

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Lorena Martínez Bataller

APROXIMACIÓN AL QUEERBAITING EN LA NUEVA FICCIÓN TELEVISIVA.



Tutor: Manuel J. Lombardo Ortega.

Grado en Comunicación Audiovisual.

Facultad de Comunicación.

Universidad de Sevilla.

Septiembre 2019.

ÍNDICE

1. Resumen	2
1.1 Palabras clave	2
1.2 Abstract	2
1.3 Keywords	2
2. Introducción.	3
3. Metodología y ámbito de estudio.	5
4. Marco teórico y estado de la cuestión.	9
5. Objetivos e hipótesis.	14
6. El concepto de <i>queerbaiting</i>	16
6.1 Origen del término y definición.	16
6.2 Términos relacionados	18
6.3 Antecedentes: código Hays.	21
7. <i>Queerbaiting</i> como elemento social: su evolución.	23
7.1 La censura, presiones y comienzo de la representación LGBT.	24
7.2 El <i>queerbaiting</i> del subtexto.	27
7.3 El <i>queerbaiting</i> actual, un nuevo modelo.	30
8. Situación de la representación <i>queer</i> en los últimos tres años.	31
8.1 Datos	32
8.2 Conclusiones	34
9. Análisis propio del nuevo <i>queerbaiting</i> .	35
9.2 El colectivo LGBT como audiencia.	36
9.2 Nuevas estrategias de <i>queerbaiting</i> .	39
9.3 Necesidad de ampliar la definición de “ <i>queerbaiting</i> ”.	43
10. Casos de estudio.	44
10.1 Lexa, <i>The 100</i> (The CW: 2014-)	44
10.2 Juliantina, <i>Amar A Muerte</i> (Las Estrellas Tv, 2018-2019)	50
10.3 Beronica, <i>Riverdale</i> (The CW, 2017-)	56
10.4 Leila y Tess, <i>Kiss Me First</i> (Netflix, 2018-).	59
11. Resultados: ampliación del término.	61
12. Conclusiones.	63
13. Bibliografía.	66

1. RESUMEN

La representación del colectivo LGBT en la ficción televisiva se ha visto mermada desde sus inicios tanto por falta de cantidad de personajes como por falta de calidad en su desarrollo. Pese que el número de personajes *queer* ha estado aumentando de forma progresiva en los últimos años, la calidad sigue siendo un asunto pendiente, y es por ello que, desde hace aproximadamente nueve años, la audiencia LGBT viene denunciando una práctica dañina y muy común: el *queerbaiting*.

Se ha estudiado este término, la evolución que ha experimentado, su actualidad y cuatro casos de estudio que lo llevan a cabo; *Los 100* (The 100, CW, 2014-), *Amar a muerte* (Las estrellas TV: 2018-2019), *Riverdale* (The CW: 2017-) y *Primero Bésame* (Kiss Me First, Netflix: 2018-), con el objetivo de plantear las nuevas características y procesos que alberga esta práctica actualmente, y proponer con ello una definición más amplia, que se adecue al contexto actual para poder hacer más efectiva la detección del *queerbaiting* en las series de televisión.

1.1 PALABRAS CLAVE

Representación, *queerbaiting*, televisión, audiencia LGBT, sociedad.

1.2 ABSTRACT

LGBT representation on TV has been mistreated since the beginning, mostly because of its lack of characters and the lack of quality in its development. Even though the amount of *queer* characters has progressively increased over the past few years, quality is still a pending matter. For this reason, since 2010 around 2010 LGBT audiences have been calling out a really hurtful and common practice: *queerbaiting*.

A lot of research has been done on the subject, as well as the evolution that it has experienced, its current situation and four study cases that use it: *The 100* (CW:2014-), *Amar a muerte* (Las estrellas TV: 2018-2019), *Riverdale* (The CW: 2017-) & *Kiss Me First* (Netflix: 2018-), which aim to come up with new features and processes this practice sets out nowadays, to suggest a wider definition that adjusts to the actual context, so *queerbaiting* detection in tv shows can be more effective.

1.3 KEYWORDS

Representation, *queerbaiting*, television, LGBT audience, society.

2. INTRODUCCIÓN.

Desde hace más de una década, las redes sociales se han convertido en un medio realmente poderoso y útil para todo tipo de usuarios, especialmente para aquellos que buscan a través de internet un apoyo o unión que no encuentran fuera de las redes. Los usuarios pertenecientes a la comunidad LGBT son un ejemplo importante de esto, ya que de un tiempo a esta parte las redes se han convertido en un elemento imprescindible para su activismo, organización y lucha, siendo una herramienta clave para supuestos que van desde encontrar apoyo personal, organizar eventos y/o acciones reivindicativas, participar en causas benéficas en favor de asociaciones LGBT y, en definitiva, para visibilizarse.

Precisamente para visibilizarse y dar a conocer ciertos problemas y situaciones desfavorables que afectan al colectivo, una cantidad importante de miembros han dado uso a blogs, foros de temática LGBT y a plataformas como Tumblr y Twitter, aprovechando su naturaleza global.

En estos espacios, uno de los temas más comentados ha sido siempre la representación de personas LGBT en televisión, ya que hablamos de unos usuarios que por necesidad, tienden a tener bastante consciencia sobre los asuntos que impactan de lleno en su situación social, como es el caso de la representación, por lo que al tratarse de un colectivo de naturaleza activista tienen muy en cuenta la importancia de este asunto.

En ese contexto, en el año 2010 una gran parte de estos usuarios empezaron a detectar un problema en la ficción (televisiva en especial), y es que los productores estaban tratando de atraer intencionalmente a la audiencia LGBT a ver ciertos contenidos con el pretexto falso de que tendría contenido *queer*. Es decir, el colectivo empieza a ser consciente de que aunque ya era posible dar una representación LGBT, en muchos casos se estaba optando por usar un cierto subtexto homoerótico como cebo, pero que nunca iba más allá de eso, un subtexto que no se concretaba, un juego entre lo visible y lo invisible que se basaba en la ambigüedad.

Este suceso hizo que la audiencia LGBT presente en la red social Tumblr empezara a denunciar la situación a través de un nuevo término: *Queerbaiting*.

La palabra, que contenía en sí misma el concepto de “cebo” o “engaño” al colectivo *queer*, empezó a extenderse por otras redes sociales, foros, blogs etc durante ese mismo año, popularizándose cada vez más en el ámbito fan LGBT. Los propios fans, al dar luz verde

a este término, comenzaron a aplicarlo para diversas series que en el momento estaban causando un gran malestar entre el colectivo y que fueron las “pioneras”, al suponer el detonante necesario para que las audiencias LGBT se movilizaran para crear este término y poder darles un nombre a estas situaciones injustas. Algunas de las primeras series en ser etiquetadas bajo este término fueron *Supernatural* (WB: 2005-2006; CW: 2006-), *Merlín* (BBC: 2008-2012), y *Sherlock* (BBC: 2010-).

Aunque de forma lenta, desde su aparición el *queerbaiting* ha ido permeando como tema a tratar en lo académico, especialmente a partir del 2015 y 2016, años en los que se empiezan a encontrar una cantidad más abundante de trabajos que tratan este término creado por fans. Desde entonces ha seguido una dinámica creciente tanto de interés académico, como también de medios generalistas que nada tienen que ver con las páginas y blogs de temática LGBT en los que se hablaba de estos temas de forma casi exclusiva en sus primeros años de existencia.

Cuando surge el término, lo hace ligado a un contexto social muy concreto, donde el colectivo LGBT empieza a adquirir visibilidad pero sigue sin estar normalizado, y a un uso también muy concreto, ya que se usaba para referirse exclusivamente a los casos de subtexto. Esta situación, provoca que la naturaleza del *queerbaiting* sea por fuerza cambiante, ya que al depender de un contexto social y de un uso que se adapta al mismo, cuando todos estos elementos evolucionan y cambian con el paso del tiempo, cambia también lo que se conocía *queerbaiting*, y adquiere una nueva dimensión y significado.

Consecuentemente, desde que aparecieron las primeras definiciones centradas exclusivamente en el subtexto (de forma acertada), hasta ahora, todo lo que rodea al término ha experimentado cambios. A día de hoy, aunque el subtexto sigue teniendo su espacio en los casos de *queerbaiting*, encontramos que el peso de esta práctica ha virado hacia otras estrategias, especialmente hacia los paratextos oficiales, como se explicará más adelante en el trabajo. Por otra parte, al igual que existe un listado de series que se podrían considerar como “detonantes” de la aparición del término, hay también un ejemplo, “el caso Lexa¹”, que en este trabajo se va a defender como otra especie de detonante del cambio de dinámicas en el *queerbaiting* y en la percepción del mismo por parte de la audiencia.

¹ Muerte del personaje de Lexa (Alycia Debnam-Carey) en la serie estadounidense *The 100* (CW: 2015-).

Debido a su naturaleza fan, el *queerbaiting* nunca ha tenido una sola definición, el término ha convivido siempre inmerso en una espiral de definiciones, pero hasta ahora no había supuesto un problema, ya que, pese a que la forma fuese diferente en todas ellas, el contenido era prácticamente el mismo y se resumía en un subtexto homoerótico que nunca se desarrollaba de forma textual.

Este orden se está viendo comprometido como consecuencia del cambio de características y de estrategias de aplicación del *queerbaiting*, ya que están empezando a aparecer los primeros debates sobre el contenido de las definiciones existentes hasta ahora y su adecuación al contexto actual. Esto a su vez ha provocado un mayor número de conflictos dentro del propio colectivo a la hora de determinar qué series pueden ser acusadas de *queerbaiting*, puesto que una gran parte de la audiencia no es consciente de los cambios que ha experimentado. Este hecho facilita el poder desacreditar las protestas ante situaciones de *queerbaiting* poco comunes o alejadas de las definiciones existentes, tanto por parte de la audiencia LGBT que se ciñe a una visión más clásica de esta práctica, como por parte de los sectores que siguen considerando al *queerbaiting* como una proyección de las fantasías del colectivo en la ficción.

En definitiva, en este trabajo se pretende defender la postura de que, tanto por la necesidad propia de la naturaleza del término, como para intentar dirigir los esfuerzos del colectivo de forma conjunta, es de suma importancia plantear una nueva o más amplia definición del *queerbaiting*, que reconozca las nuevas estrategias y la nueva forma que ha adquirido en la actualidad. De esta manera, las discusiones internas acabarían o perderían un peso significativo, lo que podría ayudar a darle mayor credibilidad a las protestas y a su vez, a facilitar su detección y posterior solución.

3. METODOLOGÍA Y ÁMBITO DE ESTUDIO.

Respecto a la metodología con la que se va a realizar este trabajo, se va a explicar en dos partes diferenciadas, primero con un repaso general de cómo funcionará el análisis del *queerbaiting*, especificando su ámbito y las diversas particularidades desde las que se va a abordar el tema. En segundo lugar, se explicará con detalle los criterios que se han seguido para escoger los casos de estudio.

Se analizará el *queerbaiting* desde una perspectiva propia, con apoyo de dos textos de referencia claves, el primero, *From Queer Reading to Queerbaiting: The battle over the polysemic text and the power of hermeneutics* (2015) de Emma Nordin, y el segundo y más importante, *Between Text, Paratext and Context: Queerbaiting and the contemporary media landscape* (2017), de Eve Ng. Además, se usarán cuatro casos de estudio de plena actualidad, que ayuden a sacar conclusiones, por lo que estamos frente a un tipo de trabajo que se rige con la metodología inductiva y en menor medida, analítica.

Se va a investigar el término intentando seguir un orden cronológico, desde su aparición en el ámbito fan, sus etapas de evolución, pasando por un apartado que recoge datos sobre la situación de la representación del colectivo lésbico. Seguidamente, se llevará a cabo un análisis sobre la situación del *queerbaiting* actual, permitiendo exponer los principales mecanismos de actuación y estrategias que emplean, dando ejemplos prácticos de ello a través del estudio de cuatro casos concretos en el décimo apartado.

Para empezar con las particularidades del trabajo, es necesario poner de manifiesto algunas decisiones respecto al uso de cierto vocabulario que se va a usar para englobar diversos conceptos, para poder explicar con más claridad y sencillez algunas ideas que se desarrollan a lo largo del texto.

En este sentido cuando se hable *queerbaiting*, y en concreto, de los responsables de aplicarlo, se va a hacer en muchos casos mediante el término “productor”. Esto no se trata de una falta de precisión terminológica sino de una mera cuestión de economía del lenguaje, al escoger un término que se use para indicar en una sola palabra, las partes del equipo responsables del *queerbaiting* cuando sea difícil identificar las responsabilidades directas dentro de equipos tan extensos como es el de las producciones audiovisuales. Además, de esta forma se sigue también la línea de vocabulario que se suele usar en el resto de trabajos de este ámbito para referirse a lo mismo.

Por otra parte, se van a usar indistintamente los términos *queer* y LGBT, que, pese a no ser exactamente sinónimos, tienen los suficientes puntos en común como para poder entenderse ambos como referencia a las orientaciones sexuales e identidades de género no normativas.

Además, en el trabajo se va a tratar el *queerbaiting* en casos de representación lésbica, lo cual no limita las posibilidades del mismo, ya que sus estrategias son igualmente aplicables a todo el colectivo, por lo que la decisión tiene como objetivo prestar más

atención a casos entre mujeres, que tienden a ser menos visibles, pero igual o más abundantes.

En cuanto a los textos y trabajos que sirven como marco teórico a esta investigación, la gran parte de ellos se encuentran en el ámbito académico y están escritos en habla inglesa, debido a la escasez de investigaciones sobre este tema que se da en castellano. Como consecuencia de esto, una parte notable del vocabulario tendrá que ser traducido de forma literal y también una gran parte tendrá que mantenerse en inglés por la imposibilidad de encontrar una traducción directa.

Para que el análisis siga una línea coherente y poder sacar conclusiones que resulten útiles, se ha escogido tratar el *queerbaiting* en series de televisión de ficción y de género dramático, siendo este el principal tipo de producto audiovisual que más casos de *queerbaiting* concentra, y los que más relevancia suelen tener debido a la audiencia que mueven. Por otra parte, y con el convencimiento de que el *queerbaiting* es una práctica llevada a cabo en todo tipo de ficciones a nivel global independientemente del territorio, se ha escogido una muestra de casos de estudio que englobe países y culturas diversas, para que sea lo más variada posible y adquiriera un mayor nivel de contraste.

En concreto, se van a analizar dos ficciones de Estados Unidos, debido a la influencia de su industria audiovisual y el conocimiento de que estas series se ven prácticamente en todo el mundo, una ficción de Reino Unido, para usarla como muestra del continente europeo, y finalmente una de México, tanto por ser un contexto muy diferente a las anteriores, como por el interés concreto del caso al tratarse de una ficción diaria.

De esta forma, y con la condición de seleccionar productos audiovisuales de diferente origen, se han tenido en cuenta tres criterios más a la hora de escoger los casos de estudio, siendo el tercero común en todas ellos:

- Relevancia e impacto social.
- Opinión de audiencias LGBT que se encuentran en el entorno fandom.
- Uso de estrategias de *queerbaiting* no tradicionales.

Por su parte, el primero tiene que ver con la relevancia, es decir, el impacto que han tenido en redes y en la audiencia, lo que a priori parece difícil de determinar de no ser porque ambos casos seleccionados bajo este criterio son de una notoriedad indiscutible. El caso

de *Clexa* en *Los Cien* (The 100, The CW: 2014 -) era de presencia imprescindible debido al impacto causado y a su efecto detonante para intensificar la lucha por una representación LGBT positiva. El caso de *Juliantina* en *Amar a muerte* (Las estrellas TV: 2018-2019) es el ejemplo más reciente y el que más se sale de la definición clásica de *queerbaiting*, además, resulta conveniente incluirlo por la relevancia a nivel internacional que está teniendo, que no ha pasado desapercibida para su productora.

El segundo criterio de selección se ha basado en la opinión de una audiencia conocedora de la existencia del *queerbaiting* y con un nivel de conocimiento mínimo para poder identificarlo. Esto se debe a la idea de que la propia audiencia afectada por estas cuestiones es la que mejor puede identificar si se ha producido un engaño, y también es la que ostenta mayor conocimiento sobre estos casos al tener un extenso bagaje de experiencias de *queerbaiting*. Bajo este criterio se ha seleccionado el caso de *Berónica* de *Riverdale* (The CW: 2017-) a través de una encuesta en Twitter, que constaba de diversas opciones que han alzado debate en los últimos años sobre su uso del *queerbaiting* o no.

Por último, se ha seleccionado la serie *Primero Bésame* (Kiss Me First, Netflix: 2018-), porque aún una cantidad de características del *queerbaiting* muy variadas, contando tanto con subtexto, como con elementos paratextuales que ofrecen una imagen muy diferente a la que se desarrolla en la trama. Además, este ejemplo resulta útil para debatir el argumento de que hasta la finalización de una serie no se puede determinar si se trata de un caso de *queerbaiting*.

Con todo, esta selección de series de televisión contiene diferentes tipos de *queerbaiting*, encontrándose la mayoría de ellos alejados de la definición más extendida del término, por lo que resultan interesantes para ver la evolución de esta práctica y sustentar la idea de que es necesaria una actualización y ampliación del término, que valore algunas estrategias muy comunes actualmente (y que se ven representadas en estas cuatro piezas), para no dejar impunes nuevas formas de aplicación del *queerbaiting*.

4. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN.

Para empezar a desarrollar la actualidad que rodea toda la cuestión del *queerbaiting*, hay que comenzar haciendo mención a que es un término nacido en el ámbito fan, por lo que ha tenido que permear de este al ámbito académico, hecho que se está produciendo en los últimos años, aunque de forma lenta.

Mediáticamente ha seguido también un proceso de transvase entre dos áreas diferentes. Se origina a través de usuarios que forman parte de las audiencias LGBT y que, mediante discusiones en blogs, foros y páginas como Tumblr, establecen un nuevo término para combatir el trato poco honesto que recibe el colectivo por parte de las ficciones y sus creadores. Esto resulta en un ámbito muy particular y alejado de la gran masa de usuarios que se mueven en entornos más genéricos, por lo que el término ha tenido que ir filtrándose poco a poco, lo que lleva a un proceso lento y no demasiado efectivo. Especialmente a partir de 2015 es cuando, a través de casos muy concretos, ha ido trascendiendo esta cuestión y otras muchas relacionadas a un ámbito más genérico y, lo más importante, a medios *mainstream* que no tienen especial relación con el colectivo, y que han comenzado a hablar de *queerbaiting* y de sus consecuencias negativas para el colectivo LGBT.

Pese a que el término sigue siendo bastante desconocido para la audiencia mayoritaria e incluso (en menor medida) para la audiencia LGBT, se percibe actualmente que el *queerbaiting* está saliendo del anonimato cada vez más, y gran cantidad de fans ya se han informado sobre esto, al igual que los medios más genéricos también han hecho ya sus primeras aportaciones al debate. A grandes rasgos, es un tema muy mal visto ya que se considera una mala práctica y una manera muy poco ética de conseguir nueva audiencia y aumentar el interés mediático.

Como es habitual, existe también un sector de la audiencia mayoritaria que afirma la inexistencia del *queerbaiting*, pero esta postura es cada vez más minoritaria debido al comienzo de análisis exhaustivos (informe GLAAD²) que existen desde hace relativamente poco sobre la presencia de la representación LGBT en televisión, que dejan

² Informe anual que realiza la organización GLAAD, llamado "*Where are we on TV*" sobre la situación de la representación del colectivo LGBTQ en ficción estadounidense.

en evidencia la desigualdad existente y la necesidad de una mejora urgente en la representación del colectivo en ficción televisiva.

En definitiva, el *queerbaiting* y la cantidad/calidad de la representación LGBT en televisión es un tema de plena actualidad en la mayoría del ámbito fan, lo que está llamando la atención tanto de medios generalistas como de miembros de la comunidad académica, que están empezando a escribir e investigar más sobre el asunto pese a ser aún muy escaso en comparación con otros temas.

En cuanto al marco teórico que rodea al *queerbaiting*, se van a comentar a continuación las líneas generales de investigación que se siguen a la hora de hablar del mismo, así como de los autores más destacadas en este ámbito.

La definición más relevante del término, tanto en el ámbito académico (por ser la más citada) como en el ámbito fan (por ser la más extendida y establecer las bases por las que la mayoría de gente entiende el término) es la de Judith Fathallah:

Una estrategia por la cual los escritores y las cadenas intentan atraer la atención de los espectadores *queer* a través de pistas, chistes, gestos y simbolismos que sugieren una relación *queer* entre dos personajes, para después negar enfáticamente y reírse de la posibilidad. (Fathallah, 2015)

Por supuesto, esta no es la única definición existente, pero sí una de las más relevantes, que además comparte con el resto de definiciones una característica básica que las alinea bajo una misma premisa, que el *queerbaiting* se basa en el subtexto, es decir, el *queerbaiting* se da al no hacerse efectiva una atracción homoerótica detectada en el subtexto de la trama.

A día de hoy, y como se explicará durante este trabajo, esta definición pierde coherencia con el contexto, y pese a que no hay trabajos que amplíen el término en cuanto a definición, más adelante se mencionará el análisis que Eve Ng hace sobre el *queerbaiting*, que, aunque no cuestiona la definición, sí habla de nuevas características y herramientas que componen el *queerbaiting* actual.

Entrando más de pleno en los análisis más completos sobre *queerbaiting*, la gran mayoría de estudios, suelen centrar una parte importante de su atención en lo que se denomina “*queer reading*”, o en castellano, “lecturas *queer*”. Esto se puede entender como la interpretación de un personaje como *queer*, siendo esta una forma más de entender la

realidad, una dentro de muchas (Ambjörnsson, 2006). Este concepto adquiere importancia en cuanto a que supone un punto de discusión importante para la consideración del *queerbaiting*, porque aporta la noción de que existen lecturas diferentes de un mismo texto, lo que en la práctica se resume en entender que cada persona va a interpretar los acontecimientos y personajes de una serie de una forma determinada, que con toda seguridad va a variar dependiendo del contexto particular de cada individuo. Por ello, Diane Raymond asegura que “no hay significados no-ambiguos en un texto cultural, y la recepción de los miembros de la audiencia están anclados en lo cultural e histórico” (Raymond, 2003). En línea con estas perspectivas de Ambjörnsson y Raymond, aparece también Alexander Doty (1993), que afirma que dentro de esta línea de pensamiento, las lecturas *queer* serían igual de válidas que las lecturas heteronormativas.

Usando la idea de la existencia de diferentes lecturas de un mismo texto, aparecen otras perspectivas que afirman que cuando se detecta un caso de *queerbaiting*, realmente se están proyectando fantasías y deseos de la comunidad LGBT en un texto que, en realidad, está escrito para ser recibido de otra forma, bajo una lectura heteronormativa. Esta perspectiva enlaza con otras teorías, que dan por hecho que entre todas las lecturas posibles, existe una predilecta o “correcta”, que coincidiría con la idea o el significado que quieren darle los productores (Sturken y Cartwright, 2001).

Siguiendo este planteamiento, existiría de esta forma la capacidad de los productores para guiar a la audiencia hacia un significado concreto a través de su posición privilegiada respecto a la audiencia, y es ahí donde entra la opción de llevar a cabo el *queerbaiting*. Este trabajo se acoge a la idea principal de Gray, que defiende que los productores no solo tienen lecturas predilectas, sino que trabajan en su favor para llevar a la audiencia a descifrarlas de la misma forma, intentando controlar sus interpretaciones para asegurar una lectura “correcta” (Gray, 2010).

Considerando entonces que, en efecto, existe una jerarquía en las interpretaciones, sería adecuado mencionar que las productoras tienen el poder de usar herramientas (material promocional, comentarios en redes, etc) que hacen más fácil interpretar el texto de una manera concreta, ya que se entienden por la audiencia como parte integral del contenido, y por lo tanto adquieren la suficiente notoriedad como para influir en la lectura del texto. Con este análisis, se puede concluir que las productoras pueden establecer unas lecturas *queer* en su contenido cuando interesa a nivel comercial, que a su vez serían después

olvidadas, desacreditadas o utilizadas para crear unas expectativas que no se cumplen, dando pie a los casos de *queerbaiting*.

Otro argumento que intenta desplazar las connotaciones negativas del término es el que usa Joseph Brennan, autor con cierta notoriedad en el ámbito académico. Brennan se ciñe a la definición de *queerbaiting* de Fathallah, por lo que lo basa exclusivamente en el subtexto homoerótico que no se concreta, y expone como argumento central de su investigación que hay que considerar y valorar las lecturas *queer* que el *queerbaiting* hace posible, es decir, afirma que hay que explorar más las connotaciones positivas del *queerbaiting*, ya que ofrece la posibilidad a la audiencia del colectivo de hacer lecturas *queer* y crear a través de ellas contenido “fan” (Brennan, 2018). Propone un punto de vista que aleja el foco del *queerbaiting* de los discursos que lo describen como dañino para examinar una supuesta utilidad para los fans, argumentando que el mismo subtexto da pie a una especie de representación.

En un extremo opuesto a Brennan, se encuentra Emma Nordin y su trabajo “*From Queer Reading to Queerbaiting*” donde sitúa al *queerbaiting* como:

La práctica de añadir intencionalmente tensión homoerótica entre personajes, con la finalidad de atraer una audiencia extensa³ sin la intención de convertir dicha tensión en acciones abiertamente homosexuales. (Nordin, 2015).

Pese a que también centra toda su atención en el *queerbaiting* creado a través del subtexto, trae a colación las palabras de Alexander Doty (1993), que sirven como argumento para establecer una crítica al análisis de Brennan:

Doty describe cómo muchas representaciones *queer*, o textos *queer*, lo han sido a través de la connotación, lo cual debe ser considerado problemático ya que "la connotación permite a la cultura heterosexual usar lo *queer* para el placer y el beneficio en la cultura de masas sin admitir que lo es", ya que la connotación permite la negación. (Nordin, 2015)

Por otra parte, Nordin introduce otro argumento que se va a seguir en este trabajo, el de Fiske, que es cercano a la línea de pensamiento de Doty y afirma que “no todos los significados están en igualdad, ni son igual de fácilmente activados, sino que existen en

³ Nordin se refiere con “audiencia extensa” a la audiencia LGBT que suele atraer cualquier contenido con representación *queer*.

relación de subordinación u oposición a los significados dominantes propuestos por el texto.” (Fiske, 1989)

Lo que se querría decir con esto, es que las lecturas *queer* son más difíciles de “activar” y ser reconocidas fuera de la audiencia LGBT, y considerando que los significados y lecturas adheridos a lo heterosexual suelen obtener una posición dominante, es de suma relevancia que las lecturas *queer*, que sin duda encuentran dificultades para ser interpretadas como tal, sean confirmadas y validadas por los que son capaces de establecer una lectura preferente, los creadores.

Esto ayuda a que las lecturas *queer* dejen de ser marginales y consideradas como fantasías debido a su largo historial de invisibilización y su todavía pendiente normalización tanto en el audiovisual como en la sociedad. En definitiva, no es suficiente la existencia de un subtexto que dé pie a la comunidad LGBT a identificar personajes homosexuales, ya que la importancia de la representación reside en que la misma pueda ser confirmada, para evitar posibles intentos de negación o invalidación de la misma por parte de discursos heteronormativos.

Estas líneas de pensamiento van a ser especialmente relevantes a la hora de tratar con el *queerbaiting* basado en el subtexto, ya que es una herramienta que depende de la interpretación y las lecturas de cada individuo.

Por otro lado, Eve Ng (2017) recoge las referencias de Nordin a Fieske y Gray, y en un trabajo que se centra más en descifrar qué es el *queerbaiting* y cómo se lleva a cabo, plantea un *queerbaiting* con muchas más variantes que los estudios anteriores, y que va más en armonía con la idea de este trabajo. Como idea principal, habla de que el elemento crucial para que se hable o no de *queerbaiting* no es la falta de canonicidad, sino cómo de satisfactorio es el resultado de la lectura *queer* en relación a las expectativas que tienen los espectadores y que se han creado a través de la intertextualidad (...) y la paratextualidad (...). Por lo tanto, en el análisis de Eve, se consideran la intertextualidad (Fiske) y el paratexto (Gray) las piezas claves para descifrar el *queerbaiting*, lo que consecuentemente trae a colación un nuevo modelo, uno que no deja de lado el subtexto pero que no lo considera la única estrategia narrativa a través de la cual se pueden dar estos casos. Este análisis encaja con el nuevo contexto y los cambios que ha experimentado la sociedad, que a su vez han derivado en cambios en la ficción y en las

relaciones entre los creadores y la audiencia, especialmente con el auge de internet y las redes sociales.

En resumen, este trabajo va a seguir especialmente lo tratado en el análisis de Eve Ng, ya que estudia el *queerbaiting* desde una perspectiva mucho más flexible que el resto de autores, otorgándole características hasta la fecha no reconocidas, reconociendo su naturaleza cambiante y ofreciendo ejemplos que no se ciñen a la definición clásica del término.

5. OBJETIVOS E HIPÓTESIS.

Este trabajo va a articularse en favor de dos objetivos generales, que van a ser abordados a través de diversos objetivos específicos. Como primer objetivo general, este trabajo pretende contribuir al establecimiento de una base teórica en castellano que sirva como herramienta para facilitar la detección del *queerbaiting*.

Por otra parte, el segundo objetivo general al que se adhiere este trabajo es el de concienciar de la problemática que supone el *queerbaiting* para el colectivo LGBT, para poner en valor la importancia de una representación positiva y la necesidad de un esfuerzo colectivo para llegar a ella.

Para alcanzar estos objetivos generales, se han establecido los siguientes objetivos específicos:

- 1.** Analizar la evolución que han experimentado el *queerbaiting*, sus estrategias y procesos en los últimos años, para dejar clara la naturaleza cambiante del término y con ello ayudar a establecer unas características que se ajusten más a este hecho.
- 2.** Realizar un análisis general sobre el funcionamiento del *queerbaiting* actual centrado específicamente en casos de personajes lésbicos, para contribuir a su visibilización y conocer de forma precisa la situación actual en la que se encuentra el *queerbaiting*.
- 3.** Analizar cuatro casos de estudio de ficciones televisivas en diversas partes del mundo, para ofrecer una muestra variada, que permita delimitar las diferentes estrategias discursivas de *queerbaiting* más recurrentes en la producción

televisiva actual, y de esta forma, establecer un listado con las mismas que permita mayor efectividad a la hora de llevar a cabo su reconocimiento, pese a que se puedan alejar de la definición más extendida del término.

4. Proponer, a raíz de los análisis anteriores, una ampliación de la definición del término “*queerbaiting*”, teniendo en cuenta sus nuevas características y estrategias discursivas, para establecer una definición coherente con su nuevo contexto, permitiendo que ajustarse a la misma no suponga dejar impunes las nuevas formas de aplicarlo.
5. Conseguir, a través de una definición más precisa y un listado de características y herramientas claras, reducir el debate sobre qué series pueden ser o no consideradas *queerbaiting*, y evitar así las guerras acusatorias entre la audiencia que banalizan un problema real.
6. Crear y extender material teórico que ayude a localizar el *queerbaiting*, ya que, debido a sus connotaciones negativas y mala publicidad, puede servir como herramienta valiosa para frenar a las productoras de llevarlo a cabo, y para obtener mayor concienciación sobre el problema de la representación LGBT, lo que concluiría en una mejora notable de la misma.

Teniendo en cuenta los conocimientos previos sobre este asunto, las hipótesis son:

1. La naturaleza del *queerbaiting* es cambiante al ser una práctica que se ajusta a la sociedad y a las necesidades de consumo audiovisual del contexto concreto, es por ello que desde la aparición del término a la actualidad ha cambiado de forma considerable la forma de llevarlo a cabo.
2. Las definiciones más extendidas del término “*queerbaiting*” resultan a día de hoy poco precisas, y su seguimiento resulta perjudicial para la representación LGBT ya que deja impunes nuevas formas de aplicarlo al no adecuarse al contexto actual.

3. Los elementos paratextuales conforman en este momento las herramientas principales para llevar a cabo casos de *queerbaiting*.

6. EL CONCEPTO DE *QUEERBAITING*

6.1 ORIGEN DEL TÉRMINO Y DEFINICIÓN.

Para establecer un primer contacto con el término *queerbaiting* y su significado, hay que definir las dos palabras que lo componen. Es un término inglés (sin traducción al castellano) compuesto por dos términos, el primero, “*queer*”, explicado de la siguiente forma:

Es el insulto homófobo por antonomasia: [...] es todo aquello que se sale de lo normal y pone en cuestión lo establecido. [...] Van a apropiarse del insulto y autodenominarse *queer* para tomar distancia del término *gay*, que a finales de los ochenta representaba solamente una realidad de varones homosexuales, blancos, de clase media o alta, con un proyecto político de integración normalizada en el sistema social y de consumo, y que excluía toda esa diversidad de sexualidades minoritarias articuladas con posiciones de raza, clase, edad, enfermedad, migración, pobreza, etc. (Sáez, 2017)

El segundo término, bastante más simple, es “*bait*”, un verbo que puede definirse según el *Oxford Dictionary* como “molestar o burlarse deliberadamente” o “poner un cebo o una trampa para atraer animales”. Además, el *Collins Dictionary* explica el término afirmando que “se usa después de otros nombres para referirse a la actividad de atacar a un grupo particular de personas o de reírse sobre lo que creen o piensan”.

Estas acepciones, llevadas al contexto audiovisual pueden entenderse bien en el uso de esta palabra. Por tanto, el resultado claro de unir estos dos términos en una única palabra es el de crear un significado que habla de engañar, poner un “cebo”, o burlarse de forma deliberada de los componentes de cualquiera de las sexualidades no normativas que

engloba el término “*queer*”. Por lo tanto, se estaría hablando de usar cualquier contenido de esta disciplina para atraer de forma engañosa a la audiencia “*queer*” o LGBT. Desde que aparece el término, lo que se considera como el “cebo” para conseguir atraer a la audiencia LGBT no es otra cosa que el subtexto homoerótico que no concluye en nada, aunque en este trabajo se tratará precisamente de explicar que a día de hoy las posibilidades de establecer un “cebo” son mucho más amplias.

Hablar del origen del término es sin embargo algo más complicado, ya que parte de diversas disciplinas en las que adquiere un significado totalmente diferente al aquí mencionado.

En 1981, Lawrence Goldyn usó el término “*Queer Baiting*” en el ámbito político, para referirse a la técnica de los abogados de mencionar la orientación sexual del acusado para conseguir penas más severas, llevando a cabo comportamientos homofóbicos y abusos verbales hacia las personas homosexuales en los juzgados. Por otra parte, en 2009, Nadine Hubbs usa la palabra para compararla con “*red-baiting*” (desacreditar opiniones válidas acusando al individuo de anarquista o comunista), haciendo alusión a la exposición de personas homosexuales que se dio en Estados Unidos durante los años 50’ y 60’ (Nordin, 2015).

Pese a que en estos ejemplos el significado varía bastante del que se trata en este trabajo, hay algo que mantienen en común, y es que el término siempre ha tenido connotaciones negativas y se ha usado para indicar comportamientos homófobos o dañinos para el colectivo, cosa que se mantiene en el significado que se expone en este texto.

Cuando nos referimos al *queerbaiting* en el ámbito audiovisual, no se puede hacer referencia a un autor o autora que introdujese el término, pues se originó en el ámbito fan, concretamente se habla de la página Tumblr como sitio donde nace el término. Esta web junto con diversos foros y blogs como *LiveJournal*, repletos de usuarios parte de la comunidad LGBT, es donde se empieza a acuñar el *queerbaiting* para referirse a las malas prácticas de los productores que estaban añadiendo tensión homoerótica entre personajes heterosexuales sin intención de cuestionar su sexualidad.

Del mismo modo, concretar una fecha exacta de aparición del término es prácticamente imposible debido a su naturaleza, por lo que se establece 2010 como año aproximado en el que se empieza a mover este término en el ámbito fan.

La definición de la palabra también ha sido hasta ahora un elemento más del debate, ya que al ser un término creado desde la comunidad fan, no aparece en ningún diccionario oficial y las referencias más habituales para la gente que busca el término en internet son las de diccionarios y enciclopedias colaborativas como Wikipedia, *Urban Dictionary*, *Fanlore* etc, donde cualquiera puede proponer su propia definición.

En todos estos sitios web se encuentran una gran cantidad de definiciones diferentes en cuanto a su forma, aunque por lo general y exceptuando pequeños matices, todas ellas suelen contar con el mismo contenido.

Reclamo LGBT o cebo *queer* (también **señuelo, gancho o anzuelo LGBTI**, en **inglés *queerbaiting***) es la práctica de sugerir, pero después no representar **abiertamente**, a un personaje LGBTI o una relación romántica **homosexual** en el cine, la televisión o la literatura. Se trata de una práctica que pretende atraer a la audiencia LGBTI pero, al mismo tiempo, no incomodar a consumidores **heterosexuales cisgénero**.^{1 2}

Definición de *queerbaiting* según Wikipedia.

Queer baiting (or queerbaiting) is a term used to describe the perceived attempt by advertisers or **canon creators** to draw in a queer audience and/or **slash fans** by implying or hinting at a gay relationship that will never actually be depicted. "Queerbaiting" is most often — but not always — applied to television and film.

Definición de *queerbaiting* según Fanlore.

queer-baiting

When a television series, book or movie makes statements **on there** being **LGBT** representation for **views**, when canonologically, there is none or less then they hinted at.

Definición de *queerbaiting* según Urban Dictionary.

6.2 TÉRMINOS RELACIONADOS.

Para entender bien el concepto de *queerbaiting*, cómo funciona y su contexto en general, hay que tener claros algunos conceptos clave que tienen que ver tanto con la forma en la que el espectador descodifica la información que recibe de una serie, como con la audiencia LGBT y su representación en pantalla. Además, los siguientes son términos de imprescindible comprensión para formar una opinión coherente respecto al *queerbaiting*, ya que forman parte de las discusiones que se dan alrededor del mismo tanto en el ámbito académico como en el ámbito fan.

El primero concepto a tratar y que ocupa gran parte de las investigaciones anteriores sobre *queerbaiting* es el *Queer Reading*, este término podría ser traducido al castellano como “lectura *queer*”, y en esencia, describe la acción de interpretar a personajes que no son

abiertamente LGBT como tal, es decir, encontrar en el subtexto razones que hagan concluir que un personaje es LGBT sin que el mismo lo haya expresado de forma directa.

Por lo general, es la audiencia del colectivo la que hace estas lecturas por iniciativa propia, ya que el entorno y contexto de cada individuo influyen en la manera de ver las cosas y en las interpretaciones que se hacen de forma distinta en cada uno (Nordin, 2015), por lo que las personas que se relacionan en entornos LGBT tienen más facilidades para detectar detalles que puedan llevar a establecer una “lectura *queer*”. La importancia de esto reside en que es un punto de discusión importante en cuanto a que cuando se debate si una serie está llevando a cabo *queerbaiting* o no, es habitual que una gran parte de la audiencia heterosexual no entienda las explicaciones de la audiencia LGBT, y por lo tanto intente desacreditarlas, lo que se explica por la diferencia de contextos y la facilidad de unos y otros para interpretar “lecturas *queer*”.

Por otra parte, cuando las lecturas *queer* trascienden a un nivel textual y la representación no se queda en una lectura, sino que se lleva a cabo de forma completamente explícita en pantalla, suele tener un desenlace muy bien conocido por la audiencia LGBT, y para ello se ha establecido el término *Bury your gays*, “que como su nombre sugiere, implica la muerte en trágicas circunstancias (asesinato, suicidios, accidentes, cáncer...) de los personajes LGBT” (Guerrero, Establés y Ventura, 2017).

Estos clichés narrativos son herramientas fácilmente reconocibles con el paso del tiempo, ya que tienden a repetirse de forma continua hasta que todo el mundo es capaz de identificarlos, y el caso del colectivo LGBT no es una excepción ni mucho menos, pero teniendo en cuenta la escasa representación del mismo, lo que para cualquier grupo con más variedad de representaciones se queda en un simple cliché, para el colectivo se convierte en un lastre que no deja avanzar a su representación más allá de un destino demasiado recurrente: la muerte.

Bury your gays viene a resumir en tres palabras lo que las audiencias LGBT tienen que hacer en un porcentaje muy alto de ocasiones cuando encuentran representación en ficción: enterrar a sus *gays*. El término sale a la luz cuando se empieza a comprobar que la cantidad de muertes entre personajes LGBT alcanzaba números preocupantes, y la pregunta que surgía entonces era ¿de qué sirve aparecer más en la televisión si siempre acabamos muertos? Se acuña el término no con la intención de que no existan muertes

LGBT en ficción, sino más bien para denunciar y reclamar una proporción más equilibrada entre los personajes que viven y los que no.

Además, debido a que el impacto de las muertes LGBT es especialmente alto en las mujeres lesbianas y bisexuales, se ha comenzado a usar una denominación propia: *Dead Lesbian Syndrome*, que define el cliché narrativo que implica un final trágico para los personajes femeninos LGBT. También cabe destacar que en ocasiones este concepto puede derivar en un caso de *queerbaiting*, tal y como se explicará posteriormente con el ejemplo de Lexa en *The 100*.

Por otra parte, no hay que perder la perspectiva ni el concepto de “minoría”, y hay que tener claro que en este caso cuando se habla de representación, no se habla de una de cualquier tipo, sino de representación de un colectivo que ha sufrido y sufre un trato discriminatorio y que necesita los medios para normalizarse y visibilizarse. En este aspecto, es importante no pasar por alto el hecho de que no se puede tratar esta representación con la misma ligereza que podría tratarse la de cualquier otro grupo que no necesite de estos medios para mejorar su situación en la sociedad, ya que lo que se muestra al público puede tener un impacto mucho mayor. Es por esto que resulta muy importante que se haga un ejercicio de responsabilidad social por parte de los creadores de contenido de ficción para asegurarse de ejercer buenas prácticas a la hora de representar al colectivo LGBT, al igual que para los contenidos informativos se están empezando a implantar guías de buenas prácticas.

De este mismo colectivo, aparece lo que se conoce como *slash* o *slash fans*, audiencia del colectivo que utiliza sus lecturas *queer* y su imaginación para crear contenido alternativo que contenga personajes y tramas LGBT. Este fenómeno, cada vez más recurrente entre los usuarios, nace en gran parte por la falta de contenido ofrecido en las ficciones o por la mala calidad del mismo, y por ello, dentro de la audiencia LGBT ha conseguido con el tiempo una relevancia en algunos casos casi a la altura del propio contenido original.

Pese a que conceptos como el *slash* y las lecturas *queer* tienden a ser un argumento en cierta medida recurrente para desacreditar la validez del *queerbaiting*, el análisis que se llevará a cabo posteriormente en este trabajo sobre diversos datos sobre representación LGBT deja claro que no se puede desacreditar un concepto que tiene bases tan sólidas y un recorrido tan largo en el audiovisual.

6.3 ANTECEDENTES: CÓDIGO HAYS.

Cuando la representación de personas homosexuales apareció por primera vez en el audiovisual, lo hizo a través del cine y la televisión, y se trataba siempre en clave de humor, todo se reducía a un estereotipo cómico que provocase las risas en la mayoría del público. De esta forma, se puede hablar de una representación a toda costa en cuanto a que la visibilidad ofrecida venía siempre de la mano de un cliché poco realista y usado para la mofa generalizada. Se trataba de una representación negativa y escasa, acaparada casi en su totalidad por hombres homosexuales normativos, pero existente, al fin y al cabo.

Esta situación cambió en el 1934, cuando se aplicó la Ley Hays en el cine estadounidense como medida de autocensura por parte de las productoras, que vieron peligrar su negocio tras una serie de escándalos en torno a la industria cinematográfica y la posterior furia de una población de tradición muy conservadora. Este código regulador impulsado por William H. Hays y común a todos los estudios de Hollywood pretendía controlar los contenidos de las películas para preservar la moralidad de las mismas y de sus espectadores, para esto, contaba con tres normas generales de las cuales nacían las demás: mostrar siempre el lado positivo de la ley, enseñar las consecuencias negativas de los crímenes y los pecados y dar lecciones sobre el modo de vida moralmente aceptado.

No cabe duda de que la homosexualidad y su cómica visibilidad en el cine de Hollywood se vieron también afectadas por este nuevo código, siendo totalmente prohibidas las relaciones homosexuales en pantalla y quedando reducidas a la nada o algo peor que eso. Ya que una de las premisas de esta ley era adoctrinar sobre un modo de vida acorde a la moral, la única manera que había de visibilizar temas de sexualidad no normativos era relacionarlo con un castigo acorde, es decir, cualquier conducta considerada como no moral debía ser castigada. Así hablaba la ley Hayes sobre la sexualidad y la pasión:

La inmoralidad sexual es a veces necesaria para el argumento. Está sujeto a lo siguiente:

PRINCIPIOS GENERALES - en cuanto a las tramas que tratan sobre el sexo, la pasión y los incidentes relacionados con ellos: Todos los legisladores han reconocido claramente que en los seres humanos normales existen emociones que

reaccionan de manera natural y espontánea a la presentación de ciertas manifestaciones definidas de sexo y pasión.

a) El sexo y la pasión existen y, en consecuencia, a veces deben entrar en las historias que tratan de los seres humanos.

b) El amor puro, el amor de un hombre por una mujer permitido por la ley de Dios y del hombre, es el tema legítimo de las tramas. La pasión que surge de este amor no es el tema de las tramas.

c) El amor impuro, el amor del hombre y de la mujer prohibido por la ley humana y divina, debe ser presentado de tal manera que: a) El público sepa claramente que está mal b) Su presentación no excite reacciones sexuales, mentales o físicas, en una audiencia ordinaria; c) No sea tratado como un asunto de comedia.

En general, el tema de la pasión debe ser abordado de manera que no despierte emociones viles o groseras explícitas. Por supuesto, esto incluye las «perversiones sexuales», en las que en aquel momento incluían la homosexualidad.

Aunque se hable de cine, esta brutal censura y la moral de la época a nivel prácticamente internacional forzaron esta nula y/o dañina representación durante los siguientes años, también en las series de televisión.

Es por esto que 1997 marca un hito de la televisión norteamericana, cuando el personaje de Ellen Degeneres salía del armario en su propia sitcom *Ellen* (ABC; 1994-1998), con alrededor de 44 millones de audiencia en Estados Unidos, y consiguiendo de esta forma que, por primera vez, un personaje protagonista de una sitcom en *prime time* norteamericano se auto denominase como lesbiana. Debido al contexto social de la época, poco favorable para la comunidad LGBT, y a la importancia de los anunciantes, se dieron unas consecuencias pésimas para todos los implicados de este gran paso para la comunidad LGBT.

La sitcom fue cancelada la temporada siguiente, por la caída en la audiencia y por la pérdida de los anunciantes, y la cadena ABC recibió un aviso de bomba, además, Oprah Winfrey, que había apoyado públicamente a Ellen, recibió innumerables amenazas en su correo.

Sucesos como la aplicación del código Hays o las consecuencias tremendamente negativas a la inclusión de personajes LGBT en televisión, son la antesala de los primeros intentos por ofrecer representación, por lo que se entiende que dicha intención haya aparecido de forma muy lenta y bajo condiciones poco favorables para el desarrollo de una representación positiva.

Todo lo anterior mencionado ha derivado en consecuencia en una representación poco acorde a la realidad, tanto en cantidad como en calidad, primero por temor a represalias, después por temor a perder audiencia, y por último podría decirse que por una especie de “costumbre” o círculo vicioso, ya que es complicado dejar atrás una larga tradición de representación escasa y negativa, entre otras cosas porque los creadores de contenido no se responsabilizan del impacto que genera su contenido, y en otros casos, porque no tienen las herramientas necesarias para formarse en este aspecto y tener el conocimiento necesario para ofrecer una representación responsable y justa.

En esa falta de responsabilidad con la representación de minorías, es donde reside la aparición y mantenimiento del *queerbaiting*, ya que llega en un punto en el que, por lo general, se puede ofrecer una representación digna sin consecuencias negativas, pero aún no se hace el esfuerzo por aprender, responsabilizarse y romper la cadena de la mala representación y de la problemática que supone este maltrato a la audiencia LGBT.

7. QUEERBAITING COMO ELEMENTO SOCIAL: SU EVOLUCIÓN.

La existencia del *queerbaiting* en el ámbito audiovisual corresponde a la existencia de una sexualidad dominante en la sociedad y a la discriminación que este hecho ha generado a lo largo del tiempo. Las dinámicas de representación negativas asentadas desde hace años aún no han desaparecido, ya que derivan de algo que no tiene relación con la narrativa en sí misma, sino con el contexto social y político, y aunque en el aspecto político se puede considerar que se ha superado la etapa en la que a través de leyes se limitaba la representación LGBT, la sociedad experimenta un proceso más complejo de aceptación.

En esta situación encontramos una división en la población, una parte que sigue encasillada (en mayor o menor medida) en el rechazo y prejuicio hacia el colectivo LGBT,

y otra que ha superado esta fase y otorga a esta minoría la misma normalidad que al grupo dominante.

Por ende, las productoras y las cadenas de televisión han tenido que lidiar durante años con esta división, muchas veces difícil de conciliar si se aspira a obtener los mejores registros de audiencia posibles, puesto que en el grueso de la audiencia se localiza también a una parte de la población reacia a consumir productos que ofrezcan representación LGBT, por lo que se llega a una situación desfavorable de la misma todavía a día de hoy.

Debido a esta situación, es necesario hacer hincapié en que el *queerbaiting* tiene una relación directa con lo social, al ser un término que no se puede entender sin tener en cuenta este ámbito, ya que no existiría por sí mismo como recurso narrativo si no se encontrase inmerso en las necesidades de un contexto social y de consumo determinado.

Sin embargo, muchos trabajos de este ámbito recogen como *queerbaiting* ciertos ejemplos que no se ajustan a la definición tradicional, pero no profundizan en ese cambio de dinámica, alejando el *queerbaiting* del aspecto social, ya que el cambio de dinámicas es debido a los cambios sociales que lo preceden.

Por este motivo, para defender que el *queerbaiting* es una práctica que va a la par que la sociedad y su consumo audiovisual y no se puede desligar de ese contexto, se va a establecer una especie de cronología, que muestre de forma aproximada en una división de tres etapas cómo ha evolucionado el *queerbaiting* desde su aparición, ligado siempre a los cambios del contexto social y a ciertos eventos clave en el audiovisual.

7.1 LA CENSURA, PRESIONES Y COMIENZO DE LA REPRESENTACIÓN LGBT.

En este primer apartado, se va a hablar sobre la relación entre los acontecimientos sociales que afectaron al colectivo LGBT hasta aproximadamente el año 2010, y la representación del mismo en el audiovisual. A efectos prácticos, esto supone hablar sobre la franja temporal antes de la existencia del *queerbaiting* y que sirve como precedente, es decir, antes de que la audiencia LGBT diese a conocer este término y sus implicaciones. En consecuencia, se tratará todo el periodo de censura legal y posteriores años de censura a través de presiones externas, así como los primeros años de representación donde empiezan a asentarse los personajes LGBT.

Se trata del periodo más longevo al estar directamente en sintonía con la situación social, donde los avances en materia de derechos y aceptación social se dieron de forma muy lenta, prolongándose en el tiempo. Conforme se da esta primera etapa y sienta las bases del respeto por el colectivo, todo coge velocidad, y al igual que los avances sociales se dan cada vez de forma más rápida, todo lo relacionado con la representación LGBT en ficción también empieza a evolucionar más rápido, provocando que los siguientes dos puntos ocupen menos espacio en el tiempo.

El personaje es signo; un conglomerado de significantes que posee la virtud de conectar al lector/espectador con un extenso universo de significados. Estos significados, a su vez, son una de las materias primas con las que construimos nuestro imaginario en relación con casi todo, incluida la realidad social; piezas con las que edificamos nuestra consciencia y nuestra opinión. (J. C. Alfeo, 2011)

Estas palabras explican muy bien por qué se le ha dado siempre tanta importancia a la representación, algo que nunca ha pasado desapercibido para nadie, ya que su influencia en la sociedad a la hora de generar opiniones es más que evidente.

Por este motivo, en una primera etapa del cine y la televisión, y en respuesta a un contexto histórico y social nada favorable para la diversidad sexual, las personas homosexuales no solían aparecer demasiado en pantalla. La excepción a esto fueron los personajes masculinos homosexuales, que, a través de comportamientos estereotipados y amaneramientos, se dejaban ver por alguna que otra producción, pero siempre en clave de humor para no ser tomados demasiado en serio. Por otra parte, si los personajes gays solo se podían encontrar a través de caricaturas y mofas, no es difícil deducir que los personajes lésbicos, bisexuales y trans todavía no aspiraban ni a esa condición de chiste fácil, pues estaban totalmente invisibilizadas.

Pese a todo, este papel cómico de la homosexualidad tampoco se libró de la censura, que consiguió reducir la ya de por sí pobre representación existente. Al hablar de censura es imprescindible hablar de Estados Unidos ya que allí se da una de las censuras más duras e importantes, la implantación del código Hays, que acabó con la poca representación que existía, reduciéndola a la nada más absoluta cuando se aplicó en 1934. Esto tiene repercusiones no solo a nivel interior sino también exterior, ya que las películas de

Hollywood ocupaban una parte importante de las carteleras de todo el mundo, así que esta censura pudo verse también en muchos otros países durante los 33 años que estuvo vigente.

En España, el cine que entraba desde Estados Unidos filtrado por el código Hays no era la única censura presente, sino que la censura franquista se encargó de que las producciones nacionales tuviesen que seguir unas normas muy estrictas para no romper con la moral de la época. No será hasta 1975, con la muerte del dictador, que se empezarán a ver algunas representaciones de la homosexualidad con voluntad normalizadora, aunque todavía repletas de estereotipos y teniendo que luchar contra la censura, como es el caso de *Los Placeres Ocultos* (1977) de Eloy de la Iglesia.

La censura en el cine es la referencia que encuentran las series de televisión, que entran en escena unos años después, allá por la década de los 50', y que saben a lo que atenerse en cuestiones de contenido. Además, pese a no tener documentos de censura como el código Hays, las series de televisión tenían una limitación ineludible a la hora de crear su contenido, los anunciantes. Cuando se habla de televisión, se habla también de anunciantes, ya que prácticamente desde sus inicios los anuncios han servido como fuente de ingresos principal, por lo tanto, su poder era muy parecido al que habría podido tener un órgano censor, ya que sin anuncios no había ingresos y sin ingresos no se podían producir las series.

Es por esto que, echando la vista atrás, es evidente que los primeros atisbos de representación homosexual en series de televisión se dan de forma muy esporádica, con apariciones de corta duración y sin ser demasiado explícitas. Haciendo un pequeño repaso, en Estados Unidos, el primer personaje gay que aparece en una serie lo hace solamente durante un único episodio, concretamente en *Todo en familia* (*All in the family*, CBS: 1971-1979), y lo hace de forma muy discreta, sin darle demasiado protagonismo para intentar no llamar la atención. Unos años después, en 1987, la serie *Trentaytantos* (*Thirtysomething*; ABC: 1987-1991) que contaba la vida de siete personajes de la generación "baby boomer", adquirió mucha fama, convirtiéndose en todo un fenómeno cultural y fue capaz de cosechar una gran cantidad de críticas positivas debido al tratamiento de temas que no eran muy comunes en la época. Como es lógico una serie con semejante caché atraía a una cantidad de anunciantes muy considerable, hecho que solo se vio truncado una vez en todo su recorrido en televisión. En 1989, un año después de ganar un premio Emmy a mejor serie, decidieron mostrar a dos hombres

homosexuales juntos en la cama (por primera vez), y pese a que los guionistas reconocen que estaban convencidos de que ABC no iba a emitirlo, al final lo hizo, y las consecuencias inmediatas fueron la retirada de varios anunciantes y una gran controversia alrededor del capítulo (Tomashoff, C. 2017). La serie ya estaba consolidada, por lo que se pudo recuperar de este episodio, pero una vez más, se mostraba lo arriesgado que seguía siendo intentar ofrecer una representación LGBT que fuese más allá de un mero papel simbólico.

Vistos los precedentes y debido al contexto convulso de España los años posteriores a la dictadura, las producciones españolas tardaron algo más en empezar a incluir personajes homosexuales de forma reconocible, por lo que *Tío Willy* (TVE: 1998-1999) es considerada como pionera en el país al ser la primera serie con un personaje homosexual como protagonista. Además, siendo conscientes de la tradición de estereotipos y maltrato de la representación, los responsables de la ficción tuvieron diversas reuniones con colectivos LGBT, para huir de precisamente de todo ello y construir una representación más normalizadora y positiva. Por su parte, una de las primeras representaciones lésbicas / bisexuales (no está confirmado) en ficción española llegó en 2001, de la mano del personaje secundario Marta Durán en *Compañeros* (Antena 3: 1998-2002) al enamorarse de una amiga y ser posteriormente rechazada. Un paso todavía más destacable en el nacimiento de la representación LGBT en España tuvo lugar gracias a la serie *Siete Vidas* (Telecinco: 1999-2006), por parte de su personaje Diana Freire, que descubre su homosexualidad en la temporada 6 (emitida en el año 2000) y que protagoniza en la temporada 9 (emitida en 2002) la primera boda lésbica en la ficción española, superando la barrera de la “censura” y/o presiones provenientes por parte de la opinión pública y los anunciantes al dar un rol principal a un personaje lésbico que a su vez tuvo una relación que no aspiraba a pasar desapercibida.

7.2 EL QUEERBAITING DEL SUBTEXTO.

Este segundo punto está situado entre el año 2008 y el 2015 y comprende los primeros años de vida del *queerbaiting*, en un contexto que empezaba a lucir optimista de cara a la aceptación del colectivo por el grueso de la sociedad, tanto a nivel legal respecto a sus

derechos como a nivel social, empezando a asentarse una aceptación generalizada y que pese a quedar algo lejos de la normalización, fue sentando las bases para ello.

En el punto anterior no se podía hablar de *queerbaiting*, ya que para que exista, debe encontrar unas condiciones sociales favorables, es decir, debe existir el conocimiento de que atraer audiencia LGBT puede ser beneficioso o no se llevaría a cabo, pues no sería rentable asumir las posibles consecuencias negativas como la pérdida de anunciantes. Ese momento llegó poco después de mediados de la década, con internet ya bastante consolidado y la aparición de las primeras redes sociales, que se convirtieron rápidamente en herramientas muy útiles para mantener en contacto a la gente, y también, para permitir conocer a gente nueva. A raíz de esto, el colectivo LGBT empieza a obtener relevancia, y a través de la unión en redes surge una capacidad de fuerza colectiva realmente reseñable, que traslada la voz del colectivo a un nuevo nivel, lo que no tarda en llamar la atención y demostrar el potencial de los fans LGBT a nivel comercial. Como se ha comentado anteriormente, todo esto se da en un contexto social en el que comienzan a verse ya avances considerables en cuanto a derechos LGBT, con el matrimonio igualitario aprobado en diversos países (España entre ellos). En esta situación, la audiencia LGBT ve posible que se ofrezca una representación en condiciones y empieza a demandarlo.

En 2008, se emite en Estados Unidos la cuarta temporada de *Supernatural* (CW: 2005-), y se estrena una serie llamada *Merlín* (BBC One: 2008-2012), y ambas van a tener algo en común, la audiencia LGBT detecta en ellas un subtexto homoerótico prometedor y quedan a la espera de ver cómo se desarrolla.

Llegado el 2010 y, con las redes sociales en pleno auge, las audiencias LGBT denuncian cada vez más, a través de Tumblr, blogs, y demás redes sociales, que se están dando muchas situaciones como las de *Supernatural* y *Merlín*, en las que ese subtexto prometedor no deriva en una relación explícita, y que además, empiezan a aparecer nuevas series y tramas que siguen el mismo camino. A las dos mencionadas se les suman *Sherlock* (BBC One: 2010-2017), *Rizzoli & Isles* (TNT: 2010-2016), *Glee* (FOX: 2009-2015), que, de forma más o menos acertada, supusieron un gran *boom* para que el universo fan empezase a plantear que esta situación era un problema recurrente, y por ello crearon el término “*queerbaiting*” para darle nombre.

Cuando las audiencias LGBT identifican el *queerbaiting*, saben que el subtexto ya no es justificable, no es una herramienta para evitar repercusiones negativas, no se ve como

algo “necesario” sino que empieza a verse como una discriminación, una consideración del colectivo como “lo otro”, como algo que incomoda al público mayoritario y que por lo tanto no puede mostrarse de forma explícita.

Entonces, surge la pregunta, ¿por qué introducir si quiera un subtexto homoerótico si se le tiene tanto miedo a incomodar a una parte del público heterosexual?, la respuesta es sencilla: se estaba empezando a ver un nicho de audiencia muy prometedor. La sociedad se encuentra entonces en un punto muy ambiguo, sigue habiendo rechazo hacia el colectivo LGBT, pero también hay una gran aceptación, y sobre todo, un colectivo que cada vez conseguía coger más fuerza y ser más visible. Era bien sabido que mucha gente estaba dispuesta a consumir contenido con personajes LGBT, pero sobre todo había un colectivo desesperado por hacerlo, lo que abría la posibilidad de atraer a más audiencia, concretamente un tipo de audiencia muy pasional y activa en redes, lo que podía significar también una mayor promoción. Pese a esto, era más sencillo mantenerse en la seguridad que otorga la normatividad. Es interesante mencionar que el interés de las productoras en atraer audiencias LGBT de forma consciente, crece al mismo tiempo que cuando, a partir de 2010, empiezan a consolidarse movimientos críticos dentro del propio colectivo, que se quejaban de la mercantilización de eventos como el Orgullo y de cómo las marcas se estaban empezando a lucrar a costa del colectivo, naciendo así la denominación de Orgullo crítico (Elorduy. P, 2019).

Es por esto que, viendo el posible beneficio, las productoras intentan encontrar una solución que aborde este nuevo terreno, uno en el que el contenido pueda interesar por igual a una audiencia heterosexual y a la audiencia LGBT, por lo que la solución de cara a esto fue el subtexto. Se podría considerar que el *queerbaiting* basado en el subtexto se hizo de cara al público heterosexual, pensando en no incomodarles y en intentar de forma discreta atraer a audiencias LGBT.

Por lo tanto, este primer *queerbaiting* empieza a tener lugar usando como herramienta única la estrategia narrativa del subtexto homoerótico, y no se limita a un canal, productora o país, crecerá para ser un fenómeno generalizado, sobre todo a nivel occidental y en producciones comerciales (Nordin, 2015).

En definitiva, lo que se argumenta en este primer tipo de *queerbaiting*, es que siguiendo los cánones establecidos en cuanto a relaciones románticas en ficción, los casos de *queerbaiting* cumplen con sus mismas características, pero no tienen el mismo resultado,

es decir, los gestos, conversaciones, situaciones etc, que cuando se ven entre dos personajes heterosexuales suelen resultar en tramas de amor romántico, no se aplican cuando se trata de dos personajes del mismo sexo, por lo tanto, lo que en una situación se convierte en los preámbulos de la consagración amorosa, en otra se queda en algo anecdótico, que poco a poco va alimentando un subtexto romántico que nunca se lleva más allá, pero consigue mantener a la audiencia LGBT enganchada a la espera de que se resuelva de la forma esperada.

7.3 EL *QUEERBAITING* ACTUAL, UN NUEVO MODELO.

En este punto se va a tratar el cambio de dinámica y de forma que experimenta el *queerbaiting* a partir del año 2015 hasta la actualidad, reseñando en todo momento que pese a que estas nuevas dinámicas tengan algún ejemplo anterior a la fecha señalada, se quiere hacer hincapié en un punto concreto a partir del cual no solo se encuentran ejemplos de ello, sino que se convierten en la tónica general del *queerbaiting*, suponiendo un cambio drástico desde el establecimiento del término allá por el 2010.

El contexto social, una vez más, se encuentra en sintonía con los acontecimientos que refieren al *queerbaiting*. Si durante la década anterior se había dado una aceptación progresiva hacia el colectivo LGBT, alrededor de 2015 este hecho se dispara y comienza también un período de normalización. Por otra parte, el colectivo LGBT empieza a ser en vista de las marcas un producto muy apetecible, dando pie a la moda del denominado *pinkwashing* o capitalismo rosa, que pone nombre a la mercantilización de eventos en principio reivindicativos y el aprovechamiento de la comunidad LGBT y sus símbolos para ganar rédito económico.

Como es lógico, en una situación así, ya no es necesario que los personajes LGBT en ficción pasen desapercibidos, de hecho, a partir de este momento se van a convertir en un reclamo de audiencia muy valioso. Tanto es así, que el *queerbaiting* deja de hacerse de cara a la audiencia heterosexual y pasa a hacerse más enfocado en el propio colectivo, lo que antes intentaba que los personajes LGBT se encontrasen en un plano subtextual para no incomodar a ciertas partes de la audiencia, ahora les va a poner precisamente en el punto de mira, utilizándolos de forma muy explícita para llamar la atención y atraer a la audiencia LGBT con un cebo “real”, a pesar de que seguirá siendo eso, un gancho para

atraer a la audiencia de forma rápida y poder deshacerse del mismo cuando se haya conseguido. Esto no solo ayuda a atraer a la audiencia LGBT de forma más rápida, sino que, además, al descolgarse del *queerbaiting* habitual, se consigue que incluso algunos de los propios miembros del colectivo no reconozcan que se está llevando a cabo.

Así como ‘Supernatural’ y ‘Merlín’ son las series que detonaron la aparición del *queerbaiting* como concepto, hay una ficción americana que hace el mismo papel, detonando este cambio de dinámicas. Se trata de la serie ‘Los Cien’ (The 100; CW: 2014-) concretamente, de la pareja conocida como *Clexa*, formada por Clarke y Lexa, que tuvo una repercusión a niveles que no se habían visto antes en el ámbito LGBT, sin tener nada que ver con el subtexto. En este caso se confirmó su idilio amoroso de forma explícita en pantalla, justo antes de la muerte de uno de los personajes, el *queerbaiting* entonces reside en el cliché *Dead Lesbian Syndrome*, que en circunstancias normales podría haber sido solo eso, un nombre más en la lista, pero por diversas razones que se explicarán en el punto dedicado a esta serie, fue considerado como un caso de *queerbaiting*.

A todas luces, las características de este caso no encajan con las definiciones extendidas del término, que hablan de subtexto que no se confirma, pero es lógico proponer este caso como detonante de un nuevo modelo *queerbaiting*, ya que siguiendo adelante en el tiempo, la mayor parte de series de creación actual usan patrones parecidos al caso Lexa, una representación LGBT explícita, fuera de toda duda, que se usa de forma negligente para atraer a dicha audiencia aun sabiendo que no va a terminar satisfecha.

Estas nuevas formas de llevar a cabo el *queerbaiting* se van a analizar a fondo en los puntos siguientes, pero como introducción se puede hablar de que tienen mucho que ver con los elementos paratextuales, que son por lo general la herramienta que se va a usar para crear expectativas respecto a una potencial representación que pese a que en la mayoría de los casos va a llegar a existir, no va a cubrir dichas expectativas previamente generadas, y no va a aportar nada a la lucha por una representación positiva y normalizada.

8. SITUACIÓN DE LA REPRESENTACIÓN *QUEER* EN LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS.

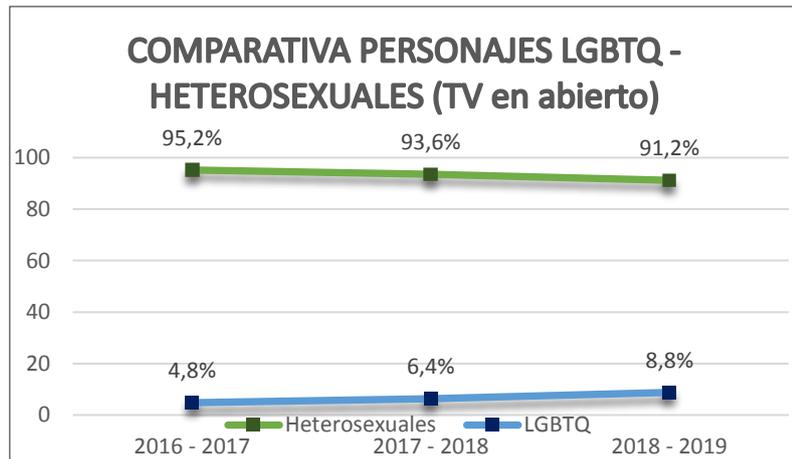
En este apartado, se va a recopilar la información sobre representación LGBTQ que ofrecen los informes anuales de GLAAD “*Where are we on TV*”. Estos informes se crean

teniendo en cuenta personajes LGBTQ que sean regulares o recurrentes, en series de televisión estadounidenses, originales y emitidas en *primetime*, esto se refiere tanto a canales en abierto y por cable y a plataformas de *streaming*. Se van a recopilar datos de los informes correspondientes a los años 2016, 2017, 2018 y 2019, teniendo en cuenta que se redactan atendiendo a las temporadas televisivas, no a años naturales, por lo que cada informe comprende desde el 1 de junio de un año, al 31 de mayo del siguiente.

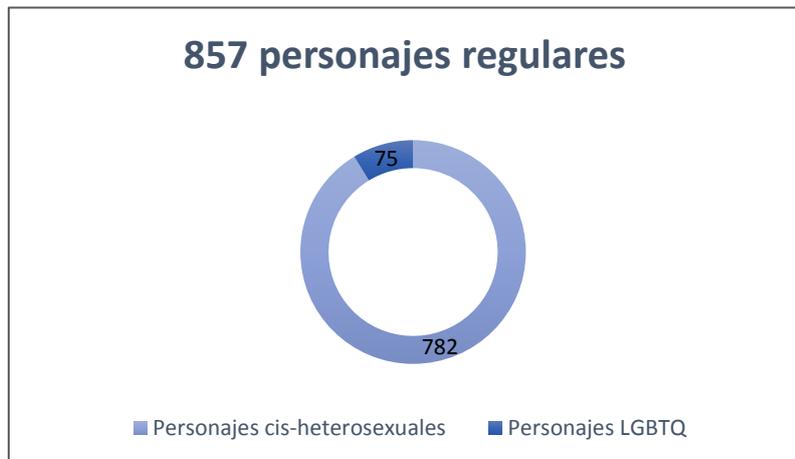
El objetivo de recopilar estos datos reside en su utilidad para ayudar a entender las demandas del colectivo LGBTQ, y poder analizar la situación en la que se encuentra la representación, y su relación con el *queerbaiting*. La influencia a nivel global de las series de producción estadounidense es evidente, por lo que estos datos son muy significativos pese a limitarse al ámbito de EEUU.

8.1 DATOS

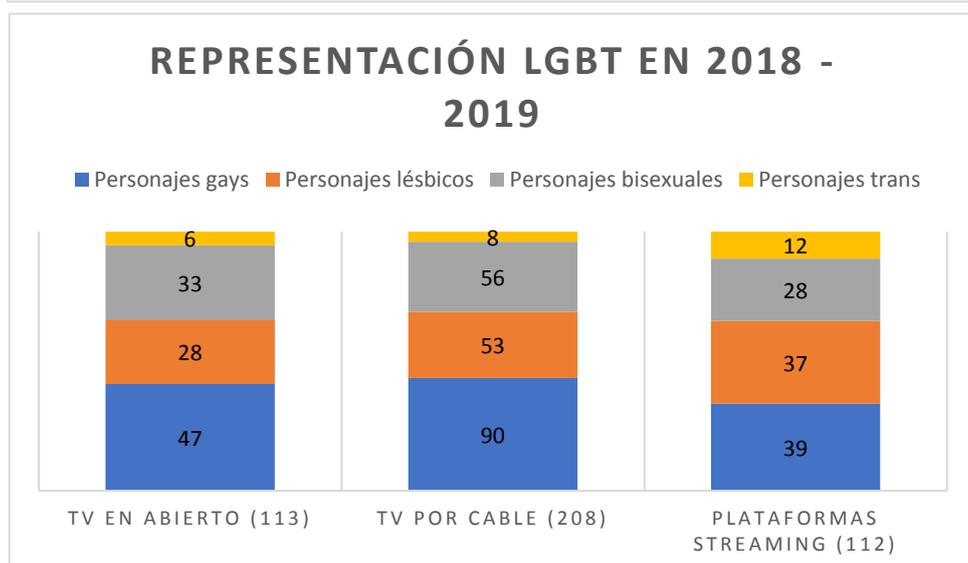
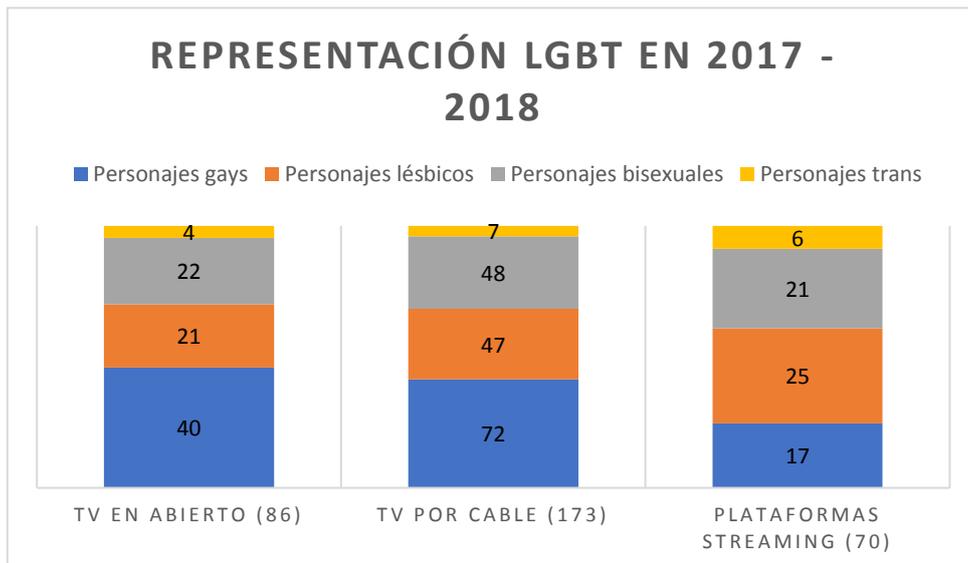
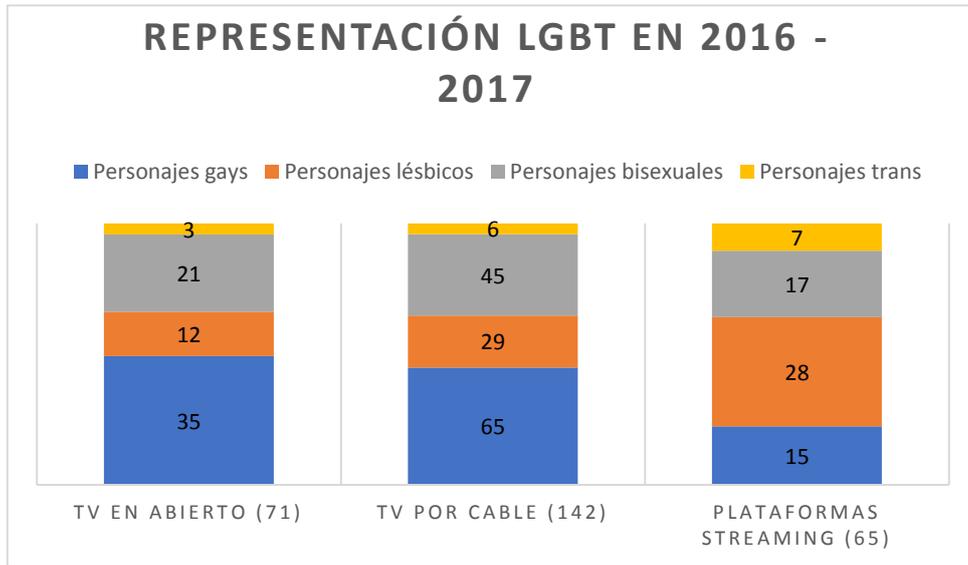
Este gráfico ofrece la comparativa, en forma de porcentaje, entre personajes LGBTQ y heterosexuales en series de TV en abierto durante las tres últimas temporadas televisivas.



En línea con el gráfico anterior se puede ver el reparto de los 857 personajes regulares, en personajes LGBTQ y heterosexuales, pertenecientes a series de televisión en abierto durante la temporada televisiva 2018-19.



En los siguientes gráficos, se representa la variedad de representación que ofrecen cada uno de los tres medios estudiados, durante las últimas tres temporadas televisivas.



8.2 CONCLUSIONES.

Las conclusiones que se pueden obtener a través de estos datos ofrecidos por GLAAD son claras. En primer lugar, es evidente la enorme desigualdad entre la cantidad de personajes heterosexuales y cisgénero, y los personajes parte del colectivo LGBTQ, siendo este segundo grupo muy inferior en cuanto a cantidad especialmente en televisión en abierto.

El streaming, en línea con su carácter más moderno, es el medio que mejores datos de representación ofrece, teniendo en cuenta no solo la cantidad sino también la calidad, ya que el streaming es el espacio que mejor reparte sus personajes LGBTQ en los diferentes espectros que comprenden el colectivo, ofreciendo más variedad y superando la supremacía de los personajes masculinos gays que suele verse en la televisión en abierto, y en menor medida, en la televisión por cable.

Pese a que los personajes LGBT tienden a ser más numerosos cada año, este proceso avanza de forma muy lenta, en parte, por el hecho de que las producciones tienen recelo a incluir “demasiados” personajes LGBT y en la mayoría de casos, suele haber un personaje secundario (y en pocas ocasiones protagonista) perteneciente al colectivo, pero no más. La tendencia con este tipo de representación no es mantener los personajes LGBT de manera estable y a partir de ahí añadir alguno más, sino que, en muchos casos, hasta que no desaparece uno de ellos, no aparece otro, por este motivo, hay años en que los porcentajes de alguno de los grupos decae de forma drástica o aumentan de forma brusca, porque la estabilidad en los personajes LGBT es un asunto todavía pendiente. Además, los personajes cis heterosexuales, al ser normativos, tienden a disfrutar de la mayoría de papeles protagónicos, y por ende tienen recorridos mucho más longevos dentro de las series, ya que es más difícil que desaparezca un personaje principal a que lo haga uno secundario, como los que suelen ser asignados a los personajes LGBT en su mayoría.

Estos hechos están relacionados con el *queerbaiting*, en cuanto a que esta dinámica de cambios y poca duración en los personajes LGBT, en muchas ocasiones tiene detrás un caso de *queerbaiting* en el que la intención no era ofrecer una representación duradera y normalizadora, sino atraer al público LGBT por intereses económicos.

Por otra parte, los mejores números en cuestión de representación, los tienen la televisión por cable y el streaming (ambos obtienen ganancias del pago de los usuarios y no

dependen tanto de anunciantes y/o audiencias generales). Esto es un indicador de que sigue existiendo cierto miedo por parte de las cadenas más expuestas al público a que la representación LGBT no sea bien recibida y esto repercuta en los anunciantes como muchas otras veces. Otra muestra más de ello, es el porcentaje de personajes trans en las plataformas de streaming, siendo por lo general el lugar donde más representación obtienen, lo que supone que, la parte del colectivo más estigmatizada a día de hoy, obtiene sus mejores registros de representación en plataformas que dependen exclusivamente del pago de suscripción de sus usuarios, y pueden permitirse ofrecer contenido a nichos más concretos sin depender de la opinión pública de forma tan directa. Además, este contenido no se emite en televisión, se ve en la red y bajo demanda, lo que supone un entorno más hermético en el sentido de que solo ve el contenido quien de verdad está interesado.

El mayor equilibrio entre los espectros LGBT representados y la mayor cantidad de personajes que en la tv en abierto, hace pensar que se tiene mucha más libertad a la hora de mostrar realidades no normativas cuando no se depende de anunciantes que puedan determinar su inversión a través de la opinión de un público más mayoritario, que estadísticamente estará formado por personas ajenas al colectivo LGBT. Todos estos datos, muestran que la heteronormatividad sigue muy presente en nuestra sociedad, lo que a su vez permite que se siga llevando a cabo el *queerbaiting* y condiciona los contenidos que se emiten en televisión. Además, con los datos en la mano se entiende más fácilmente la vehemencia del colectivo a la hora de reclamar una representación no solo más numerosa sino también más variada y positiva y la desesperación por ver cualquier contenido con el más mínimo atisbo de representación en él, lo que facilita el uso de esta audiencia para el *queerbaiting*.

9 ANÁLISIS PROPIO DEL NUEVO *QUEERBAITING*.

En este punto se va a analizar el comportamiento y las características de la audiencia LGBT, su relación con el *queerbaiting* y su atractivo como audiencia, así como las nuevas formas de *queerbaiting* actuales (desde 2015 hasta ahora) y por último y en base a lo anterior, la importancia de ampliar la definición del término.

9.2 EL COLECTIVO LGBT COMO AUDIENCIA.

A día de hoy el poder que puede llegar a ejercer la audiencia sobre las series que sigue es evidente, ya que con las redes sociales es muy sencillo hacer llegar a productoras, guionistas, directores etc las opiniones, deseos y quejas de los fans. Es especialmente llamativo en el caso de la audiencia LGBT, que, muy consciente de la plataforma tan potente que supone la televisión para desempeñar un papel normalizador, y sumado a su carácter reivindicativo, lleva a cabo campañas muy eficientes que son casi imposibles de ignorar.

Además, es relativamente fácil llamar la atención de esta audiencia, ya que son espectadores acostumbrados a tener que estar atentos para reconocer subtextos y posible química entre personajes no relacionados románticamente, por lo que cualquier detalle puede atraer a una gran cantidad de público LGBT aunque la calidad no sea la mejor o no exista nada de forma explícita (Doty, 1993).

Por otra parte, la desesperación por encontrar representación que suele estar presente en la audiencia LGBT, les otorga un carácter muy activo, lo supone para las productoras una ventaja cuando consiguen tenerla de su parte, ya que cuando están satisfechos con la representación ofrecida, se toman muy en serio la función de “proteger y cuidar”, para recompensar y agradecer de alguna manera ese trabajo, lo que suele resolverse con más promoción para la serie y críticas positivas por parte de los medios.

Así, al tener que luchar por una representación igualitaria de forma constante, esta audiencia siempre está dispuesta a crear campañas que salven sus representaciones favoritas en caso de verlas peligrar, y por el contrario, también están dispuestos a “castigar” con campañas negativas a las series que consideran han perjudicado gravemente la representación y al colectivo.

Entre los casos más recientes y más evidentes actualmente se encuentra la renovación de la serie *Día a día* (One Day At a Time, Netflix: 2017-). Netflix anunció el 14 de marzo de 2019 la decisión de no renovar la serie por una cuarta temporada debido una teórica falta de espectadores, pero los fans, la mayoría pertenecientes a grupos minoritarios y especialmente las audiencias latinas y LGBT, que encuentran una representación muy positiva en la ficción, se pusieron manos a la obra para cambiar la situación. Pusieron a Netflix en una situación bastante comprometida, cuestionando el compromiso social del

que tanto presumía la plataforma, y empezaron campañas constantes en medios como twitter, con el hastag #SaveODAAT, con la intención de llamar la atención de cadenas de televisión para que comprasen los derechos de la serie, y los medios de comunicación se hicieron eco de esta campaña. De esta forma, después de tres meses de lucha constante por parte de la audiencia, la cadena de televisión Pop TV se interesó en comprar la serie, y pese a la negativa inicial, Netflix acabó cediendo tras la presión de los fans y habrá cuarta temporada de la serie en 2020 producida por *Sony Pictures TV* y emitida en Pop TV.

Netflix, entre la espada y la pared por la cancelación de una serie

• Quisieron ir de 'colegas' de los espectadores y el tiro les está saliendo por la culata

Titular de La Vanguardia en un artículo sobre la cancelación de One Day at a Time.



Titular de una noticia de NBC News sobre la campaña de los fans que logró salvar la continuidad de la serie en otra cadena de TV.

Un caso parecido ocurrió con *Sense8* (Netflix, 2015-2018), esta serie se convirtió rápidamente en algo muy parecido a una serie de culto para muchos, debido al nivel de representación que se incluía en ella y a la manera tan innovadora de ofrecerla, con tramas arriesgadas, escenas muy poco vistas en series de televisión, y un elenco de actores de lo más multicultural.

El nivel de producción de la serie, encabezada por las hermanas Wachowski (*Matrix*), era en consecuencia muy alto, conllevando a su vez un coste elevadísimo, por lo que Netflix

decidió el 2 de junio de 2017, después del estreno de su segunda temporada, no renovarla y dejar la historia sin un final.

Netflix deja los suscriptores a medias al cancelar Sense8 sin un final

• Los costes parecen tener la culpa

Titular del periódico La Vanguardia en una noticia sobre la cancelación de Sense8.

Las reacciones de todo tipo de público no se hicieron esperar, ya que una serie con semejante nivel en todos los aspectos estaba siendo cancelada y no solo eso, se quedaba sin un final que cerrase las tramas, por lo que comenzó un gran movimiento para conseguir renovar la serie, o en su defecto, alguna solución para que un producto de tanta calidad acabase con un final a la altura.

Las campañas bajo los hashtags de #RenewSense8 y #BringSense8Back adquirieron tal volumen de apoyo a nivel mundial en pocos días, que Netflix tuvo que hacer un nuevo comunicado, afirmando que apreciaban el esfuerzo, pero que no podían ofrecer otra temporada más de la serie.

To our Sense8 family...

We've seen the petitions.

We've read the messages.

We know you want to #RenewSense8,
and we wish we could #BringBackSense8 for you.

The reason we've taken so long to get back to you is because we've thought long and hard here at Netflix to try to make it work but unfortunately we can't.

Thank you for watching and hope you'll stay close with your cluster around the world.

#Sense8Forever

Comunicado oficial en el perfil de Sense8 en Tumblr, 2017.

Finalmente, el 29 de junio de 2017 Lena Wachowski publicaba un comunicado que daba a conocer la noticia, la serie no iba a ser renovada, pero se había conseguido un episodio final de dos horas de duración que diese a la serie un final a la altura de su impacto y

recorrido.

SERIES >

Netflix cede ante los fans y dará un final a la cancelada 'Sense8'

La plataforma anuncia que rodará un especial de dos horas para finalizar las tramas de los personajes

Titular del periódico El País en una noticia sobre el capítulo final de Sense8.

En el espectro contrario, encontramos a *Los Cien* (The 100, CW: 2016-) una serie que cuenta con una protagonista bisexual a la que le introdujo como interés amoroso otro personaje femenino y lésbico, lo que supuso una gran noticia para la audiencia LGBT. Pero como muchas otras veces, el personaje lésbico se unió a la larga tradición del cliché *Dead Lesbian Syndrome*, lo que la audiencia no perdonó al sentirse traicionada, y por lo que castigó a la serie con una campaña mediática negativa, que tuvo impacto en los medios, llegando a incluso a algunos como la BBC o NBC y consiguiendo que la serie registrara sus peores datos de audiencia de toda la temporada en los capítulos siguientes y un aluvión de críticas muy contundente.

Cómo perder el 12% de tus fans con un episodio

• El creador de 'Los 100' enfurece un sector de la audiencia en la mayor polémica televisiva desde #LodeGlenn de 'The walking dead'



Artículo de La Vanguardia sobre la repercusión negativa de la muerte de Lexa.

En definitiva, se puede concluir que la audiencia LGBT es una audiencia muy activa y con capacidad organizativa, que está acostumbrada a reivindicarse y a conseguir que sus mensajes sean escuchados y difundidos, siendo todo esto características muy apetecibles para las productoras y cadenas de televisión siempre que lo tengan a favor, por lo que puede decirse que genera un gran interés el poder atraer a la audiencia LGBT como público.

9.2 NUEVAS ESTRATEGIAS DE QUEERBAITING.

Como se ha estado comentando durante el trabajo, el *queerbaiting* ha experimentado un cambio progresivo, al igual que la situación del colectivo LGBT dentro de la sociedad, y en este apartado se va a explicar en detalle qué nuevos mecanismos de actuación y características ha desarrollado el *queerbaiting*.

Existen en televisión y cine ciertos cánones asociados al amor romántico entre personajes, por este motivo, el *queerbaiting* se suele identificar por parte de la audiencia a través de la intertextualidad compartida con muchas otras piezas audiovisuales que han establecido ya unos estándares para identificar cuando es posible que dos personajes vayan a tener una relación romántica o afectivo sexual. Uno de los ejemplos más claros del funcionamiento de estos cánones establecidos en la cultura audiovisual es el cliché “*enemies to lovers*”, una dinámica explotada hasta la saciedad en toda clase de contenido romántico, y que, entrando en materia de *queerbaiting*, se usa especialmente en los casos de parejas entre mujeres, usando la tensión de la enemistad para añadir tintes de tensión sexual, que dan a entender la posibilidad de este paso hacia el amor romántico (como suele ocurrir en parejas de diferente género) y enganchan a la audiencia LGBT, para finalmente dejar la relación en una eterna promesa.

Es por esto que, los canones preestablecidos habían ofrecido siempre la clave para identificar situaciones de *queerbaiting*. Cuando siguiendo estos cánones una relación entre personajes del mismo sexo no se llevaba a cabo bajo las mismas condiciones, se presuponía un indicio de *queerbaiting*, debido a que los cánones funcionarían de una manera determinada en una pareja heterosexual, y de otra en una pareja homosexual.

Esta lógica ha servido durante años para identificar el *queerbaiting* del subtexto, pero a día de hoy, aunque sigue siendo una forma importante de *queerbaiting*, ya no es la principal, y ceñirse a esto para concluir si existe o no sería dejar impunes nuevas formas de llevarlo a cabo que han podido surgir a través de la mejora de la situación LGBT a nivel social y a la importancia creciente de las redes sociales.

Estas mejoras sociales y la cada vez mayor aceptación de las personas LGBT, han permitido que para hacer *queerbaiting* se pueda usar un abanico mucho más amplio de recursos más allá del subtexto, con herramientas mucho más explícitas y claras.

En primer lugar, y sustituyendo al subtexto como herramienta más importante y recurrente para generar *queerbaiting*, se encuentran los paratextos oficiales, especialmente el contenido promocional y los comentarios del equipo en redes (Eve Ng, 2017). Este hecho es posible no solo por los cambios a nivel social, sino también por la aparición de las redes sociales y su uso e importancia a nivel global, ya que los elementos paratextuales son capaces de generar *queerbaiting* debido a que el contenido se difunde

a través de ellas, adquiriendo por ello una especie de relevancia capaz de convertirlo en posteriores lecturas *queer*.

Cabe destacar, que estos paratextos son relevantes en cuanto a que vienen directamente de la fuente “oficial”, es decir, tienen capacidad de generar lecturas o expectativas porque se entiende que tanto el material promocional como los comentarios del equipo provienen desde dentro de la ficción, interpretándose como un añadido más al contenido emitido.

En cuanto a los paratextos oficiales, se van a dividir en dos tipos, para explicar el uso que se les da. El primer tipo de elemento paratextual son los materiales promocionales, ya sean los tráileres, posters, avances, fotografías promocionales etc, y el segundo, serían los comentarios por parte de la producción, el contenido no audiovisual que genera el propio equipo, ya sea a través de redes sociales (comentarios, respuestas a fans etc), o a través de declaraciones en entrevistas en diferentes medios.

A diferencia del subtexto homoerótico, que al darse ya dentro de la propia trama no necesita nada más para crear *queerbaiting*, estos elementos necesitan estar acompañados de algún tipo de contenido en la ficción que rompa con las expectativas en ellos generadas o con las lecturas *queer*.

El contenido promocional ha cobrado una importancia vital para entender las series, ya que la audiencia está constantemente en busca de él, analizándolo para sacar conclusiones, y debido a las redes, es mucho más fácil compartirlo, por lo que gran parte del *queerbaiting* actual, viene de la mano de las falsas expectativas que pueden generar estos elementos, con imágenes sacadas de contexto o pensadas para ganar la atención de la audiencia LGBT. Esto se va a explicar de forma práctica en los casos de estudio basados en la serie *Riverdale* (The CW: 2017-) y *Primero Bésame* (Kiss Me First, Netflix: 2018-), ya que son los ejemplos que mejor reflejan el uso de este tipo de elementos para generar *queerbaiting*.

Los elementos paratextuales no audiovisuales, que no son más que los comentarios por parte de la producción, son una de las formas más sencillas de *queerbaiting*, siendo cada vez más común que directores, productores, guionistas etc tengan perfiles oficiales en las redes sociales y se comuniquen con su público a través de ellas. Solo se necesita un comentario y posteriormente, un contenido decepcionante, que demuestre que las expectativas generadas por esas palabras eran intencionadamente falsas. Es decir, un comentario en redes sociales de alguien del equipo que genere ciertas expectativas a la

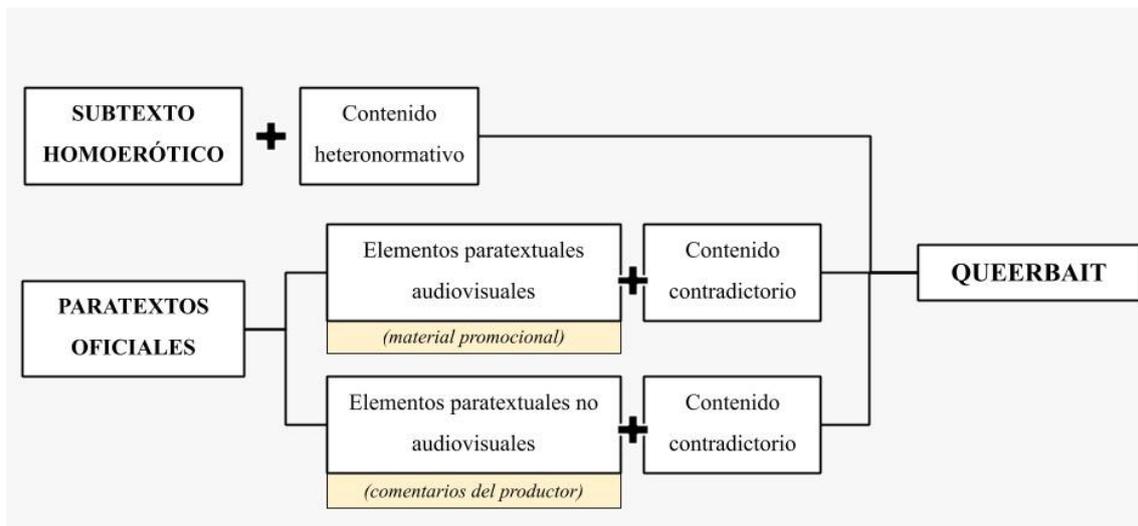
audiencia LGBT de forma clara, sería considerado *queerbaiting* si más adelante, el contenido de la serie demuestra que, pese a tener conocimiento sobre lo que iba a ocurrir, se hicieron comentarios que indicasen todo lo contrario para seguir manteniendo a la audiencia LGBT enganchada al contenido.

En estas situaciones, las formas principales que se unen al contenido paratextual para generar *queerbaiting* son lo que se va a tratar en este trabajo como “diferenciación negativa”, los clichés narrativos como *Bury your gays* o *Dead Lesbian Syndrome* y la heteronormatividad (en los casos en los que se ignora por completo la lectura *queer* generada).

El primer concepto viene a describir un tratamiento diferencial a las parejas homosexuales entre las diferentes plataformas, es decir, darles una promoción en redes al mismo nivel o mayor que a las parejas heterosexuales, generando grandes expectativas entre el público LGBT, pero no hacer justicia a ese nivel de uso promocional en las tramas de la ficción. En resumen, es un término que explica el hecho de que las parejas homosexuales no reciban el mismo trato dentro de la serie, pero sí en las redes, aprovechando la presencia que tiene la audiencia LGBT en ellas.

Por otra parte, los clichés narrativos de *Bury your gays* y *Dead Lesbian Syndrome* se convierten en otra herramienta de *queerbaiting* cuando se ha hecho creer a través de declaraciones, entrevistas, respuestas a fans en redes sociales etc, que el personaje afectado estaba a salvo y no iba a sufrir el final más temido y sufrido por la audiencia LGBT. Como se explicaba al principio, este hecho por sí mismo, la muerte de un personaje LGBT como tal, no supone un caso de *queerbaiting*. En circunstancias normales, se añadiría a la larga lista de personajes acabados con este cliché, pero en el momento que se produce algún comentario o declaración que intente calmar las sospechas de los fans respecto a esto, es decir, cuando se da algún “engaño” previo por parte de la productora y su equipo, que afirma todo lo contrario, un caso más de muertes LGBT en ficción se convierte en un caso de *queerbaiting*.

Como ejemplo de estos dos tipos de *queerbaiting* se va a tratar el caso más reciente, de la novela mexicana *Amar a muerte* (Las estrellas TV: 2018-2019) y el caso más relevante de los que se van a tratar, el de Los Cien (*The 100*; CW, 2015-). En el esquema siguiente, se representa de forma muy resumida y concisa las formas de *queerbaiting* de las que se habla en este punto.



9.3 NECESIDAD DE AMPLIAR LA DEFINICIÓN DE “QUEERBAITING”.

Una estrategia mediante la cual, guionistas y cadenas de televisión intentan ganar la atención de los espectadores *queer* vía guiños, bromas, gestos y simbolismo que sugiere una relación homosexual entre dos personajes, para después negarla enfáticamente y reírse de esa posibilidad. (J. Fathallah, 2014)

Tomando toda la información anterior en cuenta, queda claro que tanto esta definición de Fathallah como todas las que comparten el mismo contenido, no se adecuan al momento que vive el *queerbaiting*, pero a pesar de ello, es lo que los académicos y el público en general entienden como tal. Las incongruencias no son simplemente a nivel teórico, sino que una gran parte de académicos y, la mayoría de la audiencia LGBT, lleva varios años considerando *queerbaiting* a casos que quedan totalmente fuera del término según esta definición.

Esto provoca que, los casos menos evidentes, ambiguos o polémicos, puedan en muchas ocasiones desentenderse de serlo, basándose en que no tienen nada que ver con lo que dice la definición más extendida. Por este motivo, es de suma importancia regenerar la definición, ampliarla hasta ciertos extremos para que incluya las nuevas posibilidades que ofrece el contexto actual para llevarlo a cabo, ya que, de no ser así, cada vez son más los

casos en los que mucha gente es capaz de defender casos de *queerbaiting* argumentando que la definición queda muy alejada de los mismos.

Más allá de la incongruencia que supone que la definición de algo no defina realmente al propio término de forma correcta, este hecho tiene consecuencias que van más allá y son sin duda más graves, ya que provoca discusiones internas en el colectivo, desacredita externamente el *queerbaiting* y se genera una situación que impide denunciar estos casos de forma eficaz para poder seguir en la lucha por una representación LGBT más justa e igualitaria.

10 CASOS DE ESTUDIO.

Para mostrar con ejemplos prácticos y claros las nuevas formas de *queerbaiting* actuales, se han seleccionado los siguientes casos de estudio, que reflejan a la perfección la realidad actual de *queerbaiting* y las diferentes formas en las que se puede dar. Hay que destacar que cada uno de estos casos tiene un interés especial y recoge detrás una gran cantidad de personas parte de la audiencia que han identificado estos casos como *queerbaiting*.

Ninguno de estos casos está basado enteramente en el subtexto, por ello, hay ejemplos con mayor relevancia o recorrido (*Swan Queen*, *Faberry* etc) que no han sido seleccionados porque considero que es una forma de *queerbaiting* asimilada y perfectamente reconocible, al contrario que los casos escogidos, que como se ha dicho anteriormente, tienen especial interés por sus nuevos métodos de actuación.

10.1 LEXA, *THE 100* (THE CW: 2014-)

Sinopsis: Situada 97 años después de una guerra nuclear que ha destruido la civilización, los supervivientes de una nave espacial, que han sobrevivido durante tres generaciones en el espacio, envían 100 delincuentes juveniles "para testear" las condiciones de la Tierra, con la esperanza de eventualmente volver a poblar el planeta. El grupo de jóvenes tratará de sobrevivir en un entorno desconocido y hostil a pesar de las brechas que se abren entre ellos, unos partidarios de seguir en conexión con la nave, otros a favor de empezar de cero sin depender de nadie. Mientras, en la nave, las luchas por el poder político se recrudecen, llevando a los dirigentes a situaciones extremas y difíciles decisiones (Filmaffinity).

Como se comenta en el punto anterior, este caso gira en torno a la muerte de un personaje lésbico en 2017, Lexa, que supuso un shock para la audiencia debido a todos los

comentarios que habían hecho muchos componentes del equipo de la serie asegurando lo contrario. Es un caso especialmente relevante y supone un punto de inflexión en todo el ámbito del *queerbaiting* por diferentes razones, por lo que es conveniente explicar el caso con mayor detalle.

En 2014, la cadena de televisión estadounidense The CW emitió el primer capítulo de Los Cien (*The 100*), pero no fue hasta el 25 de febrero de 2015 cuando esta serie se convirtió en una auténtica revolución para la representación LGBT del momento.

En el capítulo 14 de la segunda temporada, emitido en dicha fecha, la protagonista Clarke Griffin compartía un beso con uno de los personajes más carismáticos de la serie, Lexa, y esto no solo suponía un beso entre dos mujeres, era mucho más que eso, ya que ambas tenían papeles casi heroicos, muy protagónicos y se alejaban completamente de lo que estaba visto en cuanto a personajes LGBT. Recapitulando, hablamos de una serie emitida en *primetime*, de ciencia ficción, que no solo estaba protagonizada por una mujer, sino por la primera mujer protagonista bisexual de la cadena, y que tenía un interés amoroso encarnado en un personaje como Lexa, la líder de todo un pueblo de guerreros siendo mujer y lesbiana. En definitiva, la audiencia LGBT (especialmente las mujeres lesbianas, bisexuales) encontró en esta serie un producto rompedor, que estaba ofreciendo papeles protagónicos en *primetime* a mujeres no heterosexuales con unas características y personalidades totalmente alejadas de cualquier estereotipo anterior, por lo que vieron necesario premiar este gran acontecimiento.

Conscientes de la importancia de esta representación que se estaba viendo en *The 100*, la audiencia LGBT se esforzó al máximo para agradecer que un producto tan *mainstream* estuviese ofreciendo cosas tan importantes a tantos niveles. Este esfuerzo sirvió para que muchos medios se hicieran eco del gran papel que estaba llevando a cabo la serie para la representación del colectivo, recibiendo todo tipo de alabanzas y críticas positivas, adquiriendo además una relevancia cada vez mayor.

The Show That's Breaking New Ground For Queer Representation

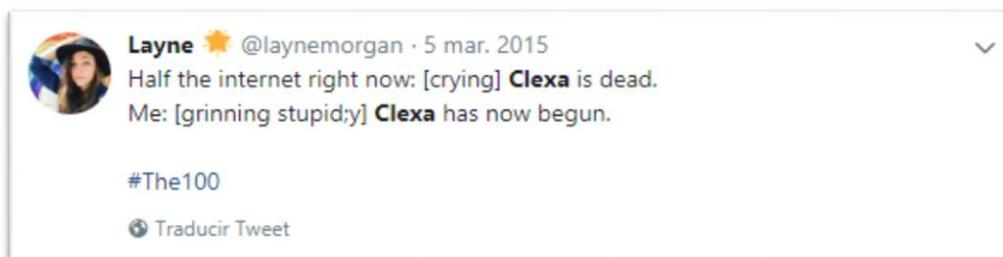
The CW's post-apocalyptic series *The 100* features characters with fluid sexual identities in a world without homophobia. Showrunner Jason Rothenberg spoke to BuzzFeed News about why his bisexual lead won't label herself. SPOILERS through the Season 3 premiere.

Posted on January 22, 2016, at 4:01 a.m.

Artículo de BuzzFeed sobre *The 100*.

Pese a esto, y conscientes del historial de muchos personajes lésbicos o bisexuales, los fans pronunciaron su preocupación, ya que, además, debido a la temática postapocalíptica de la serie y a la cantidad de muertes que se habían dado en ella, cada vez era más palpable la inseguridad del público respecto al futuro del personaje de Lexa. Esta inseguridad aumentó cuando al final de la segunda temporada traicionó a Clarke, provocando que muchos fans diesen por hecho que la relación iba a acabar ahí, y temiendo que el personaje no apareciese en la tercera temporada.

Aprovechando estos miedos de la audiencia LGBT, el *queerbaiting* sembró sus primeras semillas en la serie, que se recogerían más tarde con la muerte de Lexa, una muerte que desde la propia serie se habían encargado de hacer creer que no iba a ocurrir, o al menos no de forma tan repentina y poco coherente con el carácter heroico del personaje.



Tweets de dos miembros del equipo de The 100.

Después de esto, coincidiendo con el estreno de la tercera temporada y cuando ya se estaba rodando su último capítulo, el director Jason Rothenberg avisó en Twitter de que iban a estar grabando en las calles del centro de Vancouver (Canadá), y animó a la gente a ir hasta allí a ver el rodaje.



Tweet del director de la serie, Jason Rothenberg.

Lo que se pudo ver en el rodaje no dejaba lugar a dudas, tanto Lexa como Clarke estaban juntas y lo más importante, Lexa estaba viva, por lo que a partir de este punto todas las sospechas, dudas y miedos que se habían tenido respecto a la muerte de Lexa

desaparecieron por completo, y la audiencia LGBT se sintió segura y con la certeza de que esta vez iban a tener representación positiva para rato.

Lo que pasó en el séptimo capítulo de la tercera temporada ya es historia, y supuso un *shock* para la audiencia, ya que después de todas las palabras, las fotos del rodaje y las declaraciones, Lexa moría de forma inesperada en la escena inmediatamente posterior a su primer encuentro amoroso con Clarke. El equipo de la serie no solo creó falsas expectativas para hacer creer que Lexa no iba a morir, sino que la escena de su muerte contiene algunos de los clichés más dañinos de la historia de la representación LGBT y con los que esta audiencia ya estaba más que familiarizada. La bala perdida, la sensación de castigo, al ser alguien que desapruaba su relación con Clarke quién dispara, y el mensaje de que la primera vez que Lexa se deja llevar, tiene consecuencias nefastas (Pita, 2019).

La muerte de Lexa en circunstancias normales, sin *queerbaiting* de por medio, no habría supuesto un escándalo, porque pese a ser una de las favoritas del público, todo el mundo era consciente del riesgo que se corría en una serie postapocalíptica repleta de violencia y guerras. El shock y la incredulidad golpearon a la audiencia LGBT a raíz de, por una parte, la forma en la que se hizo, y por otra, las expectativas generadas conscientemente que trataban de tranquilizar a la audiencia de sus miedos hacia, precisamente, lo que acabó ocurriendo. Bajo todas estas circunstancias ocurrió algo que, si bien podía predecirse, adquirió una magnitud sin precedentes.

No se hicieron esperar la oleada de comentarios negativos y cargados de una indignación especialmente dolorosa a nivel personal para muchos, ya que en esta ocasión iba más allá de un personaje, se había usado deliberadamente a la audiencia LGBT, jugando con la preocupación de todo un colectivo que venía denunciando este trato por parte de la industria audiovisual.

Tras la rabia inicial, se centraron los esfuerzos generales en explicar por qué lo que había ocurrido era dañino, y se le dio un nombre, por lo que el conocimiento sobre *queerbaiting* se extendió de forma definitiva entre el colectivo, y empezó a darse a conocer



Artículo en la página web Inverse sobre el fenómeno Lexa.

de forma generalizada consiguiendo que pese a no ser un caso cercano a la definición, todo el mundo lo considerase como tal, provocando los primeros trabajos académicos que tenían en cuenta este hecho.

Además, medios alejados del entorno LGBT y muy reconocibles a nivel general (BBC, Forbes, Variety, EOnline, L.A Times etc) se hicieron eco de la noticia y de su efecto en la audiencia, lo que otorgó de forma definitiva una notoriedad sin precedentes a este caso, y terminó con el director admitiendo sus “errores”.

Fans revolt after gay TV character killed off

BBC TRENDING BBC Trending
What's popular and why
© 11 March 2016

f t e Share



Fans orchestrated the online protest to coincide with a new episode of the show.

Artículo de la BBC sobre las reivindicaciones de los fans

Los Angeles Times

ENTERTAINMENT & ARTS 'The 100' showrunner apologizes to fans for controversy over beloved gay character's death



Alicia DeMarum Curry, left, as Lena, and Elice Taylor as Clarke on the CW's 'The 100.' (Diyah Perva/The CW)

Noticia de Los Angeles Times sobre la carta de disculpa que escribió el director de la serie a sus fans.

LATEST ENTERTAINMENT & ARTS

MOVIES
'Black Panther II' release date announced. Here's what we know Aug. 24, 2019
MOVIES
New 'Star Wars Episode IX: The Rise of Skywalker' poster and footage revealed at D23 Expo Aug. 24, 2019
BOOKS
Q&A: Why Tugelo Hassman created 'gods with a little g' in Rosary, Calif. Aug. 24, 2019
BOOKS
Review: 'The Great Successor' paints a macabre portrait of Kim Jong Un Aug. 24, 2019

Los hashtags de apoyo, denuncia e indignación dejaron paso a donaciones masivas a organizaciones LGBT (*The Trevor Project*), a creaciones de webs especializadas en dar luz y denunciar la situación de la representación (*LGBTFans Deserve Better*), y a la organización de eventos que poco a poco se irían consolidando como referentes en convenciones de temática LGBT (*ClexaCon*). Además, el gran impacto de esta muerte y la grave situación de la representación lésbica durante ese año, empujó a componentes de la industria audiovisual a crear “*the lexa pledge*”, una iniciativa basada en la que se comprometían a hacerse cargo de la responsabilidad social respecto a los personajes y la audiencia *queer*.

El elemento que hace este caso tan destacable es en definitiva la unidad y el trabajo que se llevó a cabo, ya que gran parte de la audiencia LGBT dejó de lado los sentimientos más inmediatos sobre la muerte del personaje, y se centraron en convertirlo en un icono de lucha LGBT, en quitar el foco del caso en concreto y ponerlo en la problemática general de la representación en el audiovisual, en el *queerbaiting* y en la lucha. Por esto, el proceso de denuncia evolucionó de lemas como “Lexa deserved better”, y la campaña más importante dentro de todo este entramado se convirtió en “LGBT Fans Deserve Better”, dejando claro que Lexa era una “mártir”, un icono de lucha y el detonante a un gran problema que iba más allá de un solo personaje.



Fan arts con Lexa como icono reivindicativo.



Imagen de Lexa con algunos de los Trending Topics globales que ocupó el caso.

La denuncia salió también a las calles, y se trasladó la campaña de *LGBT fans deserve better* a marquesinas, posters gigantes, cartelera etc, con la intención de que esta preocupación saliese de su ámbito habitual y se trasladase a todo tipo de público.

De esta forma, algo que siempre había estado limitado a un grupo o colectivo de personas muy concreto, se expandió para mandar un mensaje claro; la tremenda importancia de una representación positiva y la existencia de una problemática real.

A partir de entonces, el resto es historia, ya que este caso ha sido objeto de estudio en numerosos trabajos de diferentes ámbitos, tanto de análisis de comportamientos de audiencias como en análisis de *queerbaiting*, y provocó una exposición pública del tema a niveles que eran desconocidos.

Con toda esta información, es evidente que el *queerbaiting* en este caso no tiene ninguna similitud con la mayoría de definiciones existentes, pero nadie puede dudar que lo sea por todo lo expuesto anteriormente. El hecho de que se produce un engaño consciente hacia la audiencia es claro y, además, se hace en diversas ocasiones y de distintas maneras, teniendo en común el uso de las redes sociales. Así pues, los paratextos oficiales no audiovisuales, en este caso los comentarios de los guionistas y el director desmarcando a la serie de los clichés LGBT y el tweet del director dando la localización en la que se



Carteles de la campaña #LGBTViewersDeserveBetter

estaba grabando el final de temporada, muestran de forma clara que estos elementos son una herramienta extremadamente eficaz para generar *queerbaiting*. Además, este es un claro ejemplo de que el *queerbaiting* puede darse desde algo tan simple como el subtexto o puede combinar varias formas de hacerlo, como los paratextos oficiales y el cliché *Dead Lesbian Syndrome*.

10.2 JULIANTINA, AMAR A MUERTE (Las Estrellas TV, 2018-2019)

Sinopsis: Amar a muerte se centra en la vida de tres hombres que mueren el mismo día: León Carvajal un magnate de negocios mandado a asesinar por su esposa y su amante para poder quedarse con su fortuna. Macario Valdés es un asesino a sueldo recluido en una cárcel de Estados Unidos de la cual le sentencian pena de muerte. Beltrán Camacho es un profesor antropología que muere en un accidente en carretera al perder el control de su camioneta y volcarse a un río. Estos hombres mueren el mismo día y sus almas se reencarnan en diferentes cuerpos. El alma del empresario revivirá en el cuerpo del asesino que fue ejecutado en una silla eléctrica, y por su parte, el alma del asesino renacerá en el cuerpo del profesor de antropología (Filmaffinity).

Este caso es el más ambiguo y difícil de detectar, ya que su mecanismo de *queerbaiting* es a partes iguales complejo y de más reciente aplicación, por lo que es un ejemplo relevante que convenía incluir en el trabajo pese a salirse del formato común al resto de ejemplos y tratarse de una telenovela diaria, para poder explicar esta perspectiva propia sobre un caso de *queerbaiting* que no demasiada gente está considerando como tal.

Lo peculiar del asunto, y señal inequívoca de un conflicto conceptual, es que muchas fans defendieron en su momento que este no era un caso de *queerbaiting* porque existe una representación real y un final positivo, sin embargo, repasando los comentarios del día de emisión del capítulo final, en las redes oficiales de la telenovela la mayoría de fans describieron sus sensaciones haciendo hincapié en que se sentían usados para conseguir más audiencia, pero que las parejas heterosexuales habían acaparado toda la atención.



Muestra de algunos comentarios en Twitter como respuesta al capítulo final de Amar a Muerte

Por lo tanto, se ve un claro conflicto entre la definición clásica y el *queerbaiting* actual, al nivel de que incluso cuando las fans sienten que lo que ha ocurrido no está bien, no lo reconocen como *queerbaiting*.

La herramienta que se defiende en este caso como causante del *queerbaiting* es un concepto propio al que he llamado “diferenciación negativa”, ya que no se encuentra algún otro término usado previamente para describir lo que se va a explicar a continuación. Este concepto viene a referirse a la situación donde una pareja del mismo sexo (generalmente con mucho potencial en redes sociales) copa una parte mayoritaria de

la promoción en redes sociales y es constantemente utilizada en ellas para conseguir impacto mediático, pero ve reducido su protagonismo en los capítulos emitidos en televisión en detrimento de parejas heterosexuales que no generan tanto interés en redes. Es decir, explica la diferencia negativa entre el trato de parejas y personajes LGBT a la hora de usarlos como promoción y enganche del público y el protagonismo y trato real que se da después en la producción correspondiente. Esto supone una vez más a utilizar a las parejas homosexuales como cebo para atraer a esta audiencia que se mueve especialmente en redes, y una vez esto se consigue, ofrecer algo que no alcanza para nada las expectativas generadas para no perder a una audiencia más conservadora por incluir “demasiado” contenido LGBT.

La diferencia principal de este concepto con el *queerbaiting* tradicional es que, aunque ambos comportan decepción respecto a las expectativas generadas, y un uso consciente del público LGBT, en la diferenciación negativa sí se produce una representación explícita. Esto se ve de forma clara en el caso de Juliantina, que al acabar la temporada lo hacen con un final “feliz” al conseguir mantener la relación, pero este hecho, no evita que gran parte de la audiencia LGBT haya expresado un sentimiento de decepción, manipulación y de haberse sentido utilizados.

Por tanto, lo que se trata aquí como *queerbaiting* no solo queda muy alejado de la definición más clásica y extendida, sino que crea una gran controversia dentro del propio colectivo, precisamente por esa incongruencia entre la definición y lo que ocurre en la ficción.

En primer lugar, hay que conceder a la telenovela el mérito que merece, ya que ha introducido una relación entre dos mujeres en un formato poco habitual para este tipo de situaciones, y pese a sus fallos, es un paso importante que debe ser valorado y criticado de forma constructiva para seguir mejorando este aspecto.

La historia de Juliana y Valentina (conocidas por el público como “Juliantina”) comenzó como algo casi revolucionario, y pese a que sus escenas eran siempre bastante comedidas, la audiencia LGBT agradeció inmensamente la iniciativa, por lo que, en un principio, se consideró un grandísimo paso adelante en la representación, especialmente teniendo en cuenta el formato diario y el *target*, que no es el que habitualmente consume historias LGBT, su emisión en *primetime* y el contexto social mexicano. Debido a esto, los fans mexicanos se propusieron que esta trama no pasara desapercibida y se encargaron de crear

un *hashtag* o frase corta cada día de emisión, para comentar el capítulo con ello y darle promoción a la historia al conseguir meterlo casi diariamente en los *trending topics* del país. Como la mayoría de contenido con representación LGBT, la historia no tardó en darse a conocer entre el colectivo fuera del país de origen, comenzando a expandirse a nivel internacional y consiguiendo mayor protagonismo en redes que la pareja principal (Formula TV, 2019).

A partir de aquí, la telenovela fue incrementando su audiencia, y comenzó a aparecer en algunos medios extranjeros como un nuevo fenómeno fan, apareciendo en portadas de revistas de renombre (Cosmopolitan), y consiguiendo nominaciones a premios (y ganándolos).

La atención que empezó a generar la pareja no pasó desapercibida para la productora, que al verse envueltos en esta espiral ascendente de relevancia, decidieron aprovechar el empujón que esto daba a la telenovela en general. Por ello, las redes sociales oficiales de la ficción empezaron a usar a la pareja como reclamo en una cantidad de contenido muy importante, llegando a un punto en el que se hablaba más de esta pareja que de la supuestamente protagonista, y además, el resultado era evidente al ver la cantidad de interacciones que generaban las publicaciones relacionadas con Juliantina y las que generaban el resto de contenido.

Con el tiempo, la trama se vio afectada por una cantidad ingente de drama, algo lógico teniendo en cuenta la naturaleza de la telenovela, lo que mantuvo a la pareja separada durante gran parte del tiempo, especialmente en la parte final de la temporada. Intentando ver el asunto con perspectiva, y aceptando el constante drama como una característica fundamental de este formato, los fans intentaron mantener la calma y no alarmarse ante esta falta de contenido de la pareja, ya que, además, vista la promoción que se le daba a Juliantina en los perfiles oficiales de la telenovela, todo apuntaba hacia un final de temporada épico para la pareja, conscientes de que era uno de los elementos que más relevancia le daba al producto. Con todo, el ambiente entre la audiencia LGBT era de esperar un final a la altura de su uso promocional y de la cantidad de interés que estaba generando Juliantina por todo el mundo, las expectativas generadas eran enormes, y por ello, la decepción y el enfado de la audiencia al ver lo que deparaba el final de temporada para la pareja fueron de proporciones épicas.

En un intento por cerrar todas las tramas amorosas, el último capítulo fue un conglomerado de resoluciones románticas y acontecimientos dramáticos que pudiesen dejar en el aire una segunda temporada, y entre todas esas piezas de romance y drama, la pareja peor parada fue, con mucha diferencia, la de Juliana y Valentina.

Mientras el resto de parejas recibían no solo un tiempo en pantalla considerable y suficiente para cerrar de forma satisfactoria su trama amorosa, sino también escenas bastante explícitas, Juliantina tuvo que conformarse con un par de minutos de aparición y una resolución de trama a todas luces apresurada y fría, que bien se podría haber confundido con una relación de amistad sin contexto anterior sobre la relación.

Con la trama ya cerrada, haciendo un análisis con perspectiva, se puede determinar que este capítulo final no fue la primera vez en la que el tratamiento que se le había dado a la pareja era diferente en el mal sentido de la palabra, es decir, esta diferenciación respecto al resto de parejas heterosexuales y ellas había sido en todo momento negativa, con escenas por lo general mucho más comedidas, cortadas e incluso con casos de eliminación de escenas con besos más “pasionales” en la emisión en directo. Hasta el momento del capítulo final la audiencia se había guardado estos análisis porque el hecho de la inclusión de la pareja en sí era una gran noticia, y había que cuidar la trama para asegurarse de que esta vez las cosas serían diferentes y la historia de amor entre dos mujeres acabaría bien.

Pese a que el final de la telenovela le ofreció a la pareja un final feliz, la audiencia quedó muy insatisfecha y decepcionada por el trato que se le había dado a este final, la cólera de la audiencia LGBT se descargó en redes, pero una vez más y volviendo al espíritu de lucha por un “bien mayor” que ya se había dado en el caso de Lexa, toda esta indignación se utilizó para demandar algo más, sin limitarse a las lamentaciones por este tratamiento injusto, sino apostando por demandar un spin off protagonizado por la pareja o incluso una película, para devolverle a esta representación el protagonismo y el trato que no habían recibido en la trama original.

Llegados a este punto, puede surgir la duda de por qué esto se tendría que considerar *queerbaiting* y no simplemente un desafortunado final o incluso un caso de censura (teniendo en cuenta que se llegaron a eliminar varias escenas que tenían un tono más explícito), y la razón de esta denominación se resume en una vez más, las redes sociales.

Lo que en este trabajo se considera principalmente como el motivo de *queerbaiting* es la diferencia de trato a la pareja en redes sociales y en el propio contenido de los capítulos,

ya que en el ámbito de redes se exprimió en todo momento el potencial de la pareja, usando el hastag #juliantina de forma muy habitual, llegando a ser la pareja más relevante en este medio, y, por el contrario, siendo la peor parada en cuanto a los capítulos se refiere. Esta diferenciación negativa entre el protagonismo de la pareja en redes (donde hay mayoría de audiencia LGBT) y el plano mucho más irrelevante concedido en la ficción (donde hay mayoría de audiencia heterosexual), indica un claro interés por generar cierta expectativa en redes que pudiese repercutir en la audiencia diaria y en la promoción a nivel más internacional, sin dar realmente un contenido a la altura de estas expectativas.

Por lo tanto, pese a tener presente el contexto social del país, el formato, y demás circunstancias que podrían en cierta manera usarse para justificar el *queerbaiting* y eludir el término, lo cierto es que se aprecia una clara intención de usar el tirón mediático de la pareja LGBT para beneficiar a la ficción, sin tener demasiado interés en ofrecer una representación real y justa, por lo que se concluye que este puede ser considerado como un caso más de *queerbaiting*, llevado a cabo a través de la diferenciación negativa. Además, hace unas semanas los dos productores de televisión Carlos Bardasano y Billy Rovzar y las actrices que dieron vida a Juliantina, Bárbara López y Macarena Achaga, dieron la noticia de que se estaba escribiendo ya un spin-off basado en la pareja y que además, iban a empezar el rodaje de una película, lo que parece una prueba definitiva de que tanto la productora Televisa (que está detrás de estos dos nuevos proyectos y anteriormente de Amar a muerte) como los productores conocen el potencial económico de la historia, algo que a su vez muestra que el contexto social no puede usarse como justificación de un trato más pobre a la pareja, ya que en tal caso, no serían viables dos proyectos enteramente basados en esta pareja LGBT.

Con todo, este es un caso que para muchos, no podría ser considerado como *queerbaiting* sin ampliar su definición, ya que es totalmente incongruente al ser algo explícito y con final “feliz”, cosa que ha provocado multitud de discusiones acerca de si debe ser considerado *queerbaiting* o no y dificulta centrar el debate en asuntos de mayor importancia.

10.3 BERONICA, *RIVERDALE* (The CW, 2017-)

Sinopsis: Al mismo tiempo que un nuevo año escolar da comienzo, la ciudad de Riverdale aún está reponiéndose de la trágica muerte reciente de Jason Blossom. Por otro lado, durante el verano Archie Andrews se ha dado cuenta de que quiere ser músico. Además a Archie aún le pesa haber roto su amistad con Jughead Jones. Mientras tanto, Betty Cooper está ansiosa de ver a Archie, de quien está enamorada, pero aún no está lista para revelar sus sentimientos. Cuando una nueva estudiante, Veronica Lodge, llega a Riverdale desde Nueva York junto a su madre, nace la chispa entre ella y Archie. Pero Veronica no quiere poner su nueva amistad con Betty en riesgo. Cheryl Blossom, la chica más popular de Riverdale, es feliz removiendo las situaciones alrededor de Archie, Betty y Veronica para causar problemas. Pero Cheryl es una chica que guarda muchos secretos (Filmaffinity).

Esta serie es uno de los casos más evidentes en cuanto al uso de material promocional como generador de *queerbaiting*, y además cuenta con dos casos distintos, aunque el punto tratará específicamente el primero en ocurrir y el más sonado por el momento en el que se hizo.

La serie emitió su primer capítulo el 26 de enero de 2017 en el canal de televisión The CW, y como es lógico y habitual, antes del día del estreno la cadena había estado emitiendo el tráiler y compartiendo vídeos promocionales, *sneak peaks* etc en sus redes sociales.

Un denominador común de prácticamente todo el contenido que se iba revelando para promocionar a la serie era el de las imágenes amorosas, mostrando besos entre varios personajes, dejando claro que este drama adolescente iba a cumplir con el cliché de los triángulos amorosos y las relaciones cargadas de drama. En uno de los vídeos promocionales que se emitió previos al estreno de la serie, aparecía una escena en la que Betty y Veronica, dos de las protagonistas, se besaban, y debido a que no se había emitido aún la serie, mucha gente y diversos medios empezaron a hacer suposiciones respecto a esto, ya que, si estaba en un vídeo promocional, lo más probable es que fuese a suponer una trama amorosa entre ellas.



This super-short trailer for The CW's *Riverdale*, a new teen drama series based on characters from Archie Comics, once again teases the mystery surrounding the death of Jason Blossom. However, I think most people will be talking about the unexpected kiss between Betty Cooper and Veronica Lodge.

Fragmento de un artículo en la página web Comicbook.

Cuando se emitió el primer episodio y se vio el beso, las reacciones fueron bastante negativas, ya que parecía claro que esta acción tenía más bien poca relevancia, y que no iba a ir más allá ya que se usaba en un contexto en el que los personajes querían llamar la atención. Pese a esto, y viendo la extraña tensión que existía entre ambas, todavía quedaron ciertas esperanzas de que la relación fuese a más. Al cabo de no mucho tiempo, y con la dinámica que empezaron a coger los personajes con sus respectivas relaciones heterosexuales, quedó claro que el beso del primer episodio había sido creado única y exclusivamente para llamar la atención, cosa que enfadó bastante a la audiencia y se sigue recordando a día de hoy.



Comentario de una fan sobre el uso promocional que se le dio al beso entre Betty y Veronica.

Esto no evitó que una parte de la audiencia siguiese manteniendo su agrado por la pareja, y el ship de *Beronica* siguió muy presente en las conversaciones de la audiencia LGBT. Si la inclusión de un beso insignificante en un tráiler que servía como presentación de la serie ya es una muestra de *queerbaiting* evidente por su uso como

cebo, todo este asunto adquirió una similitud más con el *queerbaiting* más clásico y su definición, la que habla de “establecer un subtexto y más tarde ridiculizar y reírse de la posibilidad”, especialmente por parte de una de las actrices, Lilie Reinhart, que hizo unas declaraciones tildando la idea de este romance como “*fan fiction*” (Hollywoodlife, 2017) quitando de esta forma validez a las lecturas *queer* derivadas del beso que aparece en el primer capítulo.

En este caso, el *queerbaiting* es una mezcla entre subtexto y el *queerbaiting* más actual, que usa otras estrategias como la inclusión de un cebo en el material promocional. Se ve de forma explícita un momento homoerótico que deja a la audiencia con la expectativa de que puede ir a más, pero de pronto, es como si ese hecho no hubiese existido y nunca más se vuelve a hacer referencia a ello. Los paratextos oficiales en forma de tráiler promocional y la escena en la que se desarrolla el beso, son los elementos que se usan para llevar a cabo el *queerbaiting* y atraer de esta forma a la audiencia LGBT hacia un contenido que, en principio, podría no haber interesado demasiado por su imagen de drama adolescente repleto de clichés y heteronormatividad.

Una vez más, esta es una situación en la que la definición extendida de *queerbaiting* invalidaría su aplicación a esta serie, ya que el beso ocurre de verdad y además los propios personajes durante el episodio, hacen alusión a que la intención del beso es totalmente calculada. El problema no reside en el contenido en sí, que pese a ser algo desafortunado, podría pasarse por alto, sino en que parece grabado para el único fin de darle un uso promocional, siendo emitido en un momento en el que todo lo que se podía hacer respecto a la serie era especular, por lo que desde un punto de vista crítico queda claro el uso del beso como cebo para atraer a un cierto tipo de público que pudiese estar interesado en ese contenido, el público LGBT.

Pensar en este hecho como una coincidencia no es realista, ya que el beso entre Betty y Veronica es probablemente uno de los momentos más irrelevantes y, aun así, tuvo hueco en un tráiler promocional del capítulo piloto, además, recientemente la serie ha sido acusada de nuevo de *queerbaiting* por seguir esta misma estrategia con un beso irrelevante entre el protagonista y otro personaje, por lo que queda clara la tendencia de la producción en usar este contenido para fines poco honestos.

10.4 LEILA Y TESS, *KISS ME FIRST* (NETFLIX, 2018-).

Sinopsis: Primero bésame, cuenta la historia de Leila, una solitaria adolescente de 17 años que es adicta a un juego online llamado Azana. En ese mundo virtual, Leila es 'Shadowfax' y es completamente feliz. Allí conoce a 'Mania', una joven con la que congenia al momento a pesar de ser lo opuesto a ella. 'Mania' se llama Tess en el mundo real y, aunque Leila no lo sepa, esconde un oscuro secreto. Esa amistad que surge entre las dos se traslada al mundo real y se convierten en dos chicas inseparables. Sin embargo, Tess desaparece misteriosamente y Leila decide asumir la identidad de su amiga para ser capaz de desentrañar el misterio detrás de su desaparición.

Esta serie presenta una especie de *queerbaiting* del subtexto adaptado a los nuevos modelos, combinando ambos aspectos. La diferencia con el subtexto tradicional es que estuvo precedido por todo el material promocional que sacó la serie antes de su estreno, y es ahí principalmente donde se encuentra la parte potente del *queerbaiting*.

Se trata de una serie original de Netflix UK en conjunto con Channel 4, que se estrenó el dos de abril de 2018 en la plataforma, después de su periodo de promoción habitual. Durante la fase promocional de la serie, se podían deducir 2 líneas argumentales bastante claras, la primera y más importante, el mundo virtual llamado Azana y sus peligros, y la segunda, el interés amoroso de la protagonista con otro personaje femenino, con el cual iba a tener que solucionar los problemas derivados del mundo virtual.

El aspecto que nos interesa en este trabajo es esta segunda trama, y es que resulta cuanto menos curioso por varias razones. En primer lugar, en el tráiler promocional de la serie, la protagonista Leila es vista besando a un chico, sin embargo, por la dinámica del resto de escenas del tráiler, en las que aparece compartiendo cama con Tess y teniendo diálogos bastante trascendentales, queda claro que sus tramas principales y su compañera de fatigas va a ser el personaje femenino, con el que además se aprecia una relación que tiene potencial para convertirse en amorosa. Esto puede parecer contradictorio, ya que la acción afectiva más clara la compartía con un personaje masculino, pero viendo el tráiler, esto quedaba prácticamente en algo anecdótico comparado con la intensidad de las escenas de las dos protagonistas femeninas.

Pese a esto, es posible que lo anterior pudiera considerarse por otros como conjeturas o fantasías proyectadas en un tráiler, pero sacar la conclusión de que una relación entre Tess y Leila era cuanto menos probable tenía también más argumentos a los que agarrarse, y es que la dinámica del tráiler se veía multiplicada en las imágenes promocionales. El cartel promocional, la portada de la serie, y la mayoría de imágenes usadas como promoción de los capítulos tenían en común la presencia de ambas mujeres posando de formas que no hacían más que dar pie a connotaciones románticas, añadiendo también el título de la serie, bastante engañoso por la temática romántica que parece sugerir.



Cartel promocional de la serie donde aparecen Tess y Leila.



Fotos promocionales de la serie.

De esta forma, la lectura más fácil con la que la mayoría de gente podía llegar a ver la serie por primera vez era la de un drama futurista, acompañado de una relación entre los dos personajes femeninos principales.

Una vez se lanzó la serie en Netflix, se podía encontrar en cada capítulo un cierto subtexto de que, en efecto, una relación romántica entre Leila y Tess iba a ser inevitable, tanto por

sus gestos cariñosos, la tensión que compartían, como por la dinámica de dormir juntas e incluso semidesnudas al poco tiempo de conocerse.

Este subtexto se identifica en gran parte con la definición extendida de *queerbaiting* que habla de en un punto concreto ignorar todo el subtexto que se ha estado acumulando y reírse de esa posibilidad. En este caso no fue tanto una burla a la idea, sino un acontecimiento que truncaba las expectativas para la pareja, la inclusión de forma repentina de un interés amoroso masculino. Las quejas no solo iban dirigidas a todo el material promocional que hacía pensar en una relación lésbica de forma engañosa, sino también a que se ignorase una relación con mucha más tensión sexual y química para convertir en *canon* una relación heterosexual a todas luces bastante insípida e incluso algo forzada.

Este caso de *queerbaiting* por tanto, incluye los paratextos oficiales y el subtexto como herramientas para llevarlo a cabo, mezclando de esta forma estas dos etapas de forma bastante útil, ya que permite mostrar esa evolución del término y lo que le rodea. Además, aporta un ejemplo al debate sobre si es posible determinar la existencia de *queerbaiting* en un contenido en teoría aún no terminado, ya que, pese a ello, está claro que la intencionalidad de usar la promoción como “cebo” y el cambio repentino de subtexto homoerótico a relación heterosexual no dejan duda de la existencia de *queerbaiting* en esta temporada en concreto, a expensas de lo que pase en las siguientes.

11 RESULTADOS: AMPLIACIÓN DEL TÉRMINO.

Como se ha comentado durante todo el trabajo, se considera primordial una ampliación en la definición del término “*queerbaiting*”, no porque las existentes sean erróneas, sino porque con los cambios que ha sufrido en los últimos años y debido a la naturaleza cambiante del término, es necesario plantear definiciones que no dejen de lado estos aspectos.

La intención de esto no es sin embargo establecer una nueva definición, sino recalcar la importancia de definir este término no solo de forma coherente con su contexto actual, sino de forma cohesionada, ya que a día de hoy se encuentran una cantidad de definiciones tan abundantes como innecesarias. Aprovechando este cambio de ciclo en el *queerbaiting* y que es necesario redefinir el término de forma más amplia, tendría que darse un esfuerzo

colectivo por parte de los organismos y estudiosos pertinentes, para establecer una definición que pudiese extenderse no solo de forma interna en el colectivo sino también externa, dirigida a ámbitos más amplios, para poner de manifiesto la problemática que esto supone y la importancia de una representación positiva.

Por lo tanto, el fin último de esta propuesta es abrir un debate sobre cómo definir el término de forma más flexible, sin necesitar de cantidades ingentes de definiciones distintas, y plantear la necesidad de que esta definición se haga bajo unos términos que se adecuen tanto al contexto actual como a la naturaleza cambiante del término.

Propuesta para ampliar el término:

Práctica que consiste en crear falsas expectativas a la audiencia LGBT a través de cebos en forma representación *queer*, para llamar su atención y atraerles como espectadores, rompiendo con las ideas generadas una vez se consigue el impacto deseado. Se puede llevar a cabo mediante diversas herramientas, principalmente el subtexto homoerótico y los paratextos oficiales en sus diferentes formas.

En esta propuesta, se intenta mantener la esencia del *queerbaiting* (engaño a la audiencia LGBT a través de cebos) mientras se cubren los principales problemas que plantean las definiciones más extendidas como la de Fathalla, Nordin, Brennan etc. Es por esto que se incluyen los paratextos como herramienta para generar *queerbaiting*, poniendo de manifiesto su uso habitual y añadiendo la idea de que puede existir pese a que la relación o el personaje sean abiertamente *queer*.

En definitiva, se habla de “generar falsas expectativas” como parte principal de lo que es el *queerbaiting*, ya que de esta manera es más sencillo englobar los diferentes tipos que existen y las formas que puede adquirir, y se hace hincapié en el objetivo último del *queerbaiting*, llamar la atención de las audiencias LGBT a toda costa, eludiendo la responsabilidad social que se debe tener con este grupo minoritario y su representación en la ficción televisiva.

12 CONCLUSIONES.

A través de los datos recopilados y la investigación más profunda en los mecanismos de actuación actuales del *queerbaiting*, se ratifica la importancia de seguir apostando por estudios centrados en la representación LGBT y en especial, en un problema como el *queerbaiting*, ya que es una práctica que las producciones llevan a cabo cada vez de forma menos evidente para el público general, y solo a través de investigaciones que aporten herramientas para detectarlo se puede poner fin a ello y desmontar el argumentario que trata de justificar estas prácticas.

A lo largo de todo el trabajo, se han podido extraer varias conclusiones de los diferentes apartados, por lo que se van a exponer las más relevantes.

Como se ha comentado en el final del apartado seis y al comienzo del siete, los antecedentes (código Hays y demás censura) y las consecuencias nefastas a los primeros atisbos de representación LGBT, dejaron un gran impacto en el audiovisual, tanto por su gravedad como por su prolongación en el tiempo, por tanto, la ficción televisiva aún tiene como asignatura pendiente el romper definitivamente con los lazos a estas costumbres perjudiciales que derivan en representación escasa y/o negativa.

Por otra parte, los hechos (a nivel social y audiovisual) que estaban planteados en un principio como separación de las diferentes etapas del *queerbaiting*, con la posterior búsqueda de información y análisis han quedado confirmados como puntos de inflexión que afectaron a la perspectiva con la que se entendía el término en cada momento. Esto pone de manifiesto, en primer lugar, que en efecto el *queerbaiting* es una práctica ligada a lo social y ha cambiado influenciado por ello, y en segundo, la importancia de la representación en productos *mainstream*⁴, ya que causan mayor impacto y permiten la aparición de estos momentos de choque y cambio generalizado de perspectiva.

Al hablar de la situación precaria de la representación LGBT, se puede extraer la facilidad que esto provoca para que el *queerbaiting* sea eficiente en términos de consumo, ya que los cebos utilizados son fácilmente atractivos para esta audiencia debido a la desesperación existente en encontrar referentes y personajes con los que empatizar. Además, esta misma situación sirve como aliciente para que la audiencia LGBT sea de

⁴ Series de televisión con grandes datos de audiencia, productos dirigidos a una gran masa de espectadores y con gran popularidad.

las más activas en redes, a sabiendas de que el audiovisual es un ámbito más al que deben extender su lucha.

En cuanto al análisis del *queerbaiting* actual, se concluye que el impacto y relevancia del que gozan a día de hoy las redes sociales son un factor primordial para entender el uso que se les da en los casos de *queerbaiting*. Las redes influyen en el gran interés que despierta la audiencia LGBT, ya que es un ámbito en el que tienen especial relevancia y notoriedad, además, a través de ellas se ha abierto la posibilidad de llevar a cabo el *queerbaiting* fuera del contenido en sí, facilitando la no detección de cierto tipo de casos.

Respecto a las nuevas herramientas del *queerbaiting*, por la parte de las estrategias discursivas sigue existiendo el subtexto homoerótico, pero está adquiriendo mayor importancia la diferenciación negativa y los clichés narrativos como *Bury Your Gays*, que van siempre acompañados de los paratextos oficiales, que a día de hoy, son la fuente más importante de *queerbaiting*.

Por todo ello, no ampliar la definición de forma consensuada y con un intento unificador, deriva en una mayor impunidad de las nuevas estrategias de *queerbaiting*, ya que resulta sencillo desmarcarse de estas acusaciones abogando por un completo alejamiento respecto a la definición del término.

Finalmente, respecto a los cuatro casos de estudio analizados, se dibuja en cada uno de ellos ciertas características y herramientas del *queerbaiting* aplicables a todo tipo de casos a nivel internacional.

En el caso de Lexa se da uso a los paratextos oficiales no audiovisuales como cebo, y el cliché *dead lesbian syndrome* para poner fin a las expectativas generadas a través de ellos.

La telenovela *Amar a muerte* lleva a cabo el *queerbaiting* a través de la diferenciación negativa, dando uso de paratextos oficiales para crear grandes expectativas en el desarrollo de la pareja *Juliantina* y decepcionando al público con un contenido que queda muy por debajo de lo que se hacía intuir.

Por su parte, *Riverdale* da uso al material promocional (paratextos oficiales audiovisuales) para introducir un beso lésbico entre dos de las protagonistas en el tráiler del capítulo piloto, usándolo como cebo y generando así expectación del público LGBT por una nueva serie que finalmente, no tenía ninguna intención de desarrollar a la pareja más allá de una escena hecha por intereses meramente comerciales.

El último caso de estudio, *Kiss Me First*, combina el uso de material promocional como cebo con un subtexto homoerótico interrumpido por un interés amoroso heterosexual forzado.

Se puede concluir que no solo existen más formas de llevar a cabo *queerbaiting*, sino que también se combinan entre ellas, haciendo cada vez más difícil su detección.

Tras todas las conclusiones y análisis anteriores, y volviendo a las hipótesis planteadas al principio del trabajo, queda demostrada tanto la naturaleza cambiante del *queerbaiting*, como que la definición no se ajusta al contexto actual y esto resulta conflictivo a distintos niveles.

Por otra parte, respecto a la tercera hipótesis planteada, si bien es cierto que los elementos paratextuales son actualmente las principales causantes del *queerbaiting*, se ha visto también que el subtexto sigue en pleno uso, tanto en su forma más tradicional como combinado con nuevas prácticas asociadas a los paratextos oficiales.

En resumen y como cierre final a esta investigación, es fundamental extender las herramientas necesarias a los creadores y creadoras de contenido, y a los medios, para que tomen consciencia de lo importante que resulta ofrecer una representación positiva a la audiencia LGBT y de las problemáticas que lo impiden actualmente, como por ejemplo el *queerbaiting*., ya que de lo contrario, el proceso de sofisticación de las técnicas de *queerbaiting* seguirá adelante, causando con ello un estancamiento en la mejora de representación en la televisión.

13 BIBLIOGRAFÍA.

LIBROS.

1. Colina, C. (2011). Prólogo. En: Colina, C, Arcoíris Mediático. Comunicación, género y disidencia sexual. (Pp. 7-22) España: Editorial Fagua.
2. García, A. (2012). Queer-TV: series de ficción y homosexualidad en España, un intento por visibilizar el colectivo homosexual. En: B. Puebla, E. Carrillo, A. I. Iñigo, Ficcioneando: series de televisión a la española. (Pp. 157-180) España: Editorial Fragua.
3. Brey, I. (2018). Las sexualidades queer. En *Sexo y series. Las sexualidades femeninas, una revolución televisiva*. (Pp. 171 – 207) España: Héroes de papel.
4. Pita, M. (2019). El legado de Lexa. España: LES Editorial
5. Sáenz, J. (2017). Queer. En: R. L. Platero, M. Rosón, E. Ortega (Eds), *Barbarismos Queer y otras esdrújulas*. (Pp. 381-388) España: Edicions Bellaterra.
6. Gray, J. (2010). *Show sold separately: Promos, spoilers, and other media paratexts*. Estados Unidos: NYU Press.
7. Ambjörnsson, Fanny. (2006). *Vad är queer? [What is queer?]* Estocolmo: Natur och Kultur.
8. Doty, A. (1993). *Making things perfectly queer*. Londres: University of Minnesota Press.
9. Raymond, D. (2003). *Popular culture and queer representation: A critical perspective*. En *Gender, Race and Class in Media* (Pp. 98-110). Londres: Sage Publications.
10. Fiske, J. (1989) *Television Culture*. Londres / Nueva York: Routledge.

ARTÍCULOS Y TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN.

11. Ng, E. (2017). Between text, paratext, and context: Queerbaiting and the contemporary media landscape. *Transformative Works and Cultures*, 24, Pp. 1-25.
12. Brennan, J. (2018). Queerbaiting: The 'playful' possibilities of homoeroticism. *International Journal of Cultural Studies*, 21(2), Pp. 189–206.
13. Fathallah, J. (2014). Moriarty's Ghost: Or the Queer Disruption of the BBC's Sherlock. *Television & New Media*, 16(5), 490–500.
14. Guerrero-Pico, M; Establés, M. J; Ventura (2017). R. La Síndrome de la Lesbiana Morta: mecanismos d'autoregulació del «fandom» LGBTI en les polèmiques fan-productor de la sèrie «The 100». *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura* [en línia], Núm. 57, p. 29-46.
15. Nordin, E. (2015). From queer reading to queerbaiting: The battle over the polysemic text and the power of hermeneutics. Trabajo de master, Estudios de Cine, Universidad de Estocolmo, Estocolmo.
16. Rubio, I. (2017). Queerbaiting: The Unfulfilled Promise of Queer Representation. Trabajo de fin de grado, Grado en estudios ingleses, Universidad de Cádiz, Cádiz.

ARTÍCULOS EN PÁGINAS WEB.

17. Shakeri, S. (2017). *Television Has A 'Bury Your Gays,' Queerbaiting, And LGBTQ Representation Problem*. Julio, 20, 2019, de Huffpost. Sitio web: https://www.huffingtonpost.ca/2017/06/30/queerbaiting-bury-your-gays-tv_a_23005000/?guccounter=1

18. Elorduy, P. (2019). *Orgullo es protesta (los porqués del orgullo crítico de Madrid)*. Septiembre, 2, 2019, de El Salto Diario. Sitio web: <https://www.elsaltodiario.com/orgullo/que-es-orgullo-critico-no-comercial>
19. Tomashoff, C. (2017). *'Thirtysomething' at 30: the highs, lows and how the ABC drama broke the mold*. Julio, 31, 2019, de The Hollywood Reporter. Sitio web: <https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/thirtysomething-30th-anniversary-a-look-back-1043347>
20. Poniewozik, J. (2019). *'One Day at a Time' and Why Netflix Is Not Your Friend*. Julio, 26, 2019, de New York Times. Sitio web: <https://www.nytimes.com/2019/03/14/arts/television/one-day-at-a-time-canceled-netflix.html?ref=nyt-es&mcid=nyt-es&subid=article>
21. Wendling, M. (2016). *Fans revolt after gay TV character killed off*. Julio, 26, 2019, de BBC News. Sitio web: <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-35786382>
22. Rando, P. (2018). *Así fue como 'Ellen' revolucionó la televisión norteamericana con su salida del armario*. Julio, 27, 2019, de Vanity Fair. Sitio web: <https://www.revistavanityfair.es/cultura/entretenimiento/articulos/ellen-lesbiana-salida-del-armario-sitcom-laura-dern-oprah-el-episodio-del-cachorro-20-aniversario/24181>
23. Perfil oficial de Sense8 (2017). *To our sense8 family*. Agosto, 9, 2019, de Tumblr. Sitio web: <https://sense8.tumblr.com/post/161601416234/to-our-sense8-family>
24. González, V. (2018). *Vuelve 'Sense8', la serie que demostró que Netflix no es invencible*. Agosto, 9, 2019, de GQ. Sitio web: <https://www.revistagq.com/noticias/cultura/articulos/sense8-episodio-final-netflix/29479>
25. Yandoli, K. (2019). *"One Day At A Time" Was Picked Up For A Fourth Season After Being Canceled By Netflix*. Agosto, 9, 2019, de BuzzFeed News Sitio web: <https://www.buzzfeednews.com/article/krystieyandoli/one-day-at-a-time-renewed-season-4>
26. Opie, D. (2018). *'Riverdale' Is Still Queer-Baiting Us*. Julio, 3, 2019, de Into. Sitio web: <https://www.intomore.com/culture/riverdale-is-still-queer-baiting-us>

27. Nani. (2017). *No te emociones con Riverdale, es puro queerbaiting*. Agosto, 17, 2019, de Lesbicanarias. Sitio web: <https://lesbicanarias.es/2017/02/17/riverdale-queerbaiting/>
28. Longeretta, E. (2017) *'Riverdale' star shoots down Betty & Veronica romance: it's just not our show*. Agosto, 18, 2019, de The HollywoodLife. Sitio web: <https://www.formulatv.com/noticias/juliantina-lesbico-telenovela-mexicana-amar-a-muerte-conquistado-mundo-89289/>
29. The Trevor project (2016). *Young people find community on a fundraising page for Trevor*. Agosto, 22, 2019, de The Trevor Project. Sitio web: <https://www.thetrevorproject.org/2016/09/19/young-people-find-community-on-a-fundraising-page-for-trevor/>
30. Hill, L. (2016). *'The 100' showrunner apologizes to fans for controversy over beloved gay character's death*. Agosto, 25, 2019, de Los Ángeles Times. Sitio web: <https://www.latimes.com/entertainment/herocomplex/la-et-hc-the-100-showrunner-apologizes-to-fans-for-lexa-death-20160324-story.html>
31. Solà, P. (2016). *Cómo perder el 12% de tus fans con un episodio*. Agosto, 25, 2019, de La Vanguardia. Sitio web: <https://www.lavanguardia.com/series/20160311/40359857886/the-100-clexa-boicot-3x07.html>
32. Redacción EC. (2019). *Juliantina: productores confirmaron el spin-off y anunciaron una película*. Agosto, 17, 2019, de El Comercio. Sitio web: <https://elcomercio.pe/autor/redaccion-ec>
33. Arenas, O. (2019). *Juliantina el amor lésbico de la telenovela mexicana 'Amar a muerte' que ha conquistado el mundo*. Agosto, 17, 2019, de Fórmula TV. Sitio web: <https://www.formulatv.com/noticias/juliantina-lesbico-telenovela-mexicana-amar-a-muerte-conquistado-mundo-89289/>

PÁGINAS WEB CONSULTADAS.

34. LGBT Fans Deserve Better. Sitio web: <https://lgbtfansdb.com/>
35. GLAAD Institute. Sitio web: <https://www.glaad.org/institute>
36. ClexaCon. Sitio web: <https://clexacon.com/support-lgbtq-creators/>