” se trata; el exhibicionismo y el morbo cuando a cuestiones de

sexo o sexualidad se refieren; y la discriminación implícita cuando abordan temas referentes a personas o grupos sociales “minoritarios” o que salen de la “norma”.<sup>11</sup>

Esas actitudes refuerzan la idea de la diferencia. Por tanto, quien no esté dentro de la “norma”, aunque parezca “normal”, será discriminado simbólicamente en programas que cumplen solamente con “entretener”, y para ello se valen de la representación de estereotipos sociales a los que les maximizan las características, convirtiéndolos en caricaturas, en detrimento de los “representados”.

Héctor Islas Asaïs <sup>12</sup>, autor del ensayo “Lenguaje y Discriminación”, editado por Conapred (2005), plantea que las etiquetas de identidad “son con frecuencia impuestas por ciertos grupos de poder”, y señala a los medios de comunicación como unos de los espacios donde se socializan tales actos a través de lenguajes excluyentes o estigmatizantes.

No es difícil ver que detrás de cada representación discriminatoria en una telenovela o programa “cómico”, existen juicios de valor, prejuicios, mitos y tabúes que reflejan la mayoría de las veces un discurso moralista, en cuyo mensaje se antepone el deber ser, lo correcto. Ponen al descubierto la intolerancia al mostrar personajes banalizados hasta su máxima expresión. Son vulgares y no aportan nada positivo a quienes los ven. Tal pareciera que lo único que desean los dueños de los medios y los anunciantes que patrocinan esos espacios, es mostrar lo grotesco y abyecto de los “seres fuera de la norma”, los “disfuncionales sociales”.

En las imágenes de hombres homosexuales asesinados o en aquellas en donde se muestra a los asesinos de los mismos, existe en el trasfondo una especie de justificación del hecho. Tal pareciera que el medio de comunicación nos está dando cuenta de la ejecución y castigo de algo que socialmente esta reprobado, al

---

<sup>11</sup> En esta coyuntura, será interesante analizar el fenómeno mediático de La casa de los famosos, en donde una “chica trans” logró ganar tal concurso por su popularidad y genuina empatía que le permitió ganarse la aceptación de 18 millones de telespectadores que votaron por ella y la hicieron ganar.

<sup>12</sup> Islas Asaïs, Héctor. Lenguaje y discriminación. Cuadernos para la Igualdad. CONAPRED 2005.

tiempo que está, con la editorialización prejuiciada de la noticia, dando cuenta del desenlace de una “vida errante”, pues detrás de un crimen contra un homosexual, una lesbiana o una persona trans, se entrecruzan (como hemos planteado anteriormente) discursos históricos que han perpetrado instituciones religiosas, médicas o jurídicas que repercuten en la familia y en general en la sociedad, y donde subyace una suerte de justifica el hecho delictivo.

Esta idea puede ser reforzada con el planteamiento de Roland Barthes <sup>13</sup> en un rubro de la comunicación, quien precisa que “el mensaje fotográfico en prensa escrita, es un mensaje connotado”. En este sentido, podría pensarse que el medio, al exhibir de forma estigmatizante al sujeto homosexual en una situación de violencia en su contra, de alguna manera justifica el crimen, ya que, como plantea Marta Lamas<sup>14</sup>, “cada sociedad tiene un sistema sexo / género, una manera propia de organizarse por la cual el material biológico crudo del sexo humano y de la procreación es moldeado por la intervención social y satisfecho de acuerdo con ciertas convenciones”. A esta lógica, responde que la discusión mediática de la representación de los homosexuales en la prensa de nota roja, se encause al cuestionamiento del comportamiento sexual, como resultado de un proceso cultural en el que las prácticas homosexuales han sido satanizadas.

En ese sentido, es pertinente recurrir a Michael Foucault <sup>15</sup> quien plantea que “... en la medida que se estudia el comportamiento sexual del hombre, el pilar ideológico de la norma sexual dominante se construye a partir de culpabilizar las relaciones sexuales como costumbres impuras, el temor infundado a estas prácticas, favorece un supuesto *orden natural*, que descansa en la creencia (fe), y establece una idea no científica de la realidad”.

---

<sup>13</sup> Barthes, Roland. Un mensaje sin códigos. Ediciones Godot. Argentina 2017.

<sup>14</sup> Lamas Marta. “El género: La construcción cultural de la diferencia sexual” Edit. Las ciencias sociales del género humano. México. 1996.

<sup>15</sup> Foucault, Michael. Historia de la sexualidad. La voluntad de saber. Siglo XXI Editores. España 1977.



La percepción construida de lo objetivo y verdadero en los medios de comunicación, se distorsiona con estos agentes ideológicos que formalizan valores y símbolos, que son aceptados por los demás.

Con ese tipo de información y su abordaje discriminatorio, los diferentes medios de comunicación, como espacios de interacción de las ideas y los saberes sociales, mandan un mensaje a sus audiencias, no solo visual, sino escrito, *cuasi* tangible, en donde los juicios de valor, las imágenes y los moteles hacen más vulnerable al sujeto o a los sujetos (de escarnio) que son como el del encabezado a ocho columnas que fue asesinado, reforzando en el imaginario social la discriminación y violación de derechos humanos hacia quienes no encajan en la “norma” heterosexual.

En este sentido, no es difícil extrapolar el pensamiento de Michael Foucault respecto a *Los anormales* cuando hablamos de prensa escrita, al ver cómo ha tratado el tema homosexual por décadas y que ha respondido a una idea social del ser “normal”, pues el mismo Foucault se cuestiona: ¿Quiénes son los anormales? ¿Qué representan?: “integran una familia indefinida y confusa: el monstruo humano, el individuo al que se debe corregir, es decir, el trasgresor, el anormal”. Así pues, el autor francés explica que el repudio que provocaron esos seres inspiró la aparición de instituciones y criterios destinados a su control, a su encierro y a su eventual restablecimiento pero, fundamentalmente, al resguardo de la “buena salud” de la sociedad.

Para efectos de la reflexión sobre las formas de discriminación en los espacios mediáticos que me propongo en esta ponencia, cabría preguntarse si los medios de comunicación, en particular la prensa escrita especializada en nota roja, programas de televisión “cómicos”, *reality shows* o telenovelas, son el receptáculo de todos esos discursos sociales al reiterar con imágenes y moteles los saberes médicos, legales y religiosos que se han construido sobre el “deber ser” de la sexualidad humana en el último siglo y medio, pues el mismo Foucault explica en

sus libros *Historia de la sexualidad I y II*, que estas figuras integraron, en conjunto, la materia de una teoría general de la degeneración que, a partir de 1850, "va a servir, durante más de medio siglo de marco teórico, al mismo tiempo que de justificación moral y social, a todas las técnicas de señalamiento, clasificación e intervención referidas a los anormales".

Por ello, no es de extrañarse que el periodismo del siglo pasado y en menor medida, el que se ejerce actualmente, haya retomado al homosexual, a las personalidades dobles (personas trans) y a los hermafroditas como "monstruos humanos" y que cuando de ellos se hable, todavía a inicios del siglo XXI, principalmente en la prensa amarillista, se haga desde una visión religiosa y se interpele a patología mental, a lo jurídico y o lo biológico, pues la anormalidad de la homosexualidad, según el discurso de quienes ostentan el poder de decir en los espacios mediáticos, "provocó conflictos simultáneos en el campo de las leyes sociales y en el de la naturaleza". Por eso, dirá Foucault, "no sólo fue excepción con respecto `a la forma de la especie`, sino también por los trastornos que acarreó en relación con las singularidades jurídicas, ya se tratara de las leyes del matrimonio, los cánones del bautismo o las reglas de la sucesión".

Al conjugar en su figura "lo imposible y lo prohibido", el monstruo humano (en este caso el homosexual) generó una reacción ejemplar por parte de las sociedades afectadas por su irrupción.

Sin pretender llevar al extremo el planteamiento sobre la estigmatización social de los homosexuales en los medios de comunicación, cabría preguntarse si ese periodismo o comunicación visual estigmatizante y discriminadora no está haciendo las veces de un regulador de los saberes sociales al erigirse simbólicamente en "verdugo moral" de conductas "inmorales".

¿Qué significa socialmente que las periódicos muestren en sus páginas la violencia ejercida en los cuerpos de homosexuales asesinados? Tal vez de

manera inconsciente estén reconociendo en el sacrificio (asesinato) “una auténtica operación de *transfer* colectivo que se efectúa a expensas de la víctima y que actúa sobre las tensiones internas” que la sociedad ha arrastrado<sup>16</sup>.

## **A manera de conclusión**

La herencia cultural homofóbica y transfóbica que tenemos hoy en día en la sociedad del primer cuarto del siglo XXI, recoge saberes sociales construidos desde los medios de comunicación por más de 120 años.

Los medios de comunicación han sido los espacios de interacción de las ideas sobre la homosexualidad, que han relatado con grabados, caricaturas o fotografías, lo que se constata en palabras y frases sobre la conducta abyecta de la homosexualidad; ello aderezado con postulados psiquiátricos, médicos, legales o religiosos, que han construido discursos atentatorios a los derechos humanos de quienes no responden a la norma dictada por el heteropatriarcado.

Ese imaginario adverso construido desde los espacios de poder en la prensa escrita, el cine, la televisión, y hoy en día en el internet y sus redes sociales, representa una consecución de saberes sociales difíciles de erradicar de las industrias culturales que representan los medios de comunicación. A pesar de la lucha del activismo de la diversidad sexual por revertir esa herencia discriminatoria y de leyes que se han impulsado para mitigar el estigma y la discriminación, los imaginarios adversos persisten en el inconsciente colectivo y salen a relucir en chistes, bromas, conversaciones, imágenes, actuaciones, frases o gritos homofóbicos en los estadios de fútbol que son vistos, escuchados desde el amplificador moral de los medios comunicación.

Ante el reto cultural de revertir todas las formas de discriminación social, en este caso, la homofobia, lesbofobia, bifobia y transfobia, es preciso seguir apostándole

---

<sup>16</sup> Girard, René. La violencia y lo sagrado. Anagrama. 1998.

a la educación formal libre de todas las formas de discriminación, pero también exigir desde la lucha social al poder legislativo que haga leyes que deriven en políticas públicas de inclusión y no discriminación, mismas que alcancen a los medios de comunicación para mitigar el impacto de esa herencia cultural que deambula persistentemente en el imaginario social y que se reactiva a la menor provocación en los micro espacios de convivencia social, en donde los efectos de esas fobias provocan discriminación y violencia, tanto simbólica como física, y en algunos casos, por desgracia, criminal.