



El tractament de la diversitat sexual i afectiva als mitjans

Per gatha Estera, periodista

Mirant enrere, jo sóc de les persones que veuen el got mig ple quan es parla de la situació de la representació de les persones LGTB als mitjans. Hem passat d'una presència del 0,5% negatiu anterior a la transició –un Alfredo Landa a *No desears al vecino del quinto*– a un percentatge en positiu tan divers com divers és el collectiu de persones que formen part de l'anomenada “diversitat afectiva i sexual” –colloco l'afectiva davant de *sexual*, per no incórrer com es fa sovint en posar l'accent en l'acció sexual quan en el fons del que es parla s d'afectivitat.

La presència de lesbianes, gais, transsexuals, bisexuals i –des de fa poc– intersexuals varia principalment segons el gènere que representen i les lleis o la “quotidianitat” que els donen suport. Tot i que la realitat LGTB s més present als mitjans, es mantenen molts dels tpics: els homes gais són sovint imatge d'home atractiu amb un poder adquisitiu alt; les dones transsexuals queden associades sovint a la imatge de la prostitució. Les lesbianes continuem a l'armari dels mitjans i només sortim quan ens casem o tenim fills. I els transsexuals masculins són tan invisibles com desconeguts són els intersexuals.

Hem passat d'un canal unidireccional a una multitud de canals de comunicació en paper, dials i pantalles que possibilita una representació calidoscòpica, tot i que no sempre és aix. Periodistes, guionistes, realitzadors, directors de fotografia treballem en una professió en què les regles del joc estan marcades i són difícils de canviar. Manen les audiències i els lectors, i el temps per elaborar el producte de comunicació cada vegada s més escàs, la immedia-

tesa s'imposa. Tot i aix, no és excusa, sobretot des dels mitjans públics, per no fer una feina ben feta.

En productes com les sèries de televisió és on millor es tracta la diversitat i TV3 ha estat líder en aquest aspecte, on els personatges homosexuals i transsexuals s'han incorporat a la trama amb una imatge positiva. s el cas del personatge homosexual que interpretava Jordi Boixaderas a la sèrie *Poble Nou*. Una inclusió televisiva que aquesta temporada culmina amb la relació entre la Dani i l'Arlet a la sèrie *Infidels*, una relació tractada com qualsevol altra, independentment del gènere dels personatges. Aquesta tendència l'han seguit després altres cadenes espanyoles en què han incls personatges homosexuals en les seves sèries de mxima audiència, sobretot després de l'acceptació social del matrimoni homosexual. Fins a l'estrena d'*Hospital Central* no es comencen a visualitzar relacions homosexuals en la pantalla. La relació entre la pediatra Maca i la infermera Esther va marcar el punt d'inflexió al tractament de la diversitat afectiva i sexual als mitjans. Les han seguides Fidel a *Aida*, Santi a *Al Salir de Clase*, Diana a *Siete Vidas* i molts d'altres.

A les tertúlies, xous d'impacte i altres programes d'entreteniment també s'arriba a la quota LGTB, amb presentadors o collaboradors obertament gais, com Boris Izaguirre o Jesús Vázquez, que representen el vessant més *gai friendly*: home atractiu, glamurs i amb diners. L'aparició de les lesbianes est a anys llum i a tot estirar es visualitzen alguns personatges en programes com *Gran Hermano*.





“Tot i que la realitat LGTB s més present als mitjans, es mantenen molts dels tpics: els homes gais són sovint imatge d’home atractiu amb un poder adquisitiu alt; les dones transsexuals queden associades sovint a la imatge de la prostitució.”



gatha Estera, llicenciada en periodisme per la Universitat Pompeu Fabra i en ciències econòmiques per la Universitat de Barcelona, treballa des de fa deu anys com a reportera als informatius de TV3, on està especialitzada en els temes LGTB, entre d’altres. Ha fet diversos documentals socials per al programa *Gran Angular* de Televisió Espanyola i per a *Via Digital*.

També ha treballat a Barcelona Televisió com a editora d’informatius. Al moviment LGTB està vinculada a l’Associació de Famílies Lesbianes i Gais. Va formar part del Comit Organitzador dels *Eurogames Barcelona 2008*, portant els temes de màrqueting i comunicació. També ha fet treball voluntari a la junta esportiva de *Panteres Grogues* i des que és mare de bessons, el seu activisme treballa de nit al bloc *En familia* (www.enfamilialg.com).

Trencar clixés en el públic infantil i adolescent

On cal fer més insistència, on cal trencar clixés s en la programació per a nens i adolescents i en els programes esportius. S’ha de “fer la quota” tot incorporant altres models de famílies, joves gais i lesbianes, ms enllà del tpic personatge bisexual que es presenta dubitatiu respecte a la seva orientació sexual. Cal evitar polèmiques com la que va sorgir al Regne Unit arran de la “presumpta” homosexualitat d’en Tinky Winky dels *Teletubbies* perquè es passeja pel seu món amb una bossa de m penjada al braç. D’altra banda, als programes i les publicacions esportives, cal corregir la visió “sexista” de l’esport, on no sols les dones esportistes són minimitzades, sinó que també ho són esportistes d’elit masculins i femenins homosexuals, sobretot pel que fa a les repercussions de la seva “sortida de l’armari” o la seva vivència de l’homosexualitat amb normalitat.

Arribats a aquest punt, pel que fa a programes audiovisuals de gran consum, cal fer un pas més, i fer que l’homosexualitat superi la seva quota i es “quotidianitzi” a la petita pantalla. Per què una televisió privada ha estat l’única que s’ha atrevit a programar sèries nord-americanes de molt èxit com *Ellen*, *Queer as Folk* o *The L Word*? Per què els personatges homosexuals o transsexuals són sempre secundaris? Per qu es considera que una audiència

generalista, presumptament heterosexual, no hi connectaria? Els consideren productes únicament sobre gais i lesbianes i per a gais i lesbianes. Un argument que no concorda amb l’èxit que va tenir arreu *Bill Crosby*, una *sitcom* sobre la realitat d’una família afroamericana de classe mitjana.

Als productes d’informació diaris, la dinmica és una altra, sobretot en les notícies per televisió. La immediatesa, el poc temps material en la preparació de la “notícia”, el poc temps concedit per explicar les notícies, la necessitat de visualitzar-ho en imatges, la dificultat a vegades de trobar testimonis de temes delicats, tot això fa que es corri el perill de banalitzar o caure en el sensacionalisme i els tpics.

Tot i que els mitjans són un reflex de la societat, són un recull de realitats que després s’amplifiquen aplicant amb més o menys encert les eines de comunicació. Aix, als temes que tracten la diversitat afectiva i sexual se’ls aplica els paràmetres “universals” del que és notícia: quan hi ha una reivindicació, quan s’aconsegueix un dret, quan un estudi dna dades “rellevants” sobre el collectiu. Però en els últims anys, i sobretot des de l’aprovació arreu de lleis que permeten el matrimoni entre persones del mateix sexe, també apareix l’homosexualitat com un tema collateral, per exemple, la dimissió del secretari del tresor britànic a finals del mes de maig d’aquest any, que va





L'ANÀLISI ■



deixar titulars com aquest: “Dimiteix el secretari del tresor, David Laws, acusat d’estafar 47 milions d’euros en concepte del lloguer del pis de la seva parella”. En un altre temps, potser la notícia hagués arribat abans en format “Secretari del tresor gai viu a casa del seu *novio*”. Cal continuar treballant en aquesta línia, de manera que quan, per exemple, es parli de maternitat o paternitat, les famílies homoparentals quedin també reflectides sense que necessàriament el tema els afecti particularment. Cal incloure la realitat LGTB en la quotidianitat informativa.

Queden pendents per resoldre les imatges “tpiques” del Dia de l’Orgull, fruit de les ganes i l’orgull de sortir d’aquells que es manifesten i fruit de la necessitat de “bones imatges” o l’espectacle del que grava o edita aquelles imatges. Un debat que est tanmateix en el mateix collectiu cada 28 de juny. El cert és que el *background* del periodista sobre la realitat LGTB i la seva “acceptacio” i vivència de la diversitat emocional condicionen el tractament del tema. Sense oblidar que els productes informatius, i de comunicacio en general, són el resultat de moltes mans, des del responsable d’assignacions, la cap de seccio, l’editor de l’informatiu, la realitzacio o la fotografia. Són peti-

“El cert és que el *background* del periodista sobre la realitat LGTB i la seva ‘acceptacio’ i vivència de la diversitat emocional, condicionen el tractament del tema. Sense oblidar que els productes informatius, i de comunicacio en general, són el resultat de moltes mans, des del responsable d’assignacions, la cap de seccio, l’editor de l’informatiu, la realitzacio o la fotografia.”

tes peces, petites eleccions de paraules i imatges que acaben transformant el marc final de la representacio de la notícia. L’atencio s’ha de centrar a no deixar-se guiar per les premses ni els tpics Q

