

El Día del Orgullo LGBTTTIQ+



FOTOS: Internet.

Sexo + psique

Por Andrea Elizabeth Martínez Murillo

La Paz, Baja California Sur (BCS). El día del orgullo LGBTTTIQ+ (lésbico, gay, bisexual, transgénero, transexual, travesti, intersexual, queer) ha sido un referente durante décadas, no solo para visibilizar las distintas orientaciones sexuales, sino también para exigir los derechos que, al día de hoy, aún son omitidos en varios países o que, aunque en el papel se encuentren muy bien redactados, en la realidad, se continúa ejerciendo la discriminación y el rechazo. En la

actualidad, sabemos que junio es conocido como el **mes del orgullo**, en el cual se realizan diversas actividades, marchas, conversatorios, entre muchas más actividades para visibilizar la realidad de la comunidad **LGBTTTIQ+**, todos los colectivos y aliados esperan que sea primero de junio para poner los filtros de los colores del arcoíris, sin embargo, en plena **pandemia**, parecer ser que muchas empresas han olvidado este detalle.

*La historia de la lucha por los derechos de las personas **LGBT+** se remonta a la década de los 50's, pero no fue sino hasta el 28 de junio de 1969, donde se considera que inició todo. Ese día se llevó a cabo una redada en un bar de **Nueva York**, llamada Stonewall, bar conocido por ser frecuentado por personas **gays** y **trans** que, cansadas del abuso de autoridad, comenzaron con manifestaciones que darían origen al **día del orgullo**. Se atribuye a una mujer **trans**, afroamericana y con VIH ser la pionera de este movimiento, su nombre era **Marsha P. Johnson**. Posteriormente, para 1970, las marchas tomaron más seriedad y se fueron extendiendo de forma exponencial, y a manera de conmemoración por lo ocurrido en Stonewall, se declaró al 28 de junio como el **Día Internacional del Orgullo LGBT+**.*



También te podría interesar: [El autoerotismo como liberación sexual](#)

De esta forma, año con año, más personas se han ido sumando y se han convertido en **aliados** de la **comunidad LGBT+**, aunque no han sido los únicos. Cada vez encontramos diferentes marcas, instituciones y/o empresas que se declaran a favor de la comunidad y crean productos conmemorativos o campañas en redes sociales. Gracias a la mercadotecnia se ha vendido de todo, ropa interior, termos, banderas, accesorios, casi cualquier cosa que se le pueda imprimir un arcoíris, pero, el problema no son los artículos que ponen en venta, si no la intención de estos, que, por lo general, solo buscan atraer a ciertos sectores de la población para elevar sus ganancias y no por solidarizarse con el colectivo.

Es común que en el mes de junio, estas empresas cambien el nombre de sus productos o saquen mercancía de los colores del

arcoíris, sin embargo, empezando julio, quitan sus filtros, guardan las banderas y regresan a la cotidianeidad que implica el rechazo y la discriminación para la **población LGBT+**. O como le ocurre a la marca H&M que lanzó su **Colección del Orgullo 'Love For All'** pero no la vende en **Malasia** en donde el coito homosexual se castiga con 20 años de cárcel. Es fácil proclamarse **aliado** cuando tienes un mercado prometedor.



Por otro lado, la realidad en **México** está polarizada, el 41% de **personas trans** tiene estudios superiores pero, pese a ello, tienen menos oportunidades de encontrar un trabajo. No es suficiente con mostrarse como una empresa incluyente si, a puerta cerrada se permite el acoso laboral o simplemente se descartan los currículos de aquellos que no sean *normativos*. En específico, me ha parecido muy interesante cómo en plena **pandemia**, muchas de las empresas que se vanagloriaban de apoyar a la **comunidad LGBT+**, se han mantenido en silencio, esperando a que se acerque el 28 de junio para mostrar su "apoyo".

*Y es que este es uno de los grandes problemas que tienen los diversos colectivos que luchan por los derechos de las **personas LGBT+**, ya que se aprovechan de sus historias de vida, sus represiones, su lucha, y los utilizan para enriquecer a empresas dirigidas por hombres cis, heterosexuales y llenos de privilegios, que son los que se benefician al momento de vender su mercancía en vez de hacer políticas para sus trabajadores.*

Por otra parte, el **mes del orgullo** busca visibilizar a **todas** las orientaciones sexuales, no solo a los hombres gays; las personas lesbianas, bisexuales y hombres y mujeres trans también pertenecen al colectivo y se debe de buscar que tengan los mismos derechos. Aún hay mucha gente que no reconoce a un **hombre trans** como hombre, solo por no haber nacido con pene y testículos, y lo mismo para las **mujeres trans**, que, al no tener oportunidades de trabajo, se les orilla a la prostitución, recibiendo estigma tras estigma.



<https://mx.fashionnetwork.com/news/Los-productos-que-se-aprovechan-del-orgullo-dividen-a-la-comunidad-lgbt-,1107950.html>

- *Cultura Colectiva*. (2019). Qué papel juega la economía en la aceptación de la comunidad LGBT. Recuperado de <https://culturacolectiva.com/historia/que-es-el-marketing-lgbt>
- *IDC*. (2019). Comunidad LGBT, ¿con menos oportunidad de empleo? Recuperado de <https://idconline.mx/laboral/2019/06/28/comunidad-lgbt-con-menos-oportunidad-de-empleo>

AVISO: CULCO BCS no se hace responsable de las opiniones de los colaboradores, esto es responsabilidad de cada autor; confiamos en sus argumentos y el tratamiento de la información, sin embargo, no necesariamente coinciden con los puntos de vista de esta revista digital.