



Este apartado forma parte del libro:

***Los estudios de audiencias
Una narrativa a partir de América Latina***

*María Rebeca Padilla de la Torre
(Coordinadora general)*

David González Hernández

Yamila Heram

*Beatriz Inzunza Acedo
(Cocoordinadores)*



editorial.uaa.mx



libros.uaa.mx



revistas.uaa.mx



libreriavirtual.uaa.mx

Número de edición: Primera edición electrónica

Editorial(es):

- Universidad Autónoma de Aguascalientes

País: México

Año: 2026

Páginas: 592 pp.

Formato: PDF

ISBN: 978-968-9752-11-0

DOI:

<https://doi.org/10.33064/UAA/978-968-9752-11-0>

Licencia CC:



Disponible en:

<https://libros.uaa.mx/uaa/catalog/book/376>

Capítulo 20

Hacia una justicia mediática: reflexiones sobre las audiencias LGBTIQ+ latinoamericanas en el contexto de la convergencia digital

Raul Anthony Olmedo Neri

Introducción y contexto

Durante el siglo xx los estudios de recepción se convirtieron en una tradición analítica enriquecedora dentro del campo de la comunicación (Jensen, 2014; Wolf, 1985). El trabajo en esta área de conocimiento ha desarrollado marcos teóricos y estrategias metodológicas para entender la compleja, heterogénea y situada relación entre las audiencias y el ecosistema mediático a través de los productos culturales que se distribuyen mediante los circuitos de información nacionales/globales (Stevenson, 1998; Orozco y González, 2011; Maigret, 2024).

La riqueza analítica sobre cómo las audiencias son conceptualizadas y la forma en que integran/negocian/resisten la interpretación de los sentidos adheridos a los contenidos que ofrecen los medios de comunicación se ha robustecido tanto por la progresiva integración de múltiples categorías analíticas

(poder, hegemonía, subalternidad) y constitutivas (edad, raza, etnia, sexo, territorio, clase social) como por el interés por descifrar de qué manera estos componentes socioculturales intervienen en el proceso de producción-recepción en grupos sociales situados (Hall, 1980; Morley, 1996; Lull, 2009; Kellner, 2011, 2020). No obstante, con el paso del tiempo y bajo la hipersegmentación derivada de una sociedad interconectada, han surgido otras categorías para definir a las (nuevas) audiencias y con ello la forma en que son representadas dentro de los contenidos mediáticos.

De hecho, la mayoría de las preocupaciones actuales sobre las audiencias destacan las reconfiguraciones de su relación con el ecosistema mediático a partir de las innovaciones tecnológicas como el espacio digital, la personalización de los dispositivos y los emergentes modelos de negocio como el *Video on Demand* (VoD) (Orozco, 2011; Peña Fernández, Lazkano Arrillaga y Larrondo Ureta, 2019). No obstante, dichas problematizaciones han demeritado el papel que cobran aquellos grupos sociales que hoy emergen como audiencias específicas que demandan ser consideradas, junto a sus necesidades comunicativas,¹ en el amplio circuito de la comunicación global contemporánea.

Así, cobra relevancia el progresivo reconocimiento de la orientación sexual, la identidad y la expresión de género (OSIEG) como categorías transversales que dan una singularidad ontológica a aquellas audiencias con un ensamblaje sexoidentitario que cuestionan la cisheteronorma.² Las personas Lesbianas, Gais, Bisexuales, Trans, Intersexuales, Queer, Asexuales (LGBTIQA+) constituyen un grupo social diverso, pero unificado bajo la opresión y el dominio de la cisheteronorma, lo cual ha contribuido de manera sistemática en

1 Refiere a todas aquellas satisfacciones de orden informativo, comunicativo, cultural y/o identitario que se dan a través de las mercancías que se producen, distribuyen y consumen a través de medios de comunicación o Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Estos elementos no sólo remiten a las satisfacciones del sujeto, sino todos los procesos socioculturales que fomentan como la socialización, la construcción de la identidad o la pertenencia/exclusión a grupos sociales que demandan este elemento como factor sustancial para su adscripción.

2 La cisheteronorma opera como una ideología que se legitima de manera (in)consciente en los procesos de (re)producción social. Los postulados de esta ideología constituyen una visión que explica el mundo de una manera particular, esto es un régimen sexo-género que prioriza el ensamblaje cisgénero-heterosexual como factor clave en la producción de lo social, por lo que quienes la adoptan en su día a día la reproducen con sus acciones y la extienden sobre sus áreas cotidianas. Así, la cisheteronorma se convierte en un recurso que moldea la forma de construir el espacio y las relaciones intersubjetivas; entonces, quienes no cumplen estos mandatos sexoidentitarios son objeto de dominio y opresión pues cuestionan la legitimidad de esta ideología.

su representación mediática y en su desestimación analítica/empírica como audiencias. Por ello, se busca reconocer a las disidencias sexogénicas latinoamericanas dentro de los intersticios de la comunicación y la cultura, con el fin de analizar su pertinencia como grupos sociales representados en los contenidos mediáticos y como audiencias, con el fin de ofrecer coordenadas teórico-metodológicas para su análisis en investigaciones situadas o reflexiones (meta)teóricas.

Reconocer a las poblaciones LGBTQIA+ en estas dos dimensiones es crucial para una región como América Latina,³ ya que las formas históricas en que han sido representadas dentro de las narrativas ofrecidas por los medios de comunicación han contribuido mayoritariamente a legitimar la violencia que sufren en la vida cotidiana y a no visibilizar sus prácticas de consumo cultural en tanto audiencias (Pérez, 2018; Olmedo Neri, 2025). Las violentas, burlescas y trágicas representaciones que históricamente se han construido en torno a las poblaciones LGBTQIA+ y sus estilos de vida en los medios de comunicación, por un lado, y la limitada –a veces nula– cobertura de temas de interés para estas audiencias, por otro lado, ha hecho que las disidencias sexuales y de género busquen hacerse de sus propios medios y disputar así su legitimidad en la vida cotidiana (Medina Trejo, 2015; Pérez, 2018; Olmedo Neri, 2022).

Aunque esta lucha se ha establecido desde que surge el movimiento LGBTQIA+ en cada país latinoamericano, lo cierto es que las restricciones normativas, punitivas, económicas y técnicas impidieron que estas comunidades gestionaran efectivamente medios de comunicación o que sus proyectos se sostuvieran en el tiempo. Sólo con Internet y su masificación en la sociedad fue posible que estos grupos subalternos crearan canales, sitios web y perfiles en plataformas sociodigitales para dar forma a lo que aquí se propone definir como justicia mediática.

De manera preliminar, se entiende por justicia mediática a las tácticas que los grupos subalternos emplean para recalibrar las matrices socioculturales

3 En el siglo xx predominó la falta de datos oficiales sobre las personas LGBTQIA+ en Latinoamérica. Esta acción operó como una forma de violencia simbólica; ante ello, las organizaciones civiles a nivel (sub) nacional se encargaron de registrar, sistematizar y preservar la memoria colectiva de estas comunidades y de producir datos ante la invalidación de estos grupos situados en los márgenes de lo abyecto. Actualmente, países como Argentina, Ecuador, México y Perú han desarrollado censos para conocer a estas poblaciones o han integrado preguntas que permitan enunciar las condiciones bajo las que estas comunidades viven (Stang Alva, 2019).

que sustentan la dominación interseccional en su contra a través de las narrativas y las representaciones que se producen, distribuyen y consumen en los medios de comunicación, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y los circuitos globales de información. Estos planes y acciones son heterogéneos, pues responden a la correlación de fuerzas bajo la que se encuentran y dependen de los conocimientos y herramientas tecno-operativas que emplean para desestabilizar el ciclo de producción mediático dominante y hacer resonar su visión de mundo en la esfera pública.

En este sentido, la justicia mediática es relevante cuando se plantea que los contenidos que se producen desde las industrias culturales y creativas sintonizan con la ideología dominante del tiempo y el lugar en donde se producen, distribuyen y consumen (Kellner, 2011; Hall y Mellino, 2011). Por ello, reconocer el papel que juegan los medios de comunicación, las TIC y los contenidos que distribuyen en la sociedad permite explicar su articulación con el bloque hegemónico y su respectiva ideología, puesto que las estructuras tecno-informativas amplifican y legitiman la ideología dominante, ya que operan como herramientas al servicio del poder en turno, diluyendo todo proceso de emancipación a través de ellas (Kellner, 2020; Lull, 2009).

Entonces, la relevancia social, política, cultural y económica de las disidencias sexuales y de género latinoamericanas y las escasas investigaciones de la región sobre este campo obliga a plantear elementos teórico-conceptuales que sirvan de brújula analítica para futuras investigaciones situadas en el marco de los estudios de recepción en la región.

Para cumplir con este objetivo, este trabajo presenta tres grandes secciones: en la primera se construye un marco teórico desde la perspectiva culturalista para (d)enunciar la posición desfavorable que poseen las disidencias sexuales y de género en las sociedades latinoamericanas y cómo ello interviene tanto en sus representaciones mediáticas como en la recepción de contenidos; aquí se dan elementos para fundamentar la noción de justicia mediática. En la segunda sección se presenta la estrategia metodológica para realizar el ejercicio de metainvestigación en este campo de conocimiento, y en el tercer apartado se ofrecen reflexiones en torno a las representaciones mediáticas de las personas LGBTQA+ y los elementos a considerar al asumirlas como una audiencia activa y emergente en América Latina.

Perspectiva teórica

La perspectiva analítica de los estudios culturales surge en la Universidad de Birmingham en la segunda mitad del siglo xx (Mattelart y Neveu, 2004). Su relevancia histórica y conceptual descansa no sólo en el arsenal conceptual que produce para entender y analizar las formas en que la relación cultura-poder se manifiesta en contextos y grupos específicos (Hall y Mellino, 2011), sino que además destaca su compromiso ético-político con los movimientos sociales que apelan por la disolución de las asimetrías de poder en el campo cultural (Maigret, 2024).

De este modo, la perspectiva culturalista cobra relevancia, pues las exploraciones e hibridaciones con otras disciplinas contribuirán en el surgimiento de los estudios poscoloniales y la investigación con un enfoque interseccional (Stevenson, 1998; Maigret, 2024). Bajo este contexto, la riqueza teórico-conceptual de los estudios culturales yace en autonomía analítica que le permite trascender el carácter administrativo de la *Mass Communication Research* y redimensionar el pesimismo tecnofóbico de la Escuela de Frankfurt (Wolf, 1985).

Específicamente, la corriente culturalista sitúa sus análisis en la relación sujeto-tecnología, sin dejar de lado el contexto y las condiciones objetivas (in) materiales que intervienen directamente o no en la forma de entender, utilizar y significar la comunicación, sus estructuras y sus dinámicas. En este proceso, el empleo de conceptos gramscianos como hegemonía, subalternidad, ideología y dominio dentro de la comunicación permite robustecer los análisis y (re) interpretar a las audiencias en el proceso de recepción.

De allí surge la riqueza de pensar en las formas en que el sujeto le hace frente a un conjunto de contenidos que encubren los intereses de la clase dominante, la cual intenta naturalizar sutil o violentamente su concepción del mundo sobre los desposeídos. Estos contenidos se enmarcan en sistemas productores de sentido más amplios que dan forma a la cultura, la cual es entendida –después de los esfuerzos descolonizadores por liberar su concepción de la mirada elitista que la veía como sinónimo de las bellas artes y en detrimento de la cultura popular– como “no solo una parte determinada, sino también una parte determinante de la actividad social; es entonces una esfera significativa para la reproducción de desigualdades de poder social” (Hartley, 1997a, p. 90) .

Si la cultura es condicionada y condicionante de la actividad social y si en ella se reproducen las desigualdades sistémicas, entonces la cultura puede ser asumida como un campo de disputa simbólica, de carácter heterogéneo y forma asimétrica, donde se continúa la lucha de clases e ideologías (Olmedo Neri, 2022). Considerar la cultura como un lugar en permanente (re)producción permite exhibir procesos contingentes de tensión, negociación, asimilación y negación entre modos de ver y entender el mundo, los cuales aspiran a dominar en el imaginario social y articularse con otras formas de poder para adquirir un carácter hegemónico y totalitario (Hartley, 1997b; Cospito, 2022).

Una característica de la ideología dominante es que diluye en apariencia las contradicciones estructurales de la sociedad y se afianza sobre narrativas e instituciones “neutrales”, pues “son representativas de todos [los sectores sociales] sin referencia aparente a la clase, la raza o el género” (Hartley, 1997b, p. 173). Dentro de estas instituciones se encuentran los medios de comunicación, por lo que su análisis desde el marco de la disputa sobre las conciencias, las representaciones y la producción de sentidos cobra relevancia para los estudios culturales.

A partir de estos elementos es posible indicar que los medios de comunicación y las narrativas que circulan a través de ellos han intervenido de manera sistemática en la dominación cultural sobre grupos históricamente excluidos, como las personas LGBTIQ+. De hecho, las historias y las representaciones que los medios hacen de estas comunidades han operado como obstáculos de índole ideológica, pues a través de sus narrativas han limitado su legitimación y condicionado su reconocimiento en la vida cotidiana (Medina Trejo, 2015; Olmedo Neri, 2025).

Por lo tanto, el movimiento de la diversidad sexual ha intentado, desde sus inicios, hacer frente a las representaciones que hacen de ellos en el ecosistema mediático, pues los estereotipos y la invisibilidad que tienen en la opinión pública otorgan elementos para cuestionar su presencia en el espacio público y privado. Es decir, las disidencias sexuales y de género reconocen la desfavorable correlación de fuerzas que tienen ante los medios de comunicación y los circuitos de información a nivel (sub)nacional, por lo que buscan una justicia mediática para legitimar su presencia en la sociedad e impulsar la concreción de su agenda.

Si bien en el siglo xx los activistas y las asociaciones civiles LGBTIQ+ lideraron proyectos de comunicación independientes, su alcance y duración

se vieron comprometidos, entre otras cosas, por el estigma sociocultural, las prácticas punitivas que los Estados latinoamericanos desplegaron en su contra y por no lograr conectar con una audiencia que les permitiera sostener económicamente dichos proyectos a largo plazo (Mezo González, 2025). Esta situación cambia sustancialmente con la llegada de Internet y las TIC, pues los grupos subalternos que antes no tenían posibilidades de intervenir de manera efectiva en los circuitos de información capturados por los medios masivos ahora encuentran la oportunidad de hacerse de un repertorio tecno-lógico para emprender la batalla en los intersticios de la comunicación y la cultura.

Bajo estas circunstancias impulsan una justicia mediática. Si la hegemonía se sustenta en la imposición de una ideología mediante el consenso (coercitivo) sociohistórico, entonces se genera un desequilibrio que afecta a aquellos grupos que no tienen un papel protagónico en dicha visión de mundo. Esta inestabilidad promueve una serie de injusticias, entre ellas las de orden mediático, con las cuales algunos grupos son sometidos a intensos procesos de invisibilidad, estigmatización o violencia disciplinaria que refuerza su carácter subalterno y abyecto en el sistema dominante de sentidos (Domínguez-Ruvalcaba, 2019).

La noción de justicia mediática que se pretende construir se distancia de la acepción que se ha venido construyendo desde el derecho, donde se remite a la intervención de los medios, los periodistas y sus noticias en la percepción social sobre la forma en que se imparte justicia en los sistemas de gobernanza (sub)nacionales (Rodríguez Alzueta, 2000; Barahona Krüger, 2009).

Por el contrario, una definición de justicia mediática sustentada en la perspectiva de los estudios culturales debe partir de reconocer el permanente proceso de expansión de las desigualdades y exclusiones sistémicas en el campo de la cultura (Kellner, 2011). A partir de ello, la justicia mediática se vuelve un proyecto ideológico crítico y contrahegemónico impulsado por grupos subalternos para desarticular la dominación cultural de la que son objeto y (re)posicionar su visión de mundo en la esfera pública.

Así, la justicia mediática se vuelve una estrategia cargada de conciencia política que busca restituir un derecho cultural y resarcir la negativa percepción generada por los medios de comunicación y los grupos conservadores sobre cómo se piensa/imagina a un grupo minoritario, como lo son las disidencias sexuales y de género. Entonces, la justicia mediática pretende sancionar moral, social y jurídicamente la dominación cultural que (re)producen los medios al representar/capitalizar/explotar a grupos históricamente excluidos dentro

de sus discursos, narrativas y contenidos mediáticos, con el fin de desgastar su vigencia sociohistórica y marcar límites a través de la concienciación de sus efectos sobre las clases subalternas más allá de las pantallas.

Provisionalmente, la justicia mediática se desarrolla en tres procesos articulados:

1. *Evidenciar* las malas prácticas en torno a las representaciones de grupos subalternos en los medios de comunicación. Para ello, se despliega un ejercicio de reflexión y autoproyección desde la posición de los oprimidos para exhibir sus desigualdades y acrecentar la legitimidad del cambio que proponen.
2. *Sancionar* y ejercer presión para desacreditar las representaciones mediáticas opresoras, con el fin de desarmar y desalentar su (re)producción (in) directa. Esta acción busca que los medios recapaciten y reajusten sus narrativas en sintonía con el cambio sociocultural que se lleva en la sociedad.
3. *Reconfigurar* su presencia en el imaginario social a través del ofrecimiento de representaciones que erosionan la opresión sufrida y legitiman formas situadas y empoderadas sobre aquellos grupos que fueron víctimas de la ideología dominante. Este proceso es crucial, pues pretende reemplazar las representaciones mediáticas en el imaginario colectivo y concretar la justicia buscada.

La materialización de la justicia mediática en América Latina sólo es posible por la capacidad gestora, productora y consumidora que las personas adquieren por Internet, pues a partir de las herramientas tecnológicas a su disposición incrementan el alcance de su visión del mundo y la visibilidad de su posición en la estructura social (Pérez, 2018; Olmedo Neri, 2023).

En síntesis, la justicia mediática se configura como un proyecto contrahegemónico que evidencia el campo de disputa simbólica que se exacerba en los intersticios de la comunicación y la cultura (digital).

Aproximación metodológica

Para comprender la relevancia de las disidencias sexuales y de género en el campo de la comunicación, y particularmente en el ámbito de las representaciones

mediáticas y la recepción, es necesario observar el desarrollo teórico del área de conocimiento en el que se presentan. Por ello, y a partir del carácter cualitativo que posee este trabajo, se ha empleado la revisión documental como sustento metodológico para emprender un ejercicio reflexivo de metainvestigación.

La metainvestigación muestra los cambios de un campo de conocimiento durante su proceso de institucionalización (Fuentes Navarro, 2019, 2022); para observar esta dinámica de sedimentación analítica se requiere una revisión y sistematización documental.

En este sentido, se requiere delimitar los parámetros para tener un *corpus* de análisis. Dentro de las variables consideradas en esta revisión documental se encuentran las palabras clave, la base de datos, el lugar de publicación y la temporalidad (Orozco y González, 2011).

La revisión documental ofrece coordenadas a los investigadores sobre cuáles son los temas que se investigan en un campo analítico específico, cuáles son las condiciones actuales en cuanto a los problemas teóricos abordados, las estrategias metodológicas empleadas y los caminos de investigación que se forman a través de la discusión de los resultados encontrados. En la Tabla 1 se resume la delimitación de las variables empleadas.

Tabla 1. Delimitación de variables para revisión documental

Variable	Delimitación	Observación
Temporalidad	2014-2024	Es posible ubicar el panorama construido para identificar las preguntas a responder, la pertinencia de los marcos teóricos construidos, la vigencia de las metodologías empleadas, la relevancia de los hallazgos y el camino de las líneas de investigación.
Base de datos	Google académico	La accesibilidad que ofrece a investigadores lo vuelve un recurso estratégico, en comparación con bases de datos de paga.
Ubicación espacial de investigaciones	Latinoamérica	La delimitación espacial permite observar el interés en la región sobre estos temas en sus contextos.
Palabras clave	LGBT, audiencia, representaciones mediáticas, consumo cultural, medios	Permiten afinar la búsqueda de trabajos en sintonía con la temática abordada.

Fuente: Elaboración propia

Cuando se tiene un *corpus* consistente su análisis abre camino al desarrollo de una metainvestigación que fomenta reflexiones sobre lo que se aborda

en un campo de conocimiento y las implicaciones de la ampliación o restricción de sus fronteras epistemológicas.

Resultados y discusión

Después de la revisión documental y de la reflexión que evocan sobre las direcciones del campo de estudios relativos a las representaciones mediáticas y las audiencias LGBTIQ+ en Latinoamérica, se han encontrado los siguientes puntos clave sobre la expansión y tensión de este campo de conocimiento:

1. Desde la segunda década del siglo XXI hay un interés creciente por reconocer a las poblaciones LGBTIQ+ dentro del campo de la comunicación y la cultura. Se observa la producción de investigaciones de final de grado (tesis) sobre temas que vinculan a las disidencias sexuales y de género con diversos aspectos de la comunicación. Esto es un signo del nacimiento de un potencial campo de conocimiento que está en proceso de institucionalización y que en un futuro cercano decantará en otros trabajos académicos (ensayos, artículos, capítulos o libros que aborden esta temática). Es decir, quienes comandan el análisis crítico entre grupos LGBTIQ+ y comunicación son las juventudes latinoamericanas.
2. Se está consolidando una línea de investigación relativa a las poblaciones LGBTIQ+ y la comunicación en la región; esta línea tiene diferentes grados de avance en los países latinoamericanos y está en proceso de articulación. Los dos campos que se visualizan son el de las representaciones mediáticas y en menor grado su conceptualización como audiencias. El panorama actual se presenta fragmentado dado su incipiente estado, por lo que se espera la articulación regional a partir de redes de investigación.
3. Los oprimidos son quienes impulsan su reconfiguración en el imaginario colectivo desde la academia, pues los trabajos revisados son escritos por estudiantes y académicos(as) que se asumen abiertamente como parte de las disidencias sexuales y de género. En este sentido, aprovechan su lugar como productores de conocimiento para exhibir su invisibilidad en la academia latinoamericana.
4. La irrupción del espacio digital y las TIC en América Latina no sólo reconfigura los ecosistemas mediáticos presentes en cada país, sino que a

la vez desestabiliza los circuitos de poder sedimentados. Esto estimula la competencia entre medios y conforma nuevos circuitos de contenidos que renuevan las representaciones mediáticas y la construcción de audiencias en cada país. De hecho, a partir del carácter descentralizado, atemporal y desterritorializado de Internet, se observa la circulación de otras representaciones mediáticas y la configuración de audiencias con un carácter transnacional.

Estos hallazgos muestran la relevancia de este trabajo, por lo que las reflexiones se agruparon respecto al campo del que emergen. Más allá de las particularidades enunciadas, se reafirma la premisa de que el interés por abordar a las personas LGBTQIA+ desde el campo comunicacional es un síntoma del avance progresivo de su agenda en la academia latinoamericana.

Representaciones mediáticas

Para una definición de representación mediática se requiere descomponer su constitución nominal y entender los elementos que le dan sustancia conceptual. En cuanto a la representación, esta se entiende como “el proceso a través del cual se pone en formas concretas (es decir, en diferentes significantes) un concepto ideológico abstracto” (Hartley, 1997c, p. 307). La representación tiene como característica un constante proceso de reelaboración de la forma concreta que adquiere, pero no así del significado del que emana, por lo que pueden manifestarse diversas representaciones de acuerdo con el contexto, sin que ello afecte su núcleo simbólico.

Respecto a lo mediático, se refiere a las estructuras y dinámicas de significación que se dan en los medios de comunicación, sean tradicionales o digitales, para ofrecer una construcción (arbitraria) de la realidad. Este rasgo es crucial, pues las representaciones producidas y distribuidas de manera masiva buscan no sólo afianzar el consenso dominante, sino que sus creadores persiguen intereses mercantiles propios del modo de producción hegemónico, es decir, el capitalismo. Además, el carácter mediático marca la presencia/permanencia de dicha representación en los circuitos de contenidos, dispone de su uso arbitrario en momentos estratégicos para su productor/distribuidor y reelabora su forma concreta de manifestación en función de sus intereses y su ciclo de producción.

A partir de lo anterior, es posible indicar que la representación mediática constituye un proceso de producción y también una mercancía con un núcleo ideológico específico que participa dentro de los circuitos de poderes presentes en una sociedad delimitada temporal y espacialmente. En otras palabras, por representación mediática se alude al proceso de sedimentación de una noción ideológica abstracta que realiza un medio de comunicación, sea tradicional o digital, o un generador de contenido sobre cualquier producto cultural que puede producirse, distribuirse o consumirse a través del actual ecosistema mediático, para legitimar o cuestionar las matrices socioculturales en una sociedad.

Las representaciones mediáticas tienen, al menos, dos funciones: la primera buscará mantener las desigualdades sistémicas que atraviesan el tejido social y las relaciones intersubjetivas de los individuos; en este caso, el consenso dominante producirá estereotipos y narrativas donde los subalternos reconozcan y sean reconocidos en una posición marginal, la cual aparecerá como natural e inamovible. Por lo tanto, estas representaciones mediáticas sintonizan con los poderes en turno y legitiman el *statu quo*. En el caso de las poblaciones LGBTQIA+, estas representaciones han permitido afianzar un conjunto de (micro) agresiones revestidas de entretenimiento o burla en tanto forma “legítima” de ser/estar en sociedad (Medina Trejo, 2015; Olmedo Neri, 2025).

Así, las representaciones mediáticas deforman la realidad y a los grupos abstraídos para hacer encajar el conjunto de comportamientos, creencias, valores y significados que se les pretende imputar a través del aparente “consenso” que, en realidad, se sustenta en la dominación y la transmisión culturales (Stevenson, 1998).

La segunda función que pueden desempeñar las representaciones mediáticas tiene un carácter emancipador, pues su finalidad es exhibir las condiciones violentas que sufren los grupos abstraídos e impulsar un cambio de índole sociocultural sobre su ser/estar en sociedad. Al estar en contra del poder que los subalterniza, estas representaciones mediáticas producen contranarrativas y arquetipos sustentados tanto en la experiencia como en el proyecto ideológico que impulsan estos sectores de la población, por lo que tienen una fuerte carga simbólica que sensibiliza a los demás de sus condiciones y reivindica formas justas de ser nombrados en el imaginario social.

Como se indicó, el estudio de las representaciones mediáticas de las disidencias sexuales y de género en Latinoamérica se encuentra en proceso

de constitución, por lo que las investigaciones son escasas, pero tiene mayor avance que el subcampo de las audiencias (Fernández y Paredes, 2016; Ankuash-Kaekat y Cárdenas-Arichabala, 2023; Palomero Sanz, 2023; Orozco, 2021; IFT, 2023). A partir de estos trabajos, se pueden “leer” tres etapas clave por las que ha transitado la construcción de representaciones mediáticas sobre las disidencias sexogenéricas en la región. Estas etapas son:

1. *Invisibilizar personas y temas LGBTQIA+ en los medios.* Esta táctica predominó en la primera mitad del siglo xx y operó como un silencio punitivo cuyo objetivo era desalentar a quienes quisieran reconocerse como disidentes a la cisheteronorma y situarlos en el campo de lo abyecto (Dominguez-Ruvalcaba, 2019). Cuando se llegaba a mencionar temas relativos a la diversidad sexual se hacía con un tinte amarillista y bajo la finalidad de mostrar “el futuro” que le esperaba a quien desobedeciera el régimen cisheteronormativo de la sociedad.
2. *Producción y estigma.* Se da en la segunda mitad del siglo xx. Aquí se producen representaciones mediáticas desde la burla y con clichés con los cuales se aceptaba a las poblaciones LGBTQIA+, pero se les imputaba una violencia simbólica como resultado de su nombramiento. Así, se construían narrativas trágicas con el fin de fijar en el imaginario social un destino trágico e infeliz sobre dichas personas.
3. *Disputa mediática.* Esta etapa se da cuando los movimientos LGBTQIA+ comienzan a luchar por desacreditar las representaciones mediáticas hegemónicas; si bien este proceso inicia durante los mejores años de los respectivos movimientos –pues se crean proyectos de comunicación alternativos para hacer frente a la violencia simbólica ejercida desde el poder–, su mayor impacto y visibilidad se da en el siglo xxi y con la incorporación de Internet y las TIC en la vida cotidiana. Aquí no sólo la gente empieza a crear contranarrativas a partir de su experiencia para enfrentar las representaciones mediáticas dominantes, sino que además se encuentra la ampliación de los circuitos de información provenientes de nuevos modelos de negocio que aprovecha la apertura de los ecosistemas mediáticos

(sub)nacionales a competencia internacional que opera en plataformas sociodigitales o bajo esquemas como VoD.⁴

El estudio de las representaciones mediáticas LGBTIQA+ sigue la misma tendencia que en otras regiones: ya no sólo enfatizan si hay o no representaciones dentro de los circuitos de contenidos –pues con el cambio sociocultural a su favor es clara la tendencia a su progresiva enunciación dentro de las narrativas mediáticas–, sino cuáles son las matrices socioculturales que reproducen o que intentan legitimar a través de estos nuevos contenidos que aspiran a ser referentes socioculturales de orden global (Olmedo Neri, 2025). Por lo anterior, su análisis tiene un carácter hermenéutico, privilegiando la interpretación del investigador –y su lugar de enunciación– sobre dichos productos culturales.

Con la metainvestigación es posible diferenciar dos niveles en los que se hace el análisis de las representaciones mediáticas: el primero prioriza el carácter productivo de la mercancía audiovisual; el segundo se enfoca en la representación mediática y su rol dentro del contenido en cuestión.

Así, en el primer nivel se desmenuza al emisor y las características de la ficha técnica de dicho producto cultural (país de origen, casa productora, director, medio, año, participantes, inversión, rentabilidad). Estos elementos se contextualizan y explican mediante la relación cultura-poder para comprender por qué surgió esa representación mediática en ese momento y de qué manera interviene su producción, distribución y consumo en el imaginario social de ese momento-lugar. Es decir, se construye una historiografía de los productos culturales donde se habla o no de las disidencias sexuales y de género, dependiendo el país, el medio y el año. Los datos permiten hacer análisis longitudinales con relación al cambio en cuanto a producción de estos bienes

4 Plataformas como Netflix, HBO Max o Prime estimulan una nueva cultura de consumo de orden urbano-global que pretende suprimir las fronteras políticas y diluir el conflicto de identidades a partir del consumo de productos y narrativas *mainstream*. Estas plataformas de VoD integran en su catálogo productos culturales donde hay una mayor visibilidad de las disidencias sexuales y de género. Aunque este impulso es útil, es necesario indicar que no son suficientes porque dichas representaciones muchas veces no convergen con las condiciones objetivas, corporales, materiales, históricas y culturales de las personas LGBTIQA+ latinoamericanas. Estos contenidos presentan historias y contextos de países desarrollados, lo cual genera rechazo por quienes no empatan con esas realidades; allí reside un campo especial, pues hoy no basta la existencia de representaciones mediáticas LGBTIQA+, sino cómo en ellas se manifiesta la dominación cultural del actual sistema-mundo. Ante esto, los medios nacionales han empezado a integrar y ajustar sus conceptos ideológicos al nuevo contexto sociocultural (Piñón, 2018; Olmedo Neri, 2025).

y la correlación de fuerzas que fomentan o limitan su visibilidad en el ecosistema mediático.

En el segundo nivel de análisis se desmenuza a la/el/le sujeto LGBTIQ+A representado a partir de su constitución *corporal* (peso, etnia, tono de piel, edad, estatura), *actitudinal* (estilo de vida, ideología, valores, comportamientos, autoproyección) y *relacional* (relevancia en la historia, si es protagonista, antagonista o ambiental, si se ejerce un proceso de *queerbaiting*⁵ o no, si tiene un final trágico o apegado al proyecto político ideológico que impulsa y empodera al movimiento social en el ámbito nacional e internacional).

Estos factores enriquecen el estudio porque estimulan la perspectiva interseccional sobre por qué no basta con que haya representaciones mediáticas de las personas LGBTIQ+A (lo cual es inevitable), sino cómo la dominación cultural persiste, ya que dichas representaciones priorizan historias y realidades en contextos hegemónicos (occidentales), en menoscabo de representaciones cercanas a audiencias de la periferia del actual sistema-mundo (Olmedo Neri, 2025).

Entonces, en Latinoamérica las representaciones mediáticas que circulan por Internet y el VoD pueden (re)producir el eurocentrismo, pues la mayoría de las personas LGBTIQ+A representadas legitiman los estándares occidentales (jóvenes, caucásicos, de clase media-alta, en contextos urbanos, en países desarrollados y altamente erotizados y sexualizados). Para un análisis crítico de las representaciones mediáticas LGBTIQ+A en Latinoamérica se debe considerar no sólo las razones que invisibilizan a estas comunidades, sino por qué las actuales representaciones omiten otras etapas (infancia, adultez o vejez), contextos socioeconómicos (clases medias o bajas) y temáticas (matrimonio, salud sexual, VIH/Sida, derechos culturales, desigualdades o historia del movimiento en el respectivo país, por ejemplo). En la Tabla 2 se ofrecen coordenadas para emprender un análisis de las representaciones mediáticas.

5 Mecanismo discursivo empleado en productos culturales para insinuar la existencia de personas LGBTIQ+A dentro de una historia sin que se compruebe o aclare explícitamente. Esta estrategia de *marketing* busca atraer la atención de audiencias LGBTIQ+A sin aclarar formal o narrativamente la existencia de este tipo de personajes, quedando en especulación. Dado el carácter capitalista de los medios, éstos emplean el *queerbaiting* para incrementar su tasa de ganancia sin comprometer su rentabilidad ante la potencial desestimación que harían aquellas audiencias conservadoras. Así, las representaciones mediáticas en las industrias culturales y creativas se producen bajo la siguiente regla del *mainstream*: ser lo suficientemente abiertos para atraer a las audiencias LGBTIQ+A, pero lo suficientemente conservadores para mantener a las audiencias tradicionales, todo para afianzar su ganancia al atraer ambos sectores con un mismo producto cultural.

Tabla 2. Tabla de operacionalización de representaciones mediáticas

Dimensión	Categoría	Subcategoría(s)	Observación
Producción	Producción	Año País Casa productora Género Duración Dirección	Fomenta el enmarcamiento sociohistórico del producto cultural analizado.
	Medio	Radio Cine Televisión Prensa Internet	Permite (re)construir una historiografía de la presencia LGBTIQ+ en cada medio de comunicación y descifrar el modelo de negocio que impulsa el reajuste de sus representaciones mediáticas.
Representación	Elementos interseccionales	Etnia Clase social Orientación sexual Identidad de género Expresión de género	Estimula el análisis sobre las matrices socioculturales que operan a través del contenido y la disputa simbólica en la que se hacen presente. Mediante las representaciones mediáticas se evidencian los soportes ideológicos que las enmarcan, por lo que permiten (d)enunciar nuevos niveles de desigualdad dentro del sistema-mundo. Además pueden mostrar procesos arbitrarios de sobrerrepresentación de algunas OSIEG en detrimento de otras.
	Elementos corpográficos	Peso Estatura Complejón Tono de piel Color de ojos	
	Dimensión actitudinal	Estilo de vida Ideología Valores Comportamientos Autoproyección	
	Dimensión relacional	Relevancia en la historia Tipo de personaje <i>Queerbaiting</i> Trama Final narrativo	Permite observar el papel de la representación mediática dentro de la historia, posibilitando la crítica sobre su rol en la narrativa del producto cultural y hacer una crítica desde un posicionamiento crítico.

Fuente: Elaboración propia

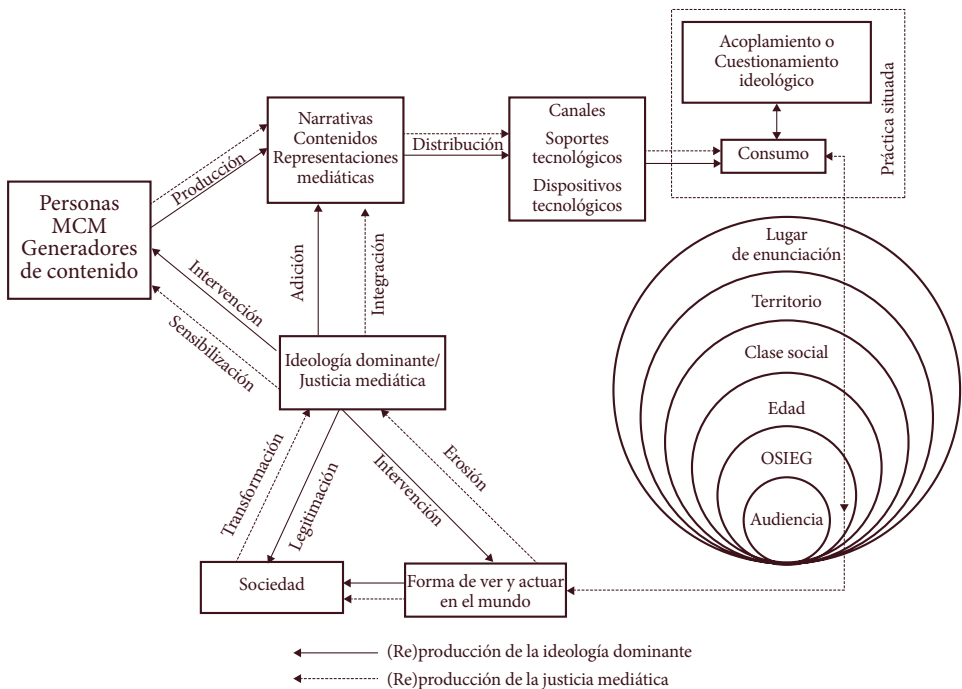
Finalmente, ambos niveles pueden analizarse de manera aislada o articulada, pues no operan en contradicción, sino en sinergia analítica. La

articulación o no dependerá de la pregunta de investigación, de los recursos disponibles y de los intereses de la persona investigadora.

Sobre las audiencias LGBTQIA+

Este subcampo presenta un menor desarrollo en América Latina, por lo que resulta fundamental proponer qué variables considerar a la hora de construir y analizar audiencias LGBTQIA+. Para esto es necesario pensar en la recepción y consumo cultural no como acciones específicas, sino como procesos amplios y heterogéneos de significación y (re)interpretación. En la Figura 1 se ofrece un esquema de cómo puede entenderse la recepción y el consumo cultural construido alrededor de los medios de comunicación.

Figura 1. Modelo de recepción y consumo cultural



Fuente: Elaboración propia

Se observa la producción de sentido (d)enunciada por los estudios culturales, pues los emisores producen y distribuyen tanto su visión como su posición respecto a las disidencias sexogenéricas, con el fin de que este sentido sea asimilado y naturalizado por las audiencias. Este proceso lineal y vertical puede verse interrumpido por las resistencias (in)conscientes ejercidas por aquellas audiencias que son directamente interpeladas mediante su representación mediática, pues su lugar de enunciación les otorga un conjunto de referencias que sintonizan o cuestionan el sentido producido y distribuido por los emisores (Wolf, 1985).

En el esquema las líneas intermitentes refieren a los procesos emancipadores emanados de la disputa entre el sentido situado y el sentido dominante. Así, las audiencias proyectan significados en las representaciones mediáticas, las cuales les permiten interpretar los mensajes a partir de las condiciones (in) materiales de su existencia (Stevenson, 1998).

Estos elementos cobran relevancia, pues cada uno de ellos desmonta el sentido producido por los medios contra el sentido adquirido por la audiencia. Así, los procesos pueden decantar en dos resultados: el primero es adjetivado como “ideal”, pues la audiencia asimilaría sin cuestionamiento el sentido distribuido a través de las representaciones mediáticas y con ello la hegemonía sobre estos grupos perduraría. El segundo resultado sería adjetivado como “disruptivo”, pues mostraría que la audiencia reconoce el carácter ideológico de dicha representación y no sólo lo rechazaría parcial o totalmente, sino que emprendería una lucha para hacer ver a los demás la injusticia que le sobreviene con este tipo de productos culturales.

En el segundo caso, se incitaría la justicia mediática, es decir, el cuestionamiento, rechazo y desplazamiento de aquellas representaciones mediáticas que operan bajo lógicas discursivas que alimentan la opresión sobre los grupos subalternos en aras de reconfigurar las desigualdades sistémicas que les aqueja de manera cotidiana.

Así, la construcción de audiencias LGBTIQ+ no escapa a las variables “clásicas” como edad y sexo. No obstante, pensar en una audiencia LGBTIQ+ obliga a reordenar las variables e incluir otras que, desde una perspectiva situada, son estratégicas para entender la recepción y el consumo cultural. Así, la primera variable es el ensamblaje sexoidentitario, es decir, los criterios que el sujeto prospectado como audiencia considera respecto a su orientación sexual, identidad y expresión de género (OSIEG).

Esta variable, compuesta por tres categorías dialécticas, debe priorizarse, pues a partir de ella se tendrá claridad sobre a qué comunidad disidente se quiere llegar y la profundidad de la investigación. A partir de la metainvestigación se presentan algunas categorías (Tabla 3) que cobran sentido a la hora de conceptualizar y delimitar a una audiencia LGBTIQ+.

Tabla 3. Categorías para constituir una audiencia LGBTIQ+

Categoría	Relevancia
OSIEG	Opera e interviene en el consumo cultural de un producto, pues cada comunidad tiene agendas, proyectos y obstáculos específicos que derivan de la violencia diferenciada que sufren. Se puede optar por construir una audiencia homogénea (una audiencia gay o trans) o heterogénea (diversas OSIEG en una misma audiencia). Optar por una audiencia homogénea profundizará en los procesos de un grupo particular; si es una heterogénea, se ampliará la capacidad analítica en contextos diversos.
Edad	Dada la heterogeneidad en las trayectorias biográficas, el producto cultural tendrá diversas interpretaciones dependiendo la edad. Mientras que las infancias y las juventudes pueden ser más receptivas a contenidos emancipadores, para personas adultas o de la tercera edad pueden resultar menos atractivas, por ejemplo.
Clase social	Enmarca la interpretación del producto en función de las condiciones materiales de la audiencia en cuestión, mostrando campos relevantes en cuanto a diferenciación social. La clase social es clave para comprender la percepción sobre las comunidades LGBTIQ+ en contextos familiares.
Territorio	Ofrece una riqueza analítica relevante, pues la aceptación o rechazo de personas LGBTIQ+ varía en función del territorio (urbano, semiurbano, semirural o rural). Esto interviene en la interpretación y la factibilidad de un sentido común entre las audiencias y su realidad.
Lugar de enunciación	Es el espacio determinado y determinante de la forma de ver, entender y participar en el mundo; se conforma de manera interseccional con la suma de las demás categorías.

Fuente: Elaboración propia.

Las variables presentadas son consideradas básicas para la construcción de una audiencia LGBTIQ+. Sólo a través del trabajo de campo podrán incluirse nuevas variables o cambiar el orden, siempre en función de su utilidad para la investigación que las emplea.

Más allá de estos elementos, es importante mencionar que no basta con saber qué contenidos consumen las personas LGBTIQ+ en América Latina, sino que se requiere conocer las condiciones materiales, contextuales e ideológicas que enmarcan/condicionan la práctica situada que representa el consumo de estos productos culturales. Pensar en las prácticas de consumo en relación con su visibilidad/ clandestinidad en el espacio público, a su apertura/

tabú como tema de conversación, a su consumo individual/colectivo o el lugar privado/familiar/público de su realización adquiere importancia para una audiencia que históricamente ha luchado por hacerse de un lugar legítimo y digno dentro de la sociedad.

Articular estos elementos permitirá descifrar las prácticas de consumo cultural que desarrollan estas poblaciones y explicar cuáles son las singularidades sociohistóricas que promueven esas prácticas y no otras en América Latina.

Conclusión y agenda a futuro

La relevancia de las personas LGBTQIA+ en Latinoamérica obliga a que las agendas de investigación construyan campos que pongan atención en estas comunidades; en la comunicación, los estudios relativos a este sector poblacional son escasos, por lo que en este trabajo se ofrecieron elementos teórico-conceptuales para contribuir a su institucionalización desde esta ciencia social.

A partir de una metainvestigación se han aportado elementos a considerar para apostar por un abordaje comunicacional de las disidencias sexuales y de género en América Latina. Para ofrecer estos elementos se recurrió a los estudios culturales, desde donde se evidenció la disputa simbólica y de sentidos que se da en los intersticios de la comunicación y la cultura. Después, se dieron elementos a considerar para el análisis de las representaciones mediáticas de estas comunidades y para pensarlas como audiencias emergentes y activas.

Las reflexiones presentadas son enriquecedoras, pues las condiciones ontológicas, estructurales y socioculturales presentes en la región intervienen de forma peculiar en cómo las disidencias sexuales y de género disputan la forma en que son representadas y las maneras en que desarrollan el consumo cultural de esas narrativas. En ambos casos existe evidencia de que actualmente las comunidades LGBTQIA+ están impulsando lo que aquí se ha definido como justicia mediática.

La justicia mediática adquiere un acento digital, lo cual obliga a replantear las fronteras epistemológicas de las audiencias, para que dicho concepto no pierda legitimidad ni vigencia en el estudio de la realidad latinoamericana.

Finalmente, al pensar en el futuro de la comunicación en esta región, salta a la vista que una agenda latinoamericana en este campo no debe –ni puede– olvidar el compromiso ético-político que se ejerce mediante la generación de

conocimiento científico-social, por lo que dicha agenda no puede ser ajena a las problemáticas que vivencian los grupos subalternos de la región. Entonces, enunciar a las poblaciones LGBTQIA+ como productoras, gestoras y consumidoras de comunicación y cultura implica hacer un acto de justicia mediática que permita construir un espacio para que las disidencias sexuales y de género sean enunciadas e investigadas por y para sí mismas.

Referencias

- Ankuash-Kaekat, L. y Cárdenas-Arichabala, B. (2023). El discurso homofóbico en los medios de comunicación: una mirada crítica. En A. Torres-Toukourmidis, A. De-Santis y D. Vintimilla (Coords.), *El discurso de odio en los medios de Ecuador* (pp. 11-26). Abya Yala-UPS.
- Barahona Krüger, P. (2009). Justicia mediática. *Revista Jurídica ius Doctrina*, 2(3), 1-12.
- Cospito, G. (2022). Hegemonía. En G. Liguori, M. Modonesi y P. Voza (Eds.), *Diccionario Gramsciano (1926-1930)* (pp. 24-251). UNICAPress.
- Domínguez-Ruvalcaba, H. (2019). *Latinoamérica Queer. Cuerpo y política Queer en América Latina*. Ariel.
- Fernández, A. G. y Paredes, A. M. (2016). La diversidad sexual y su representación a lo largo de la historia de las telenovelas argentinas. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 2(1), 1-10.
- Fuentes Navarro, R. (2022). Trayectorias sobre el campo en el campo: meta-investigación académica de la comunicación en México. *Comunicación y Sociedad*, 1-32. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8538>
- Fuentes Navarro, R. (2019). Investigación y meta-investigación sobre comunicación en América Latina. *MATRIZES*, 13(1), 27-48. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v13i1p27-48>
- Hall, S. (1980). Encoding, decoding. En S. H. Hall, A. Lowe, y P. Willis, *Culture, Media, Language* (Eds.), *Working Papers in Cultural Studies 1972-79* (pp. 129-139). Londres: Hutchinson. <https://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/72.pdf>
- Hall, S. y Mellino, M. (2011). *La cultura y el poder. Conversaciones sobre los cultural studies*. Amorrortu.

- Hartley, J. (1997a). Cultura. En T. O'Sullivan, J. Hartley, D. Saunders, M. Montgomery y J. Fiske (Comps.), *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales* (pp. 87-90). Amorrortu.
- Hartley, J. (1997b). Hegemonía. En T. O'Sullivan, J. Hartley, D. Saunders, M. Montgomery y J. Fiske (Comps.), *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales* (pp. 172-174). Amorrortu.
- Hartley, J. (1997c). Representación. En T. O'Sullivan, J. Hartley, D. Saunders, M. Montgomery y J. Fiske (Comps.), *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales* (pp. 307-308). Amorrortu.
- Instituto Federal de Telecomunicaciones IFT] (2023). *Estudio representación de la diversidad sexual en contenidos audiovisuales*. IFT.
- Jensen, K. B. (2014). La recepción de los medios. Tradiciones cualitativas. En K. B. Jensen (Ed.), *La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa* (pp. 273-293). FCE.
- Kellner, D. (2020). *Media Culture. Cultural Studies, Identity, and Politics in the Contemporary Moment*. Routledge.
- Kellner, D. (2011). *Cultura mediática. Estudios Culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno*. Akal.
- Lull, J. (2009). *Medios, comunicación, cultura*. Amorrortu.
- Maigret, E. (2024). *Sociología de la comunicación y de los medios*. FCE.
- Mattelart, A. y Neveu, E. (2004). *Introducción a los estudios culturales*. Paidós.
- Medina Trejo, J. A. (2015). *Representación social de los homosexuales en los medios de comunicación: devenir, estigmas y la lucha por la igualdad*. UACM.
- Mezo González, J. C. (2025). La prensa de liberación homosexual en la Ciudad de México: Una lectura transnacional (1979-1983). *Historia Mexicana*, 74(3), 1317-1360. <https://doi.org/10.24201/hm.v74i3.4856>
- Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu.
- Olmedo Neri, R. A. (2025). Análisis de representaciones mediáticas LGBTIQ+ en ocho plataformas de Video on Demand (VoD) en México. *Dixit*, 39, 1-19, e4520. <https://doi.org/10.22235/d.v39.4520>
- Olmedo Neri, R. A. (2023). LGBT+ digital activism. Notes for a communication conceptualization. *Journal of Latin American Communication Research*, 11(2), 157-179. <https://doi.org/10.55738/journal.v11i2p.157-179>
- Olmedo Neri, R. A. (2022). Medios LGBT+ en Internet: experiencias de comunicación e información en México. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 31(62), 41-59. <https://doi.org/10.20983/noesis.2022.2.3>

- Orozco, G. (2011). La condición comunicacional contemporánea. Desafíos latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red. En N. Jacks (Coord.), *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectiva al futuro* (pp. 377-408). CIESPAL.
- Orozco, G. y González, R. (2011). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. Tintable.
- Orozco, G. (2021). *Análisis de contenido de la representación de personas de la diversidad sexual en contenidos audiovisuales*. IFT.
- Palomero Sanz, D. (2023). Comunicación con perspectiva de género: empoderamiento y desafíos en Chile. *Hologramática*, 1(39), 31-44. <http://revistas.unlz.edu.ar/ojs/index.php/rholo/article/view/73>
- Peña Fernández, S., Lazkano Arrillaga, I. y Larrondo Ureta, A. (2019). Medios de comunicación e innovación social. El auge de las audiencias en el entorno digital. *Andamios*, 16(40), 351-372. <https://doi.org/10.29092/uacm.v16i40.710>
- Pérez, D. (2018). *Imparables. Radiografía de organizaciones, medios de comunicación y estado de los derechos de las comunidades LGBTQIA+ en América Latina*. Distintas Latitudes.
- Piñón, J. (2018). Estados Unidos: *El Señor de los Cielos se impone*. En M. I. Vassallo de Lopes y G. Orozco Gómez (Coords.), *OBITEL 2018. Ficción Televisiva Iberoamericana en Plataformas de Video on Demand* (pp. 229-259). GLOBO-Editora Sulina.
- Rodríguez Alzueta, E. (2000). La justicia mediática. *Revista Jurídica del Centro de Estudiantes de Derecho*, 35-40.
- Stang Alva, F. (2019). La diversidad sexual y de género en censos y encuestas de América Latina: entre la invisibilidad y la lógica heteronormativa. *Nota de Población*, (108), 221-243.
- Stevenson, N. (1998). *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Amorrortu.
- Wolf, M. (1985). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Paidós.

