

PRONUNCIAMIENTO SOBRE LA PUBLICIDAD "PUTIN" EMITIDA POR TyC SPORTS

Mayo 2018

Desde el espacio de Observatorio de Medios de Comunicación y Género de IDEAL se entiende a la difusión de contenidos audiovisuales como eje fundamental en la creación de cultura y deconstrucción de las prácticas machistas. Pero no siempre los contenidos que se difunden masivamente son creados a conciencia. O sí, con una conciencia patriarcal, abusiva y discriminatoria que replica la subordinación de ciertos grupos que no cumplen con la expectativa de la heteronorma capitalista.

En este sentido, es valioso recuperar la **Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual** -sancionada en 2009- específicamente esta obligación que atañe a todo medio comunicacional:

- Artículo 3 inciso m: *"Promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual"*.

Dentro de este contexto, es necesario cuestionar la publicidad que emitió el canal *TyC Sports* denominada *"Putin"*, la cual estuvo sólo un día al aire y luego fue levantada incluso también del canal oficial de *YouTube*.

Más allá del fuerte repudio que generó en las redes sociales, es válido que nos replanteemos qué es la discriminación de género entre hombres y por qué se continúa ridiculizando y estigmatizando al colectivo LGBTTTIQA⁽¹⁾. Por otra parte, también podríamos cuestionar qué espacio tenemos las mujeres dentro de la cultura futbolera, pero aquí nos limitaremos al primer interrogante, es la urgencia de la mala información la que nos convoca.

En principio, ¿qué son las *"manifestaciones de amor entre hombres"*? y ¿por qué nos espantarían? ¿Acaso los

vínculos, los sentimientos y la forma de demostrarlos no son sólo humanos? No hay un *"modo de amar"*, como dice la canción que musicaliza el comercial, hay modos, varios, diversos.

Queremos decir con esto que vivimos condicionadxs a cumplir con las expectativas estereotipadas del binomio simplista hombre-mujer; que luego resultan -por ejemplo- en que el varón para preciarse de tal no deba exteriorizar sus sentimientos, o que las cuestiones del afecto y el cuidado de la familia queden depositadas únicamente en la figura femenina. Decididamente todos estos supuestos valores de la masculinidad terminan -o más bien, empiezan- condicionando y limitando las relaciones padre-hijo, por ejemplo. Y mucho antes, las relaciones entre pares, amigos, compañeros.

Esta cuestión tan arraigada entre la cultura varonil de los chistes sexistas, denota una fuerte discriminación no sólo a las mujeres, sino también a los varones que no cumplen con el modelo de hombre blanco, heterosexual, exitoso (la *masculinidad hegemónica*, como dice Raewyn W. Connell⁽²⁾). En este sentido, los primeros estudios sobre la masculinidad comienzan entre los años 1970 y 1980, planteando que el sistema patriarcal no sólo subordina a las mujeres, sino a esos varones que se encuentran por fuera del ideal; y por ende, es también necesario despojarnos de ese estereotipo de hombre para entender a las masculinidades en todas sus variantes, al igual que lo estamos haciendo (o empezando a hacer) con los géneros.

Sin embargo, lo más grave de la publicidad *"Putin"*- que como tal, busca lograr que su público se sienta reflejado- es que plantea a la homosexualidad como una enfermedad, y en lugar de generar una identificación positiva con ella, elige ir por la incorrecta, por la que discrimina y lastima. Simplemente podrían haber dicho

⁽¹⁾ Siglas que refieren a: lesbianas, gays, travestis, transgénero, transexual, intersex, queer, asexual.

⁽²⁾ Socióloga australiana en su libro *"Southern Theory"*.

“no, no estamos enfermos”, pero decidieron reforzar a la homosexualidad (o las manifestaciones de cariño y afecto entre varones) como patología: *“nosotros estamos muy enfermos, ¿y sabe qué? es contagioso”* dice la voz del saber en off.

No está de más agregar que en el año **1973** la *Asociación Americana de Psiquiatría (APA)* decidió eliminar a la homosexualidad del mundialmente reconocido *“Manual de Diagnóstico de Trastornos Mentales (DSM)”*; y la *Organización Mundial de la Salud (OMS)* hizo lo propio en 1990.

Éste es otro ejemplo más que demuestra que los derechos, una vez conquistados, tienen que defenderse, militarise, y sobre todo, tienen que ser apropiados por toda la comunidad.

Por último, también es apropiado recordar que en nuestro país en el año 2010 se sancionó y promulgó la Ley 26.618 de Matrimonio Igualitario; y en 2012, la Ley 26.743 de Identidad de Género.

No somos enfermos, somos seres humanos.