

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 50, año 2026. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-10176-23-2

Diversidades LGTBIQ+ en una esfera digital hostil Resistencias políticas frente a decisiones algorítmicas (2026)

Amparo Huertas-Bailén; Celina Navarro-Bosch (editoras)

Separata

Capítulo 1

Título del Capítulo

«Retos metodológicos para escapar de la investigación instrumental»

Autoría

Amparo Huertas-Bailén;
Luiz Peres-Neto
Ana González-Neira

Cómo citar este Capítulo

Huertas-Bailén, A.; Peres-Neto, L.; González-Neira, A. (2026): «Retos metodológicos para escapar de la investigación instrumental». En Huertas-Bailén, A.; Navarro-Bosch, C. (eds.), *Diversidades LGTBIQ+ en una esfera digital hostil. Resistencias políticas frente a decisiones algorítmicas*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
ISBN: 978-84-0176-23-2

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c1.emcs.50.cyg5>



El libro *Diversidades LGTBIQ+ en una esfera digital hostil. Resistencias políticas frente a decisiones algorítmicas* está integrado en la colección «Comunicación y Género» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

¿Cómo se relacionan las identidades LGTBIQ+ con las plataformas digitales y los contenidos informativos? ¿Qué papel desempeñan los algoritmos en su visibilidad, representación y percepción?

En un entorno social marcado por la polarización ideológica y una actualidad política que suele colocar los colectivos LGTBIQ+ en el foco de discusión, nos propusimos analizar los hábitos de consumo informativo. En un entorno tecnológico donde la lógica algorítmica determina qué es lo que tenemos que ver en forma de «recomendaciones personalizadas», nos planteamos ahondar sobre la percepción de la formación de los públicos.

Como resultado, *Diversidades LGTBIQ+ en una esfera digital hostil* perfila unos colectivos altamente interesados en la actualidad política, temerosos del linchamiento digital que puede suponer exhibir las opiniones y con una elevada capacidad crítica a la hora de detectar cómo las plataformas refuerzan lo heteronormativo y, especialmente en el ámbito publicitario, el binarismo tradicional.

Este libro, que incluye dos capítulos dedicados respectivamente a las personas trans y a las mujeres lesbianas, se inscribe en los estudios LGTBIQ+. Lejos de idealizaciones estereotipadas y de alucinaciones algorítmicas, el texto aborda el espacio digital como un lugar no idílico. Al poner el foco en los colectivos LGTBIQ+, ese paisaje emerge de forma instantánea.

Diversidades LGTBIQ+ en una esfera digital hostil

colección «COMUNICACIÓN Y GÉNERO»

Colección dirigida por:

Leonarda García-Jiménez (Universidad de Murcia).

Amparo Huertas-Bailén (Universitat Autònoma de Barcelona).

Teresa Vera-Balanza (Universidad de Málaga).

Amparo Huertas-Bailén
Celina Navarro-Bosch
(editoras)

Diversidades LGTBIQ+ en una esfera digital hostil

Resistencias políticas frente a
decisiones algorítmicas



Salamanca, 2026

1ª edición: Salamanca (España), 2026.

Este libro surge de la colaboración de dos proyectos:

- POINTAP: «Polarización social e interculturalidad: el seguimiento de la actualidad política por parte de la juventud migrante y autóctona desde una mirada interseccional» (PID2021-125032OB-I00), financiado por Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades / Agencia Estatal de Investigación / 10.13039/501100011033/FEDER/UE
- ALCOM: «Percepción y generación de conocimiento sobre los algoritmos de personalización en las plataformas digitales de comunicación» (PID2023-148682OA-I00), financiado por Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades / Agencia Estatal de Investigación / 10.13039/501100011033/FEDER/UE



Diseño y producción gráfica: PEPA PELÁEZ, Editora.

Del texto: © by Los Autores, 2026.

Este libro ha sido publicado bajo Licencia Creative Commons
CC BY-NC-ND



De esta edición:

COMUNICACIÓN SOCIAL EDICIONES Y PUBLICACIONES, sello propiedad de:

© by PEDRO J. CRESPO, EDITOR y PEPA PELÁEZ, EDITORA (2026).

Contacto:

Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca, España.

Taller editorial y almacén:

c/ Escuelas, 16. 49130 Manganeses de la Lampreana (Zamora, España).

info@comunicacionsocial.es

<https://www.comunicacionsocial.es>

ISBN: 978-84-10176-23-2

Depósito Legal: DL S 405-2026

Impreso en España. *Printed in Spain*

Sumario

Introducción	9
<i>por Amparo Huertas-Bailén; Celina Navarro-Bosch</i>	
Referencias bibliográficas	18
 1. Retos metodológicos para escapar de la investigación instrumental	 21
<i>por Amparo Huertas-Bailén; Luiz Peres-Neto; Ana González-Neira</i>	
Introducción	21
La mirada investigadora sociotecnológica	26
La identidad como proceso: sexo, género y orientación sexual	29
Socialización de género en redes sociales y heteronormatividad	31
Estereotipos vs. contrapúblicos	33
Discusión final	36
Referencias bibliográficas	38
 2. Hábitos de consumo de información política entre jóvenes LGTBIQ+: entre la búsqueda y la recomendación	 41
<i>por Amparo Huertas-Bailén; Ana González-Neira; Natalia Quintas-Froufe</i>	
Introducción	41
Jóvenes, desinformación y «género personalizado»: experiencias y mediaciones	44
El estudio del consumo informativo desde la perspectiva de género	47
Midiendo el interés en la actualidad política	48
Fuentes de información y experiencias algorítmicas	51

Exposición de las opiniones sobre temas políticos	54
Discusión final	56
Referencias bibliográficas	59
3. El rol político de jóvenes LGTBIQ+ ante la polarización digital	63
<i>por Adolfo Carratalá; Luiz Peres-Neto; Gonzalo Iturregui-Gallardo</i>	
Introducción	63
Desinformación y polarización como herramientas desestabilizadoras de la esfera pública	64
Comunidad LGTBIQ+ y comunicación digital: entre la exclusión y la resiliencia	67
El consumo situado de las audiencias: interseccionalidad y comunicación	70
Desconfianza sistémica y estrategias de supervivencia: entre el desencanto político y la migración digital	72
Fracturas identitarias y vulnerabilidad interseccional: de la polarización intragrupal a la autodefensa migrante	75
Resistencias y contranarrativas: de la micropolítica al rol de influencers	78
Discusión final	79
Referencias bibliográficas	83
4. Publicidad algorítmica y estereotipos de género: percepciones de las identidades LGTBIQ+	87
<i>por Celina Navarro-Bosch; Esmeralda A. Vázquez-Tapia; Gemma Gómez-Bernal</i>	
Introducción	87
Publicidad y sesgos de género en los algoritmos, una tradición amplificada	90
Reproducción de estereotipos de género y homonormatividad corporal	95
Binarismo y malgenerización algorítmica como violencia estructural	97
La tensión algorítmica: entre la vigilancia y la invisibilización comercial	99
Discusión final	101
Referencias bibliográficas	103

5. Visibilidad trans y mediación algorítmica: marcos de representación y procesos de percepción en plataformas digitales	109
<i>por Gemma Gómez-Bernal; Fernanda Pires</i>	
Introducción	109
Cultura algorítmica: mediación y visibilidad de las identidades trans	111
El contacto parasocial	114
Una metodología pensada para abordar la mediación algorítmica	117
Marcos de representación trans en entornos digitales: Youtube, TikTok e Instagram	119
Percepción de las representaciones trans en entornos digitales: Youtube y Tiktok	124
Discusión final	128
Referencias bibliográficas	130
 6. Desafiando la heteronormatividad: La percepción de las mujeres lesbianas y sus estereotipos en redes sociales	 135
<i>por Alanis Marin-Chan; Fernanda Pires; Celina Navarro-Bosch</i>	
Introducción	135
Sistemas de recomendación de contenidos en redes: sesgos y estigmatización	138
Lesbianismo y representación social: identidades y estereotipos	140
Los estereotipos de las mujeres lesbianas en contenidos mediáticos y digitales	142
Resistencia a la heteronormatividad y búsqueda de visibilidad de contenidos lésbicos	146
El canon neoliberal: belleza, dinero y falta de interseccionalidad	148
Homogeneidad y estereotipos de género	152
Discusión final	154
Referencias bibliográficas	157

Retos metodológicos para escapar de la investigación instrumental

Amparo Huertas-Bailén

Universitat Autònoma de Barcelona

Luiz Peres-Neto

Universitat Autònoma de Barcelona

Ana González-Neira

Universidade da Coruña

Introducción

Aunque consideramos que ya no debería ser necesario explicar por qué se ha de prestar atención al colectivo LGTBIQ+ en el marco de los estudios de audiencias, desgraciadamente sigue siendo oportuno aprovechar cualquier ocasión que se pueda dar para hacerlo, por breve o reducida que esta sea. Y, en la introducción de este capítulo, no podíamos hacer una excepción. Son varias las razones que podríamos expresar, pero nos centraremos en los dos ejes críticos que consideramos esenciales.

En primer lugar, la necesidad de estudiar este grupo social sigue siendo cuestionada por quienes identifican la lucha por sus derechos como una ideología carente de fundamento —la desacertada noción de «ideología de género»—, expresando así su rechazo a la diversidad apelando, ni más ni menos, que a la negación de su existencia, a su anulación o borrado. Las políticas de igualdad y equidad de género han formado parte de la base de los sistemas democráticos, pero el auge a gran escala de los movimientos anti-género, potenciado por el crecimiento de la extrema derecha, es cada vez más preocupante. Los estudios disponibles hablan de los posicionamientos «anti-género» como una reacción clara contra el proceso de secularización en Occidente, aunque lo cierto es que los vínculos entre religión y política nunca han llegado a desaparecer, tampoco en Europa (Venegas, 2025; Monod, 2015).

En segundo lugar, la transformación digital no ha supuesto la eliminación de la desigualdad, sino que solo la ha transformado y, en este emergente ecosistema comunicativo, los individuos LGTBIQ+ siguen estando entre los perfiles más vulnerables. Es cierto que los entornos digitales son un nuevo lugar para expresarse y ganar visibilidad, pero al mismo tiempo eso les convierte en fácil presa de insultos y amenazas por parte de personas intolerantes y agresivas. Una prueba evidente es la proliferación de discursos de odio y amenazas dirigidos al colectivo en el espacio público digital (Barbosa; Arcila; Sánchez-Holgado, 2025; Sánchez Salas, 2026).

Según el informe «Estado del Odio 2026», de la Federación Estatal de Lesbianas, Gais, Trans, Bisexuales, Intersexuales y más (FELGTBI+), la percepción del odio entre la población LGTBIQ+ se ha incrementado en al menos 8 puntos porcentuales desde 2024. Y lo que es, si cabe, todavía más preocupante: este mismo estudio aclara que el aumento en la percepción es acorde con un incremento real. En el caso de las redes sociales, el documento apunta que 4 de cada 10 personas LGTBIQ+ han sido atacadas en ese espacio digital. Se trata de un estudio basado en una muestra de 800 personas. Y, salvo raras excepciones, estos ataques no suelen llegar a ser parte del contenido de los medios informativos. Es más, la aparición en prensa hasta puede ser contraproducente, como le sucedió a la actriz Karla Sofía Gascón, quien en 2025 denunció sentirse perseguida en las redes por ser una mujer trans. Al ser la protagonista de una película que consiguió destacar en premios y festivales, *Emilia Pérez* (Jacques Audiard, 2024), Gascón recibió una alta atención mediática, que no hizo otra cosa que aumentar esa tensión.

Pero hay otro asunto que quizá todavía llame más la atención que lo planteemos en esta introducción: ¿por qué sigue siendo necesario investigar los medios de comunicación? En la actualidad, los medios tradicionales conviven con otras propuestas muy diferentes, como por ejemplo los pseudomedios (medios que se presentan como periodísticos pero que responden exclusivamente a los intereses de determinados grupos de presión

políticos) o las personas *influencers* (Palau-Sampio; Carratalá, 2022). Por no hablar de los perfiles o canales falsos creados expresamente para expandir desinformación y mensajes negacionistas sobre hechos científicamente comprobados, como el cambio climático o la forma del planeta Tierra. A raíz de esta dispersión y heterogeneidad de los contenidos que ahora son accesibles, en el ámbito de los estudios de audiencia ya se comienza a hablar de preferencias, en sustitución de la noción «gustos culturales», que apuntaba a consumos más estables y definidores de la identidad personal. O, en relación con la experiencia de consumo, la progresiva implantación del flujo continuado de breves mensajes audiovisuales está provocando que poco a poco se vaya perdiendo el placer de esperar hasta el cierre de una historia para conocer su resolución, característica propia de la recepción de la narrativa clásica audiovisual (Bolter, 2025).

Esta nueva realidad nos obliga a resituar los medios. Para empezar, conviene abandonar las perspectivas teóricas medio-céntricas, aquellas que fijan la mirada exclusivamente en los medios de comunicación tradicionales despreciando el resto de oferta de contenidos y, muy especialmente, cuando vienen apoyadas en la nostalgia y recuerdan el pasado como un momento idílico. Estamos ya muy lejos del entorno que describió Roger Silverstone cuando también se hizo esta misma pregunta sobre el interés en el conocimiento de los medios recién estrenado el siglo XXI: «Debemos estudiar los medios porque son centrales en nuestra vida cotidiana. Estudiarlos como dimensiones sociales y económicas del mundo moderno. Estudiarlos en su ubicuidad y complejidad. Estudiarlos en su aporte a nuestra capacidad variable de comprender el mundo, elaborar y compartir significados» (Silverstone, 2004: 15).

No se trata de abandonar el estudio de los medios sino de algo quizá todavía más difícil, enfrentarnos a una realidad comunicativa mucho más compleja. El nuevo panorama digital conduce a la necesidad de observar las relaciones (independientes y transversales) que las audiencias mantienen con todos los agentes comunicativos a los que hoy tiene acceso. Por

ejemplo, es oportuno profundizar sobre el conocimiento que tienen acerca del funcionamiento de las plataformas (mediaciones algorítmicas), sobre la manera en que las personas se relacionan entre sí en espacios marcados por contenidos que se dirigen a lo emocional en un contexto sociopolítico polarizado o sobre los usos y funciones que asignan a cada vía de información o entretenimiento, pues no todas las plataformas ofrecen el mismo tipo de contenidos ni presentan las mismas condiciones de creación. danah boyd apunta a una transición desde los medios sociales hasta los medios parasociales, idea que describe muy bien la realidad de la que aquí partimos: «Nosotros no estamos usando los medios para socializar; nosotros socializamos en los medios, a través de los medios y usando los medios» (boyd, 2026: 1).

La noción de «prosumer», presentada por Alvin Toffler en su libro *El 'shock' del futuro* (1973) y ampliamente citada, incidía en el hecho de que los públicos no solo consumen, sino que también producen contenidos. Este concepto, tan aplaudido, resulta hoy en día del todo ingenuo. Es cierto que ahora los públicos dialogan y reaccionan en abierto en las plataformas digitales, pero solo lo pueden hacer bajo las condiciones de creación y distribución marcadas por el sistema. Quizá esta idea bebió de los discursos idílicos que en un inicio relacionaron las redes digitales con la democratización de la información, pero esas propuestas teóricas han quedado totalmente desdibujadas. Con el paso del tiempo, las redes sociales han dejado de ayudar a la creación de comunidades para pasar a buscar el mayor volumen de público posible en torno a temas de interés concretos (Gerbaudo, 2024). La buena recepción del consumo en flujo, con gran potencial comunicativo a nivel global como ha quedado demostrado con el éxito de TikTok, lo ha facilitado enormemente.

Pero ¿cómo funciona el sistema? La lógica algorítmica está desplazando el agenciamiento humano. Ahora el alcance de los contenidos viene determinado por mediaciones que actúan sobre catalogaciones temáticas algorítmicas que, desde la perspectiva de género, aplican la tradicional división en-

tre contenidos masculinos y contenidos femeninos. Las recomendaciones personalizadas se construyen a partir de la información que aportan las personas usuarias al crear un perfil (declarar el género es una de las opciones), por la ubicación del consumo (geolocalización) y por la actividad digital realizada (historial de actuaciones), pero los contenidos que se rastrean para delimitar las recomendaciones personalizadas están clasificados en términos binarios. Así, aunque el resultado sea un consumo hiperfragmentado, que apela a la personalización del contenido como ventaja irrenunciable, lo cierto es que unos contenidos tienen más posibilidades de aparecer en las recomendaciones personalizadas que otros y la automatización algorítmica actúa bajo criterios morales muy cuestionables, tal y como queda reflejado en los sesgos que aparecen en los contenidos recomendados (de género, de edad, de etnia...). Por otra parte, desde la perspectiva de las personas usuarias, la sencillez del manejo de este sistema hace creer al individuo que todo lo tiene bajo control y la facilidad con la que recibe una ingente variedad de contenidos a partir de búsquedas personalizadas parece propiciar la anulación de cualquier postura crítica, siempre necesaria para interpretar los contenidos o identificar la presencia de esos sesgos (Andersen, 2020; García-Orosa *et al.*, 2023; Gerbaudo, 2024; Jones, 2023; Lomborg; Kapsh, 2020).

Resulta interesante destacar que es tras desplazamientos geográficos, ya sea por turismo o emigración, cuando el individuo parece percibir más fácilmente que no todo es controlable, al quedar en evidencia al menos uno de los criterios que sigue la lógica algorítmica, el de la geolocalización. Cuando el individuo intenta mantener los hábitos de consumo digital previos a ese desplazamiento, se encuentra con muchas dificultades.

En definitiva, es obvio que estudiar las audiencias hoy en día no es solo abordar un reto tecnológico. No se trata de estudiar únicamente los potenciales usos de la abundante tecnología doméstica a la que se tiene acceso sino más bien, y sobre todo, de analizar las consecuencias sociales. Entender el comporta-

miento de los públicos supone asumir una mirada sociotecnológica: «La tecnología es un producto sociotécnico, conformado por las condiciones de uso y creación» (Wajcam, 2006: 56).

La mirada investigadora sociotecnológica

Desde nuestro punto de vista, asumir la perspectiva sociotecnológica implica reflexionar en torno a múltiples y diversos factores. Eso sí, vinculados todos ellos con cuestiones muy relevantes, como son la definición de paradigmas teóricos, el tipo de investigación que hoy puede realizarse y la búsqueda de impacto social final.

En relación con el ámbito teórico, creemos que la siguiente pregunta resume muy bien lo que en relación con este asunto queremos exponer: ¿qué nuevos conocimientos se precisan sobre el consumo mediático-digital? En términos generales, podemos decir que la mayor parte de los estudios ahondan, aunque no siempre se indique de forma explícita, en la búsqueda de la fórmula del éxito; por ejemplo, intentando definir la mejor estrategia comunicativa, el formato más efectivo o los recursos persuasivos más eficaces. Al diagnosticar un ecosistema comunicativo digital marcado por una fuerte competencia y una elevada hiperpersonalización con la implantación de las recomendaciones algorítmicas, no ha de sorprendernos que muchas de las investigaciones se centren en intentar aportar pistas sobre cómo conseguir proyectos comunicativos capaces de atrapar la atención de los públicos. Esta es una preocupación que aparece tanto en el ámbito profesional como en el de la investigación académica, cuyas soluciones cada vez son más difíciles de atrapar dadas las continuas hibridaciones de géneros y formatos en un contexto donde la fama es algo ya demasiado volátil como efecto del dominio de la viralización, que propicia el éxito efímero.

Al fijar la mirada en el potencial de las investigaciones que ahora pueden realizarse, nos surge una segunda pregunta, que en realidad complementa la anterior: ¿qué conocimiento

sobre los públicos digitales es posible alcanzar? A medida que el agenciamiento humano va siendo sustituido por la lógica algorítmica, los estudios sobre el consumo cultural se han ido adaptando a esa transformación de una forma orgánica, sin darse apenas un cuestionamiento abierto. A pesar de que esta transformación ha afectado todas las fases que conlleva el desarrollo de un proyecto, desde el diseño metodológico hasta el enfoque desde el que se define el objeto de estudio, todavía no se ha dado la discusión profunda que esto merece. No obstante, parece que este debate empieza a despuntar. Un ejemplo lo encontramos en torno al uso de la Inteligencia Artificial (IA) como herramienta metodológica, sobre todo en relación con trabajos cualitativos. Chatzichristos (2025) reflexiona sobre cómo la IA está provocando la transición desde teorías que intentan atrapar largos procesos de recepción a paradigmas más constructivistas y positivistas. El autor también observa una clara brecha generacional, pues los equipos investigadores compuestos por seniors se muestran mucho más escépticos.

Pero retomemos la segunda pregunta planteada. Un posible punto de partida para darle respuesta es pensar sobre cómo las decisiones de los propietarios de las plataformas condicionan los estudios realizables, pues son ellos quienes deciden, del conjunto de datos que tienen acerca de las interacciones digitales que realizan los usuarios, qué información ceden a los equipos de investigación y qué datos rechazan compartir u ocultan. Las aplicaciones que ponen a nuestra disposición las plataformas no solo determinan cuestiones técnicas, también afectan al tipo de conocimiento que pueden hacer emerger. En realidad, de entrada, ya son determinantes de algo tan esencial como son los temas sobre los que es factible investigar.

Por si alguien tuviera dudas, aclaramos que no estamos planteando el problema desde el rechazo a las posibilidades tecnológicas como herramientas de análisis. Lo que proponemos es pensar acerca de qué modo la tecnología disponible condiciona aspectos tan importantes como la problematización de los asuntos a analizar o cuestiones como la propia manera de

definir los públicos. En la actualidad, los equipos de investigación podemos analizar un ingente volumen de información gracias al registro de infinitos rastros digitales cedidos por las plataformas, a lo que se añade el desarrollo de un software de análisis cada vez más sofisticado, de utilidad tanto para trabajos cuantitativos como cualitativos. Pero los riesgos que anunció Sonia Livingstone (2019) siguen ahí: la parcialidad y la descontextualización de la información analizada. Por un lado, la abundancia de datos parece llevarnos a olvidar que estos también pueden ser parciales o sesgados, algo muy preocupante pues afecta al rigor científico final. Es como si se tendiera a considerar que una gran cantidad de datos garantiza automáticamente la total representatividad. Y, por otro lado, la falta de referencias locales, temporales e, incluso, personales que ayuden a identificar, clasificar y sistematizar los datos analizados limita la interpretación de los resultados, al menos en comparación con las prácticas sociológicas tradicionales basadas en la correlación de fenómenos con variables clásicas, como las de carácter sociodemográfico.

Finalmente, con el foco ya puesto en el impacto social final que ha de esperarse de cualquier estudio, planteamos esta cuestión: ¿de qué manera podemos contribuir a una sociedad abierta y tolerante desde la investigación? Cuando se abordan problemas, experiencias y percepciones de comunidades vulnerables, considerar el impacto social final es una tarea todavía más obligada si cabe. Junto a la necesidad de un pensamiento situado (Haraway, 1988), esta es una cuestión ineludible, que no siempre se ha perfilado de forma clara en Sociales y Humanidades. Ahora, cuando ya es factible realizar estudios sociales recurriendo al análisis de rastros digitales y sin consultar de forma directa a una muestra poblacional, es urgente abordarla. Por suerte, parece que el sistema universitario está cada vez más preocupado por cómo hacer llegar su trabajo de forma directa a la ciudadanía. Una prueba es el debate actual sobre cómo tratar de forma diferenciada, pero igualando el nivel de reconocimiento, la transferencia social (difusión a la población directamente afectada por el tema de estudio y al público en

general) y la divulgación científica (difusión en entornos de investigación y especializados). Por tanto, se vislumbra la posibilidad de poder avanzar en esta dirección en un momento histórico donde, además, urge una completa redefinición del papel de la universidad.

Queda en evidencia que todas son preguntas de peso y que, además, todas están estrechamente relacionadas entre sí. Todas ellas tienen en común la defensa de una investigación alejada de lo meramente instrumental, siguiendo la recomendación de Lovink (2019).

La identidad como proceso: sexo, género y orientación sexual

La identificación y clasificación de las personas LGTBIQ+ en los estudios disponibles suele partir de la aplicación de tres criterios binarios asentados en el ámbito médico (psicológico y psiquiátrico) y del derecho. Estos son: sexo, género y orientación sexual. La noción de sexo hace referencia a la función reproductiva. La idea de género recoge los aspectos socioculturales que permiten diferenciar entre comportamientos masculinos y femeninos. Y, por último, la orientación sexual se refiere a la atracción emotiva, afectiva y erótica hacia otras personas.

Los trabajos que abordan la diversidad social con una mirada inclusiva parten de la aceptación del uso simultáneo de estos tres criterios. Aceptar este planteamiento implica abandonar la discusión de si la identidad es una cuestión de elección o es un resultado biológico, pues este es un planteamiento propio de quienes se oponen a la teoría queer/cuir (Le Vay, 1996). Pero esta tríada tampoco está exenta de limitaciones. Para Bernini (2017) resulta paradójico pensar que, aunque su uso tiene como intención huir de la centralidad de la sexualidad a la hora de definir la identidad del individuo, no evita que continúe dándose el peligro de retornar a ella. Bernini (2017) plantea ese posible retroceso teórico recordando que en 2015 la Sociedad Italiana de Psicoterapia para el Estudio

de las Identidades Sexuales (SIPSIS), en respuesta a las críticas anti-género de la Iglesia católica, publicó un documento de carácter divulgativo que defendía la utilidad de estos tres criterios pero —y, ahí, es donde está el problema— desde la mirada de la sexualidad. De las tres nociones, para Bernini (2017), la que presenta mayores incoherencias es la de orientación sexual: «¿la orientación del sujeto se ha de establecer en base al sexo o en base al género?; ¿cómo se ha de tener en cuenta el sexo o género del sujeto involucrado, es decir, de las personas por las que el individuo se siente atraído/a?» (Bernini, 2017: 57). Ahora bien, en lo que coinciden la mayor parte de los trabajos que ahondan en esta cuestión es en señalar que el principal problema está en que esta tríada deja fuera todo lo que no puede ser identificado como homosexual o heterosexual, pues quedan excluidas opciones como la intersexualidad o la identidad transgénero, por citar dos ejemplos.

No cabe duda de que se trata de un sistema clasificatorio imperfecto, ya que, en parte, continúa reforzando la distinción binaria, masculino *vs.* femenino, pero ¿cuál sería la solución? La respuesta no es sencilla. Eso sí, algunos avances se han dado.

Pensar en el género no como un sustantivo, que conlleva a clasificar al individuo en parámetros binarios, sino como un verbo, apelando así a que el género es más bien un proceso, es cada vez más habitual (Martin; Slepian, 2025). Aunque la idea de «orientación sexual» sigue sin colocar la homosexualidad y la heterosexualidad en una relación de equivalencia, al menos poco a poco han ido desapareciendo términos como desviado, invertido o perverso (Norton, 2016). Los enfoques psicoanalistas sobre la mujer lesbiana, que solo eran capaces de teorizar a la «lesbiana femenina» buscando signos de masculinidad en su identidad o hablaban del lesbianismo como efecto de la decepción por no ser objeto de deseo para los hombres, han sido arrinconados. Incluso, en relación con la identidad transgénero, también se ha dado algún avance. Este término ha ido desbancando poco a poco al de identidad transexual, que estaba más apegado a la connotación médica y patologizadora (Ahmed, 2019).

Pero la cuestión es muy difícil de resolver, más si cabe en el ámbito de la investigación, donde se necesitan conceptos precisos y aprehensibles para manejarse en la formación de muestras representativas que permitan evaluar la influencia de variables y encontrar correlaciones. Detrás de lo queer/cuir hay un desafío al binarismo sexual, por lo que estamos hablando de un posicionamiento político, de identidades políticas. Y es esto, su no vinculación a la ciencia, lo que provoca gran parte de las reacciones negativas, incluida la transfobia dentro del feminismo. Si algo caracteriza al pensamiento feminista es su interés en detectar, exponer y denunciar aquello que es arbitrario y que se ha consolidado como normativo en torno al género, lo que provoca que resulte muy llamativo que hoy todavía cueste a algunos sectores feministas entender la diversidad de la que hablamos aquí, pues ambas miradas, en principio, comparten esa perspectiva.

Socialización de género en redes sociales y heteronormatividad

Sara Ahmed (2019: 45) desarrolla toda una fenomenología sobre cómo los cuerpos se dirigen hacia unas direcciones y no hacia otras, como una forma de habitar o vivir el mundo. De esta manera, la académica británico-australiana combina en sus reflexiones la teoría feminista, la teoría queer, la teoría de la crítica a la raza y el postcolonialismo.

Lo que hace a los cuerpos diferentes es cómo habitan el espacio: el espacio no es un contenedor para el cuerpo; no contiene un cuerpo como si el cuerpo estuviera ‘en él’. Más bien los cuerpos están sumergidos, de modo que se convierten en el espacio que habitan; al ocupar el espacio, los cuerpos se mueven a través del espacio y se ven afectados por el ‘dónde’ de ese movimiento (Ahmed, 2019: 80).

A partir de sus reflexiones, Ahmed intenta explicar qué es aquello que hace que unos movimientos se consideren correctos y otros, no. Pero, en su teoría, la autora tiene muy en cuenta

importantes referencias teóricas. Ella misma las menciona siguiendo este orden: Pierre Bourdeu, y la idea de *habitus* como sistema de disposiciones sociales duraderas; y Judith Butler, sobre todo cuando habla del papel de la historia como sedimento de la acción corporal a partir de la repetición. Ahora bien, a pesar del evidente crecimiento de este área de estudios, lo cierto es que «lo distinto a la costumbre sigue incomodando» (Vega-Dávila, 2025: 267), también en las flamantes plataformas sociales.

El espacio comunicativo digital o, recogiendo el término de danah boyd (2026), el espacio creado por los medios parasociales, es un agente de socialización más. Aquí, los roles de género se aprenden y reproducen a partir de la interacción social que las normas marcan, pero los criterios morales también están presentes. Incluso, la crítica a valores tradicionales puede acabar teniendo un efecto contrario al deseado y alimentar actitudes discriminatorias y represivas, como queda demostrado, por ejemplo, con el auge de comportamientos machistas en la red (Gil Junquero; Rodríguez del Pino; Marín Traura, 2024).

En este sentido, y centrándonos en el ámbito específico de los individuos LGTBIQ+, los discursos y narrativas con mayores posibilidades de expansión son aquellos que responden a la heteronormatividad. Es decir, aquellos que reflejan la adopción de los ideales y valores heteronormativos por parte de la cultura y las identidades queer/cuir (Halperin, 2012). ¿Por qué sucede esto? Vamos a intentar dar alguna respuesta.

En primer lugar, los estudios disponibles sobre la formación de sesgos cisheteronormativos a partir del análisis de la moderación de contenidos indican que las plataformas tienden a marcar el contenido que aborda la diversidad de género como «cuestionable» y «ofensivo». En el caso de Youtube, por ejemplo, abunda la etiqueta de «inapropiado» y, además, esta red propicia su desmonetización mediante algoritmos de recomendación de sesgo positivo hacia contenido «apto para la familia» (Anderson; Roth, 2020). De este modo, la tendencia es a dar más visibilidad a la «buena» lesbiana, al «buen» homosexual o

al «buen» bisexual (Southerton *et al.*, 2020). En segundo lugar, el hecho de que la visibilidad digital de comportamientos que se salen de la norma continúe generando problemas en la vida cotidiana de sus protagonistas provoca que disminuya la circulación de contenidos alternativos, pues las personas potencialmente creadoras tienden a querer pasar desapercibidas o a abandonar ese espacio (Carranza-Benites, 2025).

Paradójicamente, también cabe pensar que estos sesgos a favor de lo cisheteronormativo sean resultado, negativo en este caso, del desarrollo de políticas inclusivas. Las reflexiones teóricas que tratan este asunto apuntan que los miembros del colectivo LGTBIQ+ replican los valores heterosexuales porque eso les permite, al menos a la comunidad cisgénero homosexual, alcanzar la aceptación social y los privilegios de la población heteronormativa y ello, inevitablemente, acaba quedando reflejado en una mayor visibilidad en el espacio público digital (Orzechowicz, 2010; Rubin, 2011).

Estereotipos vs. contrapúblicos

Empezamos el último apartado de este capítulo alertando sobre el hecho de que, desde la investigación social, se puede caer en el error de crear y reforzar estereotipos, lo que siempre favorece la expansión de ideas esencialistas y simples, es decir, el desconocimiento de realidades y vivencias que suelen ser muy complejas. Este es otro asunto que también se encuentra entre los escasamente discutidos. Por ejemplo, en torno a la juventud, es fácil caer en la equivocación de pensarla como un grupo homogéneo que comparte una identidad por el simple hecho de tener la misma edad, lo que no es necesariamente cierto (Martín-Criado, 2010; Alvarado *et al.*, 2009). Y la cuestión tampoco se resuelve definiendo generaciones consecutivas poniendo etiquetas llamativas como si fueran definiciones estanco o no variaran, por ejemplo, según el contexto socio-político del país en el que se ubican. Jesús Ibáñez y Javier Callejo, ambos sociólogos, aparecen entre las pocas personas que han

discutido esta cuestión. Ibañez insistió en la idea de que la juventud es una especie de constructo sociológico y Callejo, en el estereotipo que se esconde detrás de una noción tan cotidiana como es la de «nativos digitales», al considerar las habilidades digitales no solo como algo innato sino también como una característica suficiente para un correcto manejo de estas tecnologías. Idea que cada vez es más fácil de cuestionar con el desarrollo de los sistemas de inteligencia artificial de organización y generación de contenidos, que generan la falsa percepción de total control y anulan la actitud crítica. Por no hablar del estereotipo que vincula desafección política y juventud de forma automática en múltiples estudios, a pesar de que, junto a la juventud no interesada en la actividad de los partidos políticos, también existe una juventud muy implicada en la lucha relacionada con el cambio climático y las cuestiones que tienen que ver con la identidad de género (Sánchez-Holgado *et al.*, 2026; Benedicto; Gutiérrez, 2025). Otro interesante debate en esta misma línea surgió en la década de 1980, con el auge de los estudios sobre los desplazamientos migratorios en Europa. La discusión se dio en torno a la idea de «nacionalismo metodológico». Este concepto advierte de que una clasificación de la población a partir de la zona geográfica de origen inevitablemente aboca a la aparición de estereotipos según nacionalidad (Llopis Goig, 2007).

Pero volvamos al tema del que se ocupa este libro y, para ello, no podemos dejar de mencionar a Michael Warner, todo un referente en el área del estudio de las audiencias LGTBIQ+. Su mirada es muy interesante, pues, a contracorriente de las críticas contra la formación de estereotipos, Warner defiende la necesidad de mantener espacios subalternos específicos y, por tanto, de evitar que las diversidades de género acaben siendo absorbidas o diluidas entre el público masivo o general. A partir de Nancy Fraser, Warner (2012) se mostró siempre partidario de la existencia de discursos paralelos propios, alejados de los discursos dominantes. A partir de una cuidada y atenta lectura de los textos de Habermas sobre opinión pública, Warner da con la noción de contrapúblicos,

«públicos que se definen por su tensión con un público más grande» (Warner, 2012: 62).

Ahora bien, el planteamiento de Warner es mucho más que una mera oposición a lo normativo. Él habla de la necesidad de mantener un estatus subordinado en el área de los contenidos mediáticos, ya que, de no ser así, eso significaría la desaparición de la resistencia contra una sociedad binaria. Curiosamente, este es un planteamiento que recuerda bastante a la polémica que se generó en torno a la asimilación en los estudios sobre migraciones. Mientras que en una primera etapa de aquellos trabajos la asimilación era el reto a alcanzar, poco a poco fueron creciendo las críticas al considerar que la asimilación conlleva que el individuo pierda sus raíces culturales, lo que es del todo inadmisibile. Aquel debate teórico se cerró con una mirada en positivo sobre los procesos de hibridación cultural y la defensa de estimular el interés mutuo por conocerse (Hannerz, 1998).

Pero ¿es posible que haya un espacio subalterno dentro del entorno digital? Históricamente cuando se ha hablado de comunicación queer/cuir esta ha solido ser considerada como una infraestructura activa de clasificación, archivo, circulación y disputa, pero ¿se podría decir lo mismo hablando del nuevo ecosistema comunicativo? La «lógica algorítmica» marca estas identidades como señales de marginación o, en el mejor de los casos, las adapta a perfiles de interés comercial y político recurriendo a los valores tradicionales de género a partir de la priorización de lo heteronormativo. Vega-Dávila (2025) observa esta especie de neutralización respetable de lo disidente como una forma de «blanqueamiento»: «esa tensión entre desobediencia y reconocimiento es también el espacio desde el cual lo cuir latinoamericano interviene, evitando la estetización del sufrimiento o su conversión en capital simbólico» (Vega-Dávila, 2025: 265). Pero este es un tema que va mucho más allá de la comunicación. Por ejemplo, también se observa en relación con proyectos urbanísticos, en la definición de espacios específicos en las ciudades o en la configuración de ofertas turísticas (López Lema, 2025). Efectivamente, hablamos de la etiqueta «LGBT friendly».

Discusión final

A lo largo del siglo XX, el aislamiento y la invisibilidad pública del colectivo LGTBIQ+ era lo dominante: «No se concedía el menor margen a la existencia social de las personas homosexuales. A estas personas aisladas, hombres o mujeres, las consideraban solo como una amenaza potencial para la moralidad pública» (Woods, 2019: 411-412). En el siglo XXI, el problema es otro. La visibilidad en las plataformas pseudosociales, unido a la conquista de derechos, obliga a pensar en la diversidad LGTBIQ+ en otros términos. Si bien es cierto que la vulnerabilidad de estas personas más que desaparecer se ha ampliado, no solo se les ha de considerar como receptoras de odio e intolerancia sino también como creadoras y consumidoras de contenidos que plantean nuevos modos de socialización y de sociabilidad.

A partir de procesos computacionales, las redes sociales codifican y dan forma a todas las categorías identitarias, como el género, la etnia o la clase social. Pero también tienen el poder de borrarlas. Por un lado, los discursos dominantes buscan un consumo de flujo, que absorba y atrape, y, por otro, los contenidos están tamizados por cuestiones morales. Todo ello acaba dando prioridad a un contenido correcto, que no molesta ni incomoda e, incluso, como resultado, la desinformación y la ignorancia no parecen encontrar obstáculos. Y si esta realidad es preocupante desde la perspectiva del conjunto de la ciudadanía, todavía lo es más desde la mirada de aquellos colectivos que históricamente han sido invisibilizados, estigmatizados e, incluso, cuestionada su propia existencia.

Dado que el estudio de las personas LGTBIQ+ en calidad de audiencias es todavía un terreno en el que queda mucho —por no decir casi todo— por explorar, quizá estemos a tiempo de evitar la creación de estereotipos o ir más allá y poder contribuir en ese espacio subalterno defendido por Warner. Pero, en cualquier caso, no se puede abandonar el estado de alerta. Pensemos que las posturas anti-género también están presentes en el ámbito académico y lo vemos, por ejemplo,

en estudios que rechazan la educación en diversidad en los centros escolares.

Un rápido repaso por los últimos estudios LGTBQ+ específicos en el ámbito de las audiencias nos lleva a pensar en posibles futuros enfoques a desarrollar. Para empezar, la sexualidad parece continuar despuntando como foco de interés. Una prueba está, por ejemplo, en el trabajo de Ruiz Repullo y Pavón-Benítez (2025) sobre el consumo de pornografía. En segundo lugar, si bien es evidente que es imprescindible analizar el impacto de contenidos queer/cuir en la ciudadanía cisheteronormativa, resulta llamativo que apenas se desarrollen iniciativas con muestras en las que participe el propio colectivo (Blanco-Fernández; Fernández, 2024). Y, por último, en cierto modo, resulta preocupante que el género del terror (ficción) pueda estar perfilándose como ese espacio propio defendido por Warner. Históricamente el estudio del consumo cinematográfico viene desarrollando teorías que explican la facilidad con la que el público queer/cuir conecta con los personajes antagonistas y, en el marco del subgénero de las películas de zombies, se enfatiza el hecho de que aquí se da especial empatía. Estos personajes rompen las fronteras entre raza, sexo y nacionalidad, lo que ha propiciado su asociación casi automática con la narrativa queer (García, 2026; Bubnowska, 2025).

Pero, independientemente de la línea temática que se trabaje, consideramos que sería inaceptable que estos estudios se desarrollaran con una mirada meramente instrumental. En aras de esta idea, es esencial que se mantenga un estrecho contacto con las luchas sociales, así como también priorizar la perspectiva interseccional, un planteamiento que surgió precisamente desde el activismo con Kimberlé Crenshaw. Las teorías feministas y queer/cuir nacieron vinculadas a movimientos sociales y los estudios no podrán seguir evolucionando si no se mantiene ese estrecho vínculo, ese apego. De lo contrario, no solo se correría el riesgo de caer en el estereotipo, sino de algo mucho más grave, presentar una visión despolitizada y demasiado privatista o individualizada de los públicos LGTBQ+.

Referencias bibliográficas

- Ahmed, S. (2019). *Fenomenología Queer: orientaciones, objetos, otros*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- Alvarado, S.V.; Martínez Posada, J.E.; Muñoz Gaviria, D. A. (2009). Contextualización teórica al tema de las juventudes: una mirada desde las ciencias sociales a la juventud. *Revista Latinoamericana. Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 7(1), 83-102.
- Andersen, J. (2020). Understanding and Interpreting Algorithms: Toward a Hermeneutics of Algorithms. *Media, Culture & Society*, 42(7-8), 1479-1494. <https://doi.org/10.1177/0163443720919373>
- Anderson, A.; Roth, A.L. (2020). Queer erasure: Internet browsing can be biased against LGBTQ people, new exclusive research shows. *Index on Censorship*, 49(1), 75-77.
- Barbosa, M.; Arcila, C.; Sánchez-Holgado, P. (2025). LGTBfobia en redes sociales: Revisión sistemática de la detección y clasificación de discurso de odio a gran escala. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, (64), 51-79. <https://doi.org/10.5944/empiria.64.2025.45201>
- Benedicto-Millán, J.; Gutiérrez Barroso, J. (2025). *Jóvenes comprometidos, jóvenes activistas. ¿Cómo y por qué los jóvenes se movilizan hoy?* Madrid: Catarata <https://doi.org/10.1177/0306422020917088>
- Bernini, L. (2017). *Las teorías queer. Una introducción*. Barcelona: Editorial Egales.
- Blanco-Fernández, V.; Fernández, L. (2024). Introducción al monográfico. *Estudios LGTBIA+ y Queer de la Comunicación en la academia latinoamericana y española. MariCorners: Revista de Estudios Interdisciplinarios LGTBIA+ y Queer*, 2(1), 1-8.
- DOI: <https://doi.org/10.24197/mcreilq.1.2025.1-8>
- Bolter, J.D. (2025). *La plenitud digital. El ocaso de la cultura de élite y el auge de los nuevos medios*. Madrid: Ampersand
- boyd, d. (2026). Social media is now parasocial media. *Social Media + Society*, April-June 2026. 1-5.
- Bubnowska, M. (2025). Zombie as Victim in Film, TV Series, and Video Games. *Zagadnienia Rodzajów Literackich The Problems of Literary Genres*, 68(1), 369-384. <https://doi.org/10.26485/ZRL/2025/68.1/22>
- Carranza-Benites, R.J. (2025). La visibilidad de las masculinidades disidentes en medios digitales: análisis teórico interdisciplinario con perspectiva de género. *Correspondencias & Análisis*, (22), 159-181. <https://doi.org/10.24265/cian.2025.n22.06>
- Chatzichristos, G. (2025). Qualitative Research in the Era of AI: A Return to Positivism or a New Paradigm? *International Journal of Qualitative Methods*, 24.
- García, O. (2026). «Why Queer People Like Horror Films: An Empirical Study» (2026). Theses & ETDs. 6750. https://digitalcommons.ncf.edu/theses_etds/6750
- García-Orosa, B.; Canavilhas, J.; Vázquez-Herrero, J. (2023). Algorithms and communication: A systematized literature review. [Algoritmos y comunicación: Revisión sistematizada de la literatura]. *Comunicar*, 74, 9-21. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-01>
- Gerbaudo, P. (2024). TikTok and the algorithmic transformation of social media publics: From social networks to social interest clusters.

- New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448241304106>
- Gil Junquero, M.; Rodríguez del Pino, J.A.; Marín Traura, S. (2024). «Análisis de las redes sociales como un espacio de aprendizaje y reproducción del machismo. Percepciones de las personas jóvenes y de las personas expertas», *Cuestiones de Género: de la igualdad y la diferencia*, (19), pp. 112-132. doi: <https://doi.org/10.18002/cg.i19.8313>.
- Halperin, D.M. (2012). *How to be gay*. Cambridge, Massachusetts.
- Hannerz, U. (1998). *Conexiones transnacionales. Cultura, gente, lugares*. Madrid: Edocopmes/Cátedra.
- Haraway, D. (1988). Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*, 14(3), 575-599
- Jones, C. (2023). How to train your algorithm: the struggle for public control over private audience commodities on Tiktok. *Media, Culture & Society*, 45(6). <https://doi.org/10.1177/01634437231159555>
- Le Vay, S. (1996). *Queer Science: The Use and Abuse of Research in Research into homosexuality*, MIT Press, Cambridge.
- Livingstone, S. (2019). Audiences in an Age of Datafication: Critical Questions for Media Research. *Television & New Media*, 20(2), 170 -183. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1527476418811118>
- Lomborg, S.; Kapsch, P.H. (2020). Decoding Algorithms. *Media, Culture & Society*, 42(5), 745-761. <https://doi.org/10.1177/0163443719855301>
- López Lema, S. A. (2025). En búsqueda de un espacio propio: Mujeres LGBTQ+ de A Coruña y sus territorialidades en el espacio público y turístico. (2025). *Arxius De Ciències Socials*, 52. <https://doi.org/10.7203/acs.52.31958>
- Lovink, G. (2019). *Tristes por diseño. Las redes sociales como ideología*. Editorial Consonni.
- Llopis Goig, R. (2007). El «nacionalismo metodológico» como obstáculo en la investigación sociológica sobre migraciones internacionales. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, (13), 101-120. <https://doi.org/10.5944/empiria.13.2007.1161>
- Martín-Criado, E. (2009). Juventud. En Reyes, Román. (dir.) *Diccionario crítico de ciencias sociales, volumen 1*, Plaza y Valdés, Madrid.
- Martin, A.E. & Slepian, M.L. (2025). The process of gendering: gender as a verb. *Trends in Cognitive Sciences*, 2024; 29, 73-84. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2024.09.004>
- Monod, J.C. (2015). *La querrela de la secularización. De Hegel a Blumenberg*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Norton, R. (2016) *Myth of the modern homosexual. Queer History and the Search for Cultural Unity*. Londres: Bloomsbury Academic Collections.
- Orzechowicz, D. (2010). «Fierce bitches on Tranny Lane: gender, sexuality, culture, and the closet in theme park parades», Williams, C.L. and Dellinger, K. (Ed.) *Gender and Sexuality in the Workplace* (Research in the Sociology of Work, Vol. 20), Emerald Group Publishing Limited, Leeds, pp. 227-252. [https://doi.org/10.1108/S0277-2833\(2010\)0000020013](https://doi.org/10.1108/S0277-2833(2010)0000020013)
- Palau-Sampio, D.; Carratalá, A. (2022). Injecting disinformation into public space: pseudo-media and reality-altering narratives. *Profesional de la información*, 31(3), e310312. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.12>
- Rubin, G.S. (2011). *Deviantions a Gayle Rubin reader*. Durham, NC: Duke University Press. 149-154. <https://doi.org/10.1177/14614448241304106>

- doi.org/10.2307/j.ctv11smmmj
- Ruiz Repullo, C.; Pavón-Benítez, L. (2025). El peso de la pornografía en la configuración de la sexualidad masculina: el poder de la heteronormatividad. *Mitologías Hoy*, 33, 68-80. <https://doi.org/10.5565/rev/mitologias.1240>
- Sánchez Salas, D. (2026). Dualidad ontológica del armario en tiempos de capitalismo de la vigilancia: mundos liminales. *Estudios LGTBIQ+, Comunicación y Cultura*, 6(1), 115-123. <https://doi.org/10.5209/eslg.106176>
- Sánchez-Holgado, P.; Piñeiro-Naval, V.; Gutiérrez Parra, P. (2026). ¿Desinterés o desconfianza? Los jóvenes españoles ante la desafección y la participación política. *Anuario Electrónico De Estudios En Comunicación Social «Disertaciones»*, 19(1). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.14613>
- Silverstone, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Southernton, C.; Marshall, D.; Aggleton, P.; Rasmussen, M.L.; Cover, R. (2020). Social media, content classification and LGBTQ sexual citizenship. *New Media & Society*, 23(5), 920-938. <https://doi.org/10.1177/1461444820904362>
- Vega-Dávila, E. (2025). De lo queer a lo cuir: punto de partida e innecesaria traducción. *Revista Letras UNMSM*, 96(144), 260-272. <https://doi.org/10.30920/letras.96.144.14>
- Venegas, M. (2025). Anti-Gender Mobilisations, 'Gender Ideology', and the Assault on Democracy: The Battle over Gender and Sexuality Equality Education in Southern Europe. *Revista de Sociología de la Educación - RASE*, 18 (1), 47-67. DOI: <http://dx.doi.org/10.7203/RASE.18.1.28624>.
- Wajcman, J. (2006). *El tecnofeminismo*. Madrid: Cátedra.
- Warner, M. (2012). *Público, públicos, contrapúblicos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Woods, G. (2019). *Homintern. Cómo la cultura LGBT liberó el mundo moderno*. Madrid: Editorial Dos Bigotes.