

EL TRUCO DE LA OVEJA TRANSEXPIATORIA

La política del foco: iluminar a la oveja más vulnerable para dejar a oscuras todo lo demás y transformarla en el enemigo público.

OPINIÓN ILUSTRADA | Ciel Belandria

I. LA REGLA DE ORO DEL MAGO: Todo buen truco de magia tiene dos partes: lo que te muestra y lo que esconde. Lo que te muestra tiene que ser lo suficientemente impactante como para que no mires la otra mano. Puedes empezar con un autobús naranja fosforito que diga: “Los niños tienen pene. Las niñas tienen vulva”. Este tipo de actos es puro marketing, pues impactan a la gente para encender la opinión pública y activar los debates. Mientras este autobús pasea, el mago puede empezar a mover la otra mano en las sombras para hacer negocios que perjudican la salud pública y la vivienda, o para archivar casos de corrupción y aplicar reformas laborales perjudiciales. El autobús no estaba ahí para hablar de penes y vulvas. Estaba ahí para que no hablaras de lo otro. Esa es la regla.

La política conservadora moderna ha descubierto que no necesita un plan para resolver los problemas económicos y sociales, sino un enemigo. Y ha encontrado uno perfecto: pequeño, visible, incomprendido y, sobre todo, a quien le resulta muy difícil defenderse en igualdad de condiciones y a quien es fácil arrebatarle sus logros. Para este truco, la oveja expiatoria perfecta son las personas trans.

II. UN ENEMIGO A LA MEDIDA: Un buen enemigo tiene que cumplir algunas condiciones. PRIMERO, tiene que ser estadísticamente insignificante. Al representar a menos del 1% de la población, resulta fácil legislar en su contra. De este modo, la mayoría de los votantes que nunca han conocido a una persona trans construye la imagen oscura que necesita y la convierte en un enemigo abstracto sin ningún ápice de familiaridad. SEGUNDO, tiene que tocar una fibra íntima: los hijos, el cuerpo, el baño o el vestuario. Se infunden debates y bulos como “te van a quitar a tu hija deportista del equipo”, “un señor disfrazado va a entrar al baño de tu niña” o “quieren sustituir a las mujeres de verdad”. Da igual que no haya casos. Para infundir miedo no se necesitan datos, se necesitan imágenes. Y la imagen de proteger supuestamente a la infancia es la más poderosa que existe. TERCERO, tiene que permitir presentar la figura de un defensor

paternalista y no la de un agresor. No se dice “quiero quitar derechos”, sino “quiero proteger a las mujeres”, “quiero proteger a los niños”, “quiero proteger la verdad biológica” o “quiero proteger la palabra del Señor”. Con esto, la figura del protector se hace fuerte al presentarse como como la figura que te salvará del enemigo público, esa malvada oveja arcoíris que supuestamente quiere adoctrinar a la infancia y a la adolescencia. Cuando estas tres condiciones convergen, crean la fórmula perfecta a través de discursos como la “ideología de género” o el “con mis hijos no te metas”. Estos eslóganes están ideados para frenar la educación sexual en las aulas, una herramienta que justamente busca proteger a la infancia y a la adolescencia enseñándoles a no sentir vergüenza y a identificar si alguien los toca indebidamente. Esta fórmula se repite continuamente y hoy cobra fuerza con el mismo guion. Mientras tanto, en la mano que

no se ve, quedan la violencia real contra la infancia, el abuso intrafamiliar y el cuestionamiento de los derechos de las mujeres. Cuando consiguen que no se hable de las verdaderas problemáticas, el truco ha funcionado.

III. DIOS COMO DEPARTAMENTO DE MARKETING

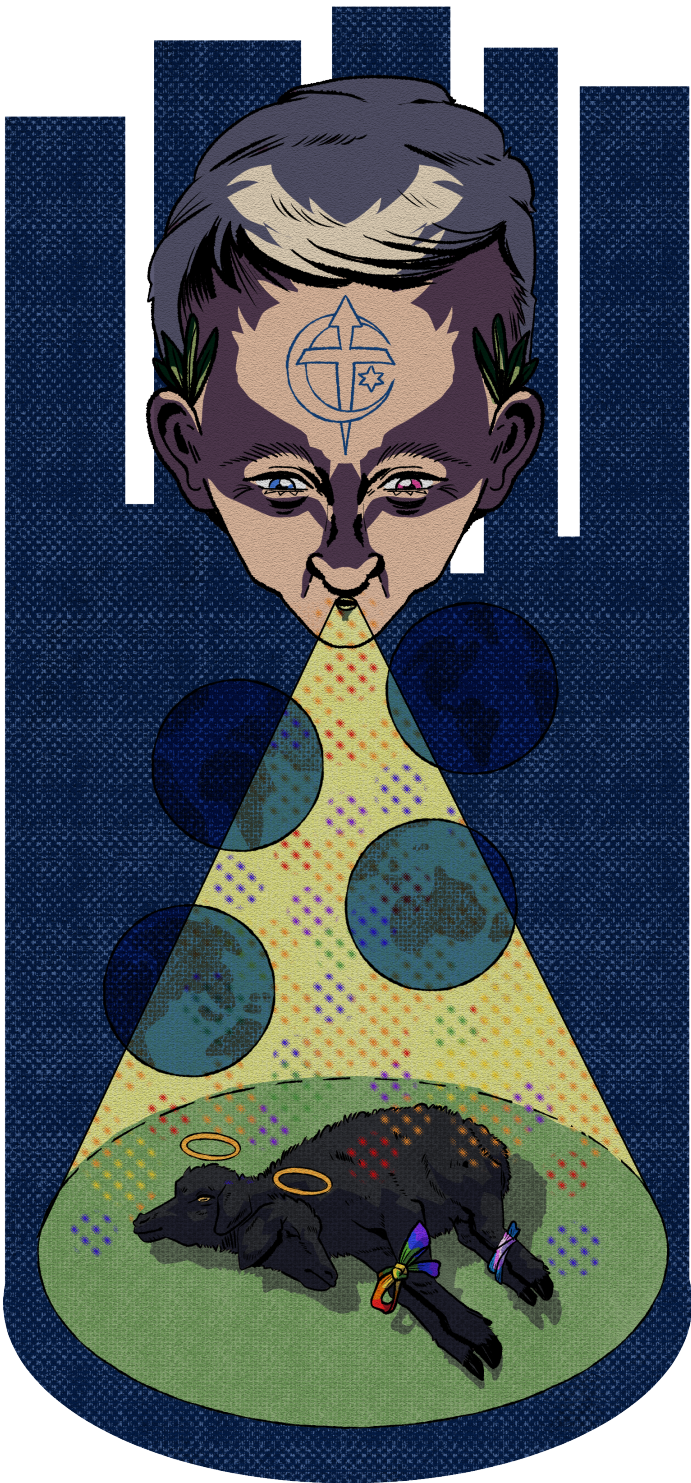
Ningún truco funciona sin una coartada moral. Y aquí entra la parte más cínica: el uso de la religión como discurso de odio. No me refiero a la fe. La fe real, la personal, la que busca sentido, raramente odia. Responde a caminos individuales y la espiritualidad no predice la transfobia. Sin embargo, es el dogma el que dictamina, según la conveniencia de quien lo predica, cómo funciona moralmente el mundo porque alguien afirmó que un ser superior así lo dispuso hace milenios. Lo que hace la política es buscar ese dogma y convertirlo en su portavoz. Es muy conveniente. Si un político dice que quiere prohibir que una persona cambie de género, suena autoritario. En cambio, si lo dice un obispo, un pastor, un ayatolá

o cualquier líder religioso, suena a tradición, a valores, a familia y a protección de la fe. Tanto la política como el dogma comparten un interés. Necesitan que el debate no sea sobre poder, dinero o desigualdad. Necesitan que gire en torno a la identidad de una persona para disponer del enemigo perfecto, usarlo de ejemplo sobre lo que no se debe hacer y justificar cualquier ataque. En conclusión: no es fe, es marketing antitrans.

IV. LO QUE SE LLEVAN CUANDO TÚ MIRAS EL SHOW: Al final, la pregunta no es por qué atacan a las personas trans o a cualquier otro colectivo minoritario. La pregunta es qué se llevan mientras miras hacia otro lado. La respuesta corta es el tiempo. Cada hora que pasamos debatiendo si una atleta trans puede ir a las Olimpiadas es una hora que no invertimos en exigir mejores condiciones y patrocinios para las mujeres deportistas. Se llevan derechos por la puerta de atrás. Un ejemplo es la ley en Florida que prohibía hablar de identidad de género en las escuelas, la cual comenzó bajo el lema “Don't Say Gay”. Dos años después, ya prohibía libros sobre el racismo, el Holocausto y la educación sexual. Demostrando que la oveja expiatoria funcionó. Y se llevan algo aún más peligroso: nos enseñan a disfrutar odiando juntos. El contenido que genera indignación o ragebait une y crece más que el afecto colectivo. Te hace sentir parte de algo, de una comunidad de “gente de bien”, de “sentido común”, de “familia” o del “lado correcto”. Es una droga identitaria barata y muy adictiva. Por eso la oveja transexpiatoria funciona. No necesita que creas de verdad que una persona trans va a borrar a las mujeres o a adoctrinar a tus hijos. Solo necesita que, por un momento, te sientas más seguro señalando a alguien más vulnerable que tú. Y cuando el show termina, cuando la ley se aprueba y la persona trans vuelve a su vida con más dificultades para conseguir trabajo, vivienda, atención médica o protección legal, quienes montaron el truco ya están en otra parte organizando un nuevo espectáculo con un nuevo enemigo. Nosotros nos quedamos con el odio, que es gratis, y ellos con todo lo que se llevaron mientras mirábamos.

Esa es la otra mano del mago.

Este texto no pretende ser una pieza informativa. No tengo carnet de prensa. Es un relato hecho desde fuera de una persona común y ciudadana con una opinión a expresar.



Ilustrado por Ciel Belandria